

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า ข้อมูล บทความทางวิชาการ เอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวผิงร้อยรัง ตำบลบึงเจริญ อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยโดยผู้วิจัยได้นำเสนอการทบทวนวรรณกรรมตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ t-test และ F-test
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.1.1 ความหมายของแรงจูงใจ

การให้ความจำกัดความหรือความหมายในเรื่องแรงจูงใจนั้นไม่มีความหมายใด ความหมายหนึ่งที่แน่นอนเป็นสากลทั้งนี้เป็นเพราะว่านักวิชาการต่าง ๆ มีมุมมองจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไปซึ่งจะกล่าวดังต่อไปนี้

เดิมศักดิ์ คทวณิช (อ้างใน พาสนา จุฬรัตน์ 2548 : 194) สรุปความหมายของแรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการใช้ปัจจัยทั้งหลายที่จะทำให้บุคคลเกิดความต้องการเพื่อสร้างแรงขับและแรงจูงใจกระตุ้นร่างกายให้แสดงพฤติกรรมตามจุดหมายที่ได้วางไว้โดยปัจจัยดังกล่าวนี้อาจจะเป็นสิ่งเร้าภายนอกกับสิ่งเร้าภายในทั้งสองประการก็ได้

สุภัทรทรา ปิณฑะแพท (2542 : 62-63) กล่าวว่า เหตุจูงใจ หมายถึงแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลมุ่งที่จะแสดงพฤติกรรมเกิดการเคลื่อนไหวของร่างกายให้ทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

อารี พันธุ์มณี (2546 : 269) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง การนำปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นแรงจูงใจมาผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุจุดหมายหรือเงื่อนไขที่ต้องการปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาอาจเป็นเครื่องล่อรางวัลการลงโทษการทำให้เกิดการตื่นตัวรวมทั้งทำให้เกิดความคาดหวัง เป็นต้น

ศรีณย์ ดำริสุข (2547) ได้สรุปความหมายของแรงจูงใจ 3 ประการคือ

1) ให้พลังพฤติกรรมพลังที่ให้แก่พฤติกรรมได้มาจากแหล่งภายใน เช่น ความหิว ความกระหาย ซึ่งเกิดจากความต้องการทางสรีรวิทยาทำให้เกิดแรงขับเพื่อให้อินทรีย์แสดงพฤติกรรมเพื่อเสาะแสวงหาอาหารหรือนำมาบำบัดความหิวหรือกระหายนั้นอีกประการหนึ่งพลังที่ทำให้พฤติกรรมอาจได้มาจากแหล่งภายนอก เช่น ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากสังคมทำให้เกิดพลังแก่บุคคลที่จะมีพฤติกรรมมุ่งไปสู่ความสำเร็จ

2) กำหนดทิศทางของพฤติกรรมพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจย่อมมีทิศทาง เช่น เมื่อหิวก็มีพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่การแสวงหาอาหารต้องการให้สังคมยอมรับพฤติกรรมมุ่งไปสู่การเรียน เป็นต้น

3) พฤติกรรมที่ได้รับการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย (Goal) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเองอินทรีย์มี 2 ชนิด คือ พฤติกรรมธรรมดาสามัญ เช่น กระพริบตา การยกมือเป็นพฤติกรรมที่ไม่มีเป้าหมายส่วนพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่อินทรีย์หรือบุคคลได้มีความตั้งใจที่จะบรรลุเป้าหมายทั้งสินอาจกล่าวได้ว่าแรงจูงใจ หมายถึง พลังหรือแรงผลักดันที่อยู่ภายในตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลมีความต้องการในการกระทำหรือแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา

จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า สนิมรดกทางธรรมชาติและสนิมรดกที่คนสร้างขึ้นก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้น ขณะเดียวกันในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ (Mill, 1990 อ้างถึงใน กัลยา สมมาตย์, 2541 : 12-13)

1) สิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1.1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทุก ๆ พื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามประทับใจ ซึ่งเกิดจากลักษณะของธรรมชาติ เช่น อ่าว แหล่ม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศและความงามตามธรรมชาติความสนใจของแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดได้ 2 ประการคือ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538 : 38-44)

1.1.1 สถานที่น่าสนใจ (place) เช่น ชายหาดที่สวยงามคือ คือ หาดชะอำ ซึ่งคงสภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่น่าสนใจหรือจังหวัดภูเก็ตมีแหลมพรหมเทพยื่นออกไปจากหน้าผามุ่งสู่ทะเลลึก

1.1.2 เหตุการณ์น่าสนใจ (event) ในบางฤดูกาลการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นกิจกรรมนั้นก็กลายเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจดึงดูดคนมาเที่ยว

1.2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่นั้น ๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกมาในรูปแบบศาสนาสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ขนบธรรมเนียมจารีตประเพณี เป็นต้น

1.3) ชาติพันธุ์ เป็นเหตุผลอย่างหนึ่งในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อต้องการเยี่ยมชมหรือเพื่อนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อต้องการกลับไปเยี่ยมเยือนแผ่นดินเกิดของตน

1.4) แหล่งบันเทิง หมายถึง ไม่ได้หมายความถึงสถานรื่นรมยามราตรีเพียงอย่างเดียวแต่หมายรวมถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ตลาดน้ำ ฯลฯ

2) สิ่งอำนวยความสะดวกเนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิตซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (Mill, 1990 อ้างใน กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 14)

2.1) ที่พักเป็นที่สำคัญในการเดินทางนักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือเพื่อนแต่อีกส่วนหนึ่งต้องการที่พักลักษณะอื่น ๆ

2.2) ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.3) สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ

2.4) ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบสื่อสารการคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวนอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้วยังทำให้ได้รับความสะดวกสบายขึ้นเนื่องจากการพัฒนาระบบสื่อสารการคมนาคมและสาธารณูปโภค ดังกล่าว

3) การขนส่งเป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัยการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้วัดในรูปแบบของระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทางถึงแม้ระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทางนักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น การปรับปรุงยานพาหนะถนนและระบบการจราจรให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น

4) การต้อนรับเป็นสิ่งสำคัญมากเพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจการต้อนรับของเจ้าของสถานที่หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวในทางกลับกันถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสมนอกจากจะไม่รู้สึกประทับใจแล้วโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งก็จะมีน้อยมาก

สรุป แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนั้น ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านการขนส่งและปัจจัยด้านการต้อนรับของเจ้าของสถานที่

2.1.2. ลักษณะของแรงจูงใจ E-learning ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2558) กล่าวว่า การจูงใจหรือแรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ความต้องการที่เกิดขึ้นจากการถูกกระตุ้น หรือช่วยให้บุคคลเคลื่อนไหวหรือแสดงพฤติกรรมไปยังจุดหมายปลายทางหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยมีแรงจูงใจเป็นแรงผลักดันให้พฤติกรรมแสดงออกมา เช่น แรงจูงใจในการแสวงหาอาหาร แรงจูงใจในการไปเดินห้างสรรพสินค้า ซึ่งอาจสรุปลักษณะของแรงจูงใจในการเดินทางได้ 5 ลักษณะ ดังนี้

- 1) แรงจูงใจเกิดเนื่องจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง
- 2) แรงจูงใจเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการกระทำหรือแสดงพฤติกรรม
- 3) แรงจูงใจเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ที่แสดงออกมา
- 4) แรงจูงใจจะเป็นตัวลดความเครียดหรือความไม่สมดุล
- 5) แรงจูงใจจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคลและในเวลาเปลี่ยนแปลง

2.1.3 ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation) Pearce, Morris และ Rutledge (1998) กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมีทั้งแรงผลัก (Push Factors) ความต้องการที่เกิดขึ้นจากสภาวะภายในที่ต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยวและในขณะเดียวกันสิ่งที่ดึงดูดให้เลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางได้นั้นขึ้นกับแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยนี้ถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว

1) แรงผลัก (Push Factors)

1.1) ความต้องการทางกายภาพ (Physical) เช่น หากเราต้องทำงานหนัก ร่างกายก็ย่อมต้องการพักผ่อนการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อน

1.2) หลีกหนีความจำเจความเครียด (Escape) เช่น การเดินทางไปทำงาน และกลับบ้านทำงานเหมือนเดิมทุก ๆ วัน การเจอสภาพรถติดก็อยากหลีกหนีสิ่งเดิม ๆ ไปในที่แปลก ๆ ใหม่ ๆ

1.3) ต้องการพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ (Novelty)

1.4) ความภูมิใจที่ได้ไปในสถานที่ใหม่ ๆ (Esteem/Presting)

1.5) การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชนชาติการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่เดิม (To Know and to Understand/Educational Vacation)

1.6) ความต้องการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคมและหาโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ๆ (Social Interaction)

แรงผลักข้างต้นเป็นเพียงสาเหตุที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ต่อจากนี้การตัดสินใจในการเลือกเดินทางไปยังที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการ

2) แรงดึง (Pull Factors) แรงดึง คือปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่งเพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้นขึ้นในการเลือกจุดหมายปลายทาง เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวการลดราคาโรงแรมช่วงหน้าฝนเทศกาลงานสำคัญต่าง ๆ ล้วนแต่เป็นแรงดึงสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง

3) มูลเหตุจูงใจให้คนท่องเที่ยวซึ่งประกอบทั้งแรงผลักดันและแรงดึงดูด ได้แก่

3.1) ต้องการหลีกหนีชีวิตประจำวันอันแสนวุ่นวายชั่วระยะเวลาหนึ่ง

3.2) การเอาอย่างกันคนอื่นนำมาเล่าให้เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยว

3.3) ต้องการแสวงหาความพิเศษโดยเฉพาะประเทศที่อยู่ซีกโลกเหนือ

3.4) แสวงหาความสุขทางเพศรส

3.5) ฐานะทางเศรษฐกิจดีคนมีรายได้สูงทำให้คนอยากท่องเที่ยวมากขึ้น

3.6) ต้องการความตื่นเต้นผจญภัย

3.7) ต้องการพักผ่อนหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน

3.8) เยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ เช่น อนุสาวรีย์ สถานที่ทางประวัติศาสตร์

ความแปลกประหลาดและความงามของธรรมชาติ

3.9) ความสะดวกเกี่ยวกับการจองตั๋วและการจัดบริการของบริษัทนำเที่ยวซึ่งสามารถจัดได้ทั้งส่วนบุคคลเป็นหมู่คณะและการจัดทัวร์แบบเบ็ดเสร็จ (Package)

3.10) การคมนาคมสะดวกรวดเร็ว

3.11) ร่วมกิจกรรมกีฬา

3.12) ศึกษาค้นคว้าทางด้านวัฒนธรรมและโบราณคดี

3.13) การศึกษา

3.14) เยี่ยมญาติหรือเพื่อน

3.15) ธุรกิจ ประชุม สัมมนา

นอกเหนือจากแรงผลักดันและแรงดึงในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทาง นักท่องเที่ยวยังจะมีการประเมินผลประสบการณ์ที่ตนได้รับในการเดินทางถ้าในช่วงที่นักท่องเที่ยวพักอยู่สถานที่นั้นได้รับความพอใจและประทับใจในสิ่งต่าง ๆ ก็จะมีรู้สึกพอใจต่อการเดินทางและเป็นประสบการณ์ที่ดีแต่ถ้าไม่พอใจในสภาพแวดล้อมผู้คนหรือการบริการจากสถานที่นั้นก็จะมีส่วนทำให้การเดินทางครั้งนั้นไม่เป็นที่ถูกใจและอาจทำให้ผู้เดินทางนั้นนำประสบการณ์ที่มานี้มาพิจารณาประกอบในการเดินทางครั้งต่อไปหรืออาจนำประสบการณ์ดังกล่าวบอกต่อซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวรายอื่น

4) ประสบการณ์ แบ่งได้ 2 แบบ คือ

4.1) ประสบการณ์บวก (Positive Experience) ได้แก่ สิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสในส่วนที่เป็นที่พอใจก่อให้เกิดความประทับใจ

4.2) ประสบการณ์ลบ (Negative Experience) ได้แก่ เหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสในส่วนที่ไม่เป็นที่น่าพอใจไม่ว่าจะเป็นการบริการการปฏิบัติตนของเจ้าของสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ไกล ๆ เนื่องจากเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าบริเวณนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดใจก็จะไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้นนั้นแสดงให้เห็นว่าสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจซึ่งนอกจากความสวยงามแล้วยังต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ สะพานถนนสนามบินตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน ร้านอาหารและมากไปกว่านั้นจะต้องมีการนำเสนอข้อมูลและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ด้วยเช่นกันเพื่อนำไปสู่การชักจูงหรือเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง (Goossens, 2000, p. 301-321)

จากการวิเคราะห์ปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยจูงใจ (Pull Factors) ในการท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่าประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรมและเพณีไทยซึ่งมีลักษณะโดดเด่นที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้โดยสามารถแบ่งประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภทคือ

1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน น้ำตก ภูเขา ทะเล และหาดทราย

2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนา ได้แก่ วัด พิพิธภัณฑสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และพระบรมมหาราชวัง

3) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ได้แก่ งานประเพณี วิถีชีวิตสินค้าพื้นเมือง

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นยังพบนักวิชาการที่ได้นำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวอีกมากมายโดยมองว่าทั้ง 2 ปัจจัยเป็นการตัดสินใจ 2 เรื่องที่แตกต่างกันออกไปและเป็นคนละช่วงเวลา อาทิ Dann (1977) ได้กล่าวว่า ปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยที่ทำให้คนอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย

- 1) ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการทางร่างกาย (Physical Needs)
- 2) ความต้องการในการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม (Social Needs)
- 3) ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไป จากที่อยู่อาศัยเดิม (Culture Needs)
- 4) ความต้องการความภาคภูมิใจที่ตนได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ (Esteem/ Prestige Needs)

5) ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ (Novelty Needs)

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเยือน เช่น หากปัจจัยผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวคือต้องการไปผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานเขาอาจเลือกไปสถานที่ที่เงียบ ๆ ไม่ต้องการพบปะผู้คนแต่หากปัจจัยผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวคือการสร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเองการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอาจจะเป็นสถานที่ซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป Compton (1979) กล่าวว่า ปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคมประกอบด้วย

- 1) การหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวัน
- 2) การค้นหาและประเมินตนเอง
- 3) การพักผ่อนหย่อนใจ
- 4) ความรู้สึกมีเกียรติ
- 5) การกลับสู่ความเป็นตัวเอง
- 6) การได้เยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง
- 7) การมีโอกาสสร้างสัมพันธภาพทางสังคมกับบุคคลอื่น

ส่วนปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวประกอบด้วย

- 1) การได้พบสิ่งแปลกใหม่และ
- 2) การได้ศึกษาเรียนรู้

Uysal และ Hagan (1993) ได้อธิบายไว้ว่าปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวประกอบ ด้วย

1) แรงจูงใจ ได้แก่ ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจและความเครียดจากการทำงานความต้องการการพักผ่อนหรือผ่อนคลายความชอบส่วนบุคคลและความต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงและ

2) ปัจจัยด้านสังคมและประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา เชื้อชาติ อาชีพ และความเป็นอยู่ในครอบครัวและ

3) ความรู้ทางด้านการตลาดส่วนปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวประกอบด้วย
3.1) ลักษณะจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ภูมิอากาศความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ความสวยงามของภูมิประเทศชายหาดเหตุการณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญและกิจกรรมสันทนาการ

3.2) ความสะดวกสบายและการเข้าถึง ได้แก่ ระบบการคมนาคมขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยวและ

3.3) ภาพลักษณ์ด้านการตลาด ได้แก่ ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่จะท่องเที่ยวคุณภาพการบริการและการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เป็นต้น

ในขณะที่ Klenosky (2002) กลับมองว่าปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดไม่ควรถูกมองว่าเป็นการตัดสินใจที่แยกออกจากกันแต่ควรเกี่ยวเนื่องกัน

สรุป ปัจจัยภายในหรือแรงผลักดันคือความต้องการทางด้านจิตใจของคนกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวในขณะที่เดียวกันปัจจัยภายนอกหรือแรงดึงดูดคือตัวแหล่งท่องเที่ยวเองมีส่วนในการดึงดูดให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

2.1.4 ประเภทของแรงจูงใจ

วิกิเนีย มาเยอร์ (2554, หน้า 26 อ้างใน ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนธิ และประสานหอมบุล, 2535, หน้า 69-70) กล่าวว่า ประเภทของแรงจูงใจสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจทางร่างกาย (Physiological Motive) เป็นแรงจูงใจที่มีติดตัวมาแต่เกิดมีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตซึ่งเกิดจากความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2) แรงจูงใจทางสังคม (Social Motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นหลังจากการเรียนรู้ในสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความอบอุ่น การเป็นที่ยอมรับสังคม เป็นต้น

นอกจากนี้ หากแบ่งตามเหตุผลของเบื้องหลังในการแสดงออกของพฤติกรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motive) หมายถึง การที่บุคคลมองเห็นคุณค่าที่จะทำด้วยความเต็มใจ

2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motive) หมายถึง การที่บุคคลแสดงพฤติกรรมเพราะต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่นำมาไว้ภายนอก เช่น รางวัล เกรด เป็นต้น แรงจูงใจภายในมีคุณค่าดีกว่าแรงจูงใจภายนอกแต่แรงจูงใจภายในปลูกฝังให้เกิดขึ้นกับบุคคลได้ยากกว่า

นอกจากนี้ พิบูลย์ ทีปะपाल (2545, หน้า 15-20) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่เกิดขึ้นภายในบุคคลที่จะกระตุ้นผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งสิ่งจูงใจที่เป็นจุดเริ่มต้นผลักดันให้แสดงพฤติกรรมตามลำดับขั้นตอนประกอบด้วยแรงขับแรงกระตุ้นความปรารถนาหรือความต้องการ

องค์ประกอบของแรงจูงใจจึงประกอบด้วยภาวะที่มีแรงจูงใจ

1) พฤติกรรมที่ถูกเร้าด้วยเหตุแรงจูงใจ
2) ภาวะที่เกิดความสมปรารถนาแรงจูงใจที่เป็นความต้องการนี้อาจเกิดขึ้นมาจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกก็ได้ กล่าวคือ

1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในบุคคลเองมีผลกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ความอยากรู้อยากเห็น ความ คาดหวัง ทัศนคติ ความพึงพอใจ การมองเห็นคุณค่า

2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากภายนอกบุคคลมีผลกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกที่ทำให้บุคคลเกิดการเปิดรับสื่อ เช่น ชอบในรูปแบบของนิตยสารต้องการร่วมสนุกในการชิงรางวัลของ นิตยสาร เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจึงหมายถึงเหตุผลหรือสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลโดยแสดงออกมาในรูปของพฤติกรรมสิ่งกระตุ้นเหล่านี้ อาจเกิดจากปัจจัยภายใน (แรงผลักดัน) และภายนอก (แรงดึง) ของแต่ละบุคคลก็ได้ซึ่งปัจจัยภายในหรือแรงผลักดันเป็นความต้องการทางด้านจิตใจของคน กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวในขณะที่เดียวกันปัจจัยภายนอกหรือแรงดึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเองที่มีส่วนในการดึงดูดให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ดังนั้น ปัจจัยแรงผลักดันและแรงดึง (Dann, 1977 และ Crompton, 1979) จึงเป็นตัวแปรที่สำคัญตัวหนึ่งที่ผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวต่างให้ความหมายของการท่องเที่ยวไปตามทัศนคติที่หลากหลาย ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางครอบคลุมการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจการเล่นกีฬาการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลักสากลดังต่อไปนี้ คือ (Goeldner & Ritchie, 2006)

- 1) ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

3) ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในการเดินทางนั้น

สมชาติ อุ่อ้น (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายของผู้คนจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่งซึ่งรวมไปถึงการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศนอกจากนี้การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้เพื่อการศึกษาเพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องก็นับเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้นโดยในหลักเกณฑ์ความหมายกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ ดังนี้

- 1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) เดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

องค์การท่องเที่ยวโลกได้กำหนดความหมายของ การท่องเที่ยวไว้ในปี พ.ศ. 2506 ว่าเป็นการเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไข ดังนี้ คือการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ ด้วยความสมัครใจคือการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ ด้วยความสมัครใจคือการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้การท่องเที่ยวมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1) การเคลื่อนที่เกิดจากการเคลื่อนที่ของมนุษย์สู่ที่หมายต่าง ๆ รวมทั้งการหยุดพัก ณ ที่เหล่านั้น

2) องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 2 ส่วนคือ การเดินทางสู่จุดหมายและการหยุดพักประกอบกิจกรรม ณ จุดหมายนั้น

3) การเดินทางและการหยุดพักเกิดขึ้นนอกภูมิลำเนาและที่ทำงาน ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยให้เกิดกิจกรรมซึ่งแตกต่างจากกิจวัตรของถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางผ่านและแวะพัก

4) การเดินทางสู่จุดหมายนั้นเป็นการเดินทางชั่วคราวซึ่งระยะสั้น ๆ โดยมีความตั้งใจว่าจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน ความตั้งใจในการเยือนจุดหมายปลายทางมิได้เป็นไปเพื่อหลักแหล่งหรือประกอบอาชีพการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการคือ

- 4.1 เป็นการเดินทางชั่วคราว
- 4.2 เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ
- 4.3 ไม่เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันทั้งเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนประกอบกิจกรรมตามความสนใจ หรือเพื่อประกอบธุรกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานแต่ไม่ได้เป็นการเดินทางเพื่อไปทำงานหรือประกอบอาชีพเป็นหลัก

นิตา ชัชกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทาง จากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่งซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการ คือ การเดินทาง การค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

จากคำนิยามต่าง ๆ ดังที่ได้รวบรวมมาในข้างต้นนี้สามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยว คือ การเดินทางออกจากสภาพแวดล้อมปกติ เช่น บ้าน ที่ทำงาน ไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นการชั่วคราว ทั้งภายในและระหว่างประเทศด้วยความสมัครใจโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาธุรกิจประชุมสัมมนาหรืออื่นใดแต่ต้องไม่เป็นการได้มาซึ่งรายได้จากสถานที่ที่ไปถึงนั้น ๆ

2.2.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

อุษณีย์ ศรีภูมิ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่งทั้ง ทางด้านร่างกายและจิตใจซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่แตกต่างกันดังนี้

2.2.2.1 ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป

2.2.2.2 การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน เช่น การเล่นกีฬา การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริการทางประวัติศาสตร์

2.2.2.3 ความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การนมัสการ ศาสนาสถานการท่องเที่ยวไปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

2.2.2.4 อาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจ ค้นคว้า การประชุม การสัมมนาการศึกษาเปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้

2.2.2.5 อื่น ๆ ได้แก่ การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์นี้มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุดวันเทศกาลต่าง ๆ

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่แตกต่างกันมี วัตถุประสงค์เพื่อเดินทางเพื่อพักผ่อนท่องเที่ยวพบสิ่งแปลกใหม่ศึกษาหาความรู้และเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง

2.2.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว

UNWTO (1997) กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว ได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

2.2.3.1 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.2.3.1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2.2.3.1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเลโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2.2.3.1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำนำลอดถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลกศึกษาธรรมชาติของหิน ดินแร่ต่าง ๆ และฟอสซิลได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมี จิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2.3.1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตรวนเกษตรสวนสมุนไพรฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยง สัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตรได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

2.2.3.1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือนเพื่อการ เรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาลมีความรู้ความประทับใจความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้นบนพื้นฐาน การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดย ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2.2.4 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.2.4.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลิน ในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นพื้นฐานของ ความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2.4.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรีย์ศิลปะเพื่อศึกษาความเชื่อการยอมรับนับถือการเคารพ พิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทาง วัฒนธรรมโดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.2.4.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มี เอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญา พื้นบ้านมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทาง วัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการ การท่องเที่ยว

2.2.5 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

หากพิจารณาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะพบว่า การท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัยจึงจะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จสร้างความประทับใจและผลกำไรซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านที่ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ดังนี้

Pike Steven (2008) กล่าวถึง คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประสบการณ์และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่ผู้บริโภคสิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัยตั้งนั้น แหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรม (Activities) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่าง ๆ กัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจและสิ่งอำนวยความสะดวก

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทางเพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง แสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอมการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรม บ้านเชียง เป็นต้น

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวมิได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้นแต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าการล่องแก่งในแม่น้ำ การป็นหน้าผา การดำน้ำ การตกปลาหมึกในทะเลลึกตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

จากความรู้เรื่ององค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่นักวิชาการได้อธิบายไว้นั้นมีความสอดคล้องสัมพันธ์กันกับทฤษฎี 5A ของ Tourism Western Australia (2008) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น

- สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions)
- สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions)

รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้นซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุกและกิจกรรมการประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention (MICE)

- สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions)
- สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2. กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยวกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยอาทิกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น

กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น

- กิจกรรมเดินป่า
- กิจกรรมดูนก
- กิจกรรมส่องสัตว์
- กิจกรรมแสง สี เสียง ในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นต้น

3. การเข้าถึง (Access)

สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มีความสะดวกสบายเหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดโดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมืองซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทางเท้าสภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใดมีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกกรง หรือถนนดินถ้าเป็นแม่น้ำลำคลองต้องใช้เรือหรือแพมีสิ่งกีดขวางหรือไม่และถ้าเป็นทางเท้าสภาพทางเดินดีหรือไม่ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใดการจัดหาพาหนะสะดวกหรือยากและค่าว่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึงอาจพิจารณาได้จากความสะดวกอุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทางและสภาพถนน

การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) เช่น

- เที่ยวบิน
- การตรวจคนเข้าเมือง
- รถโดยสารสาธารณะ
- สภาพถนนหนทาง

นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจหรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไปและถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วนก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกอาจพิจารณาได้จากระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพักสถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) เช่น

- ร้านอาหาร
- ร้านค้าต่าง ๆ เช่น ร้านขายของบริษัทบริการการท่องเที่ยว

ร้านของที่ระลึก

- การบริการอื่น ๆ เช่น ร้านตัดผม ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

ร้านเช่ารถ

- ระบบสาธารณูปโภค
- ตู้เอทีเอ็ม
- สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ฯลฯ

5. ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอพร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่และที่พักรออยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนักทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น

- โรงแรม
- รีสอร์ท
- บังกะโล
- เกสต์เฮ้าส์ ฯลฯ

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวคือความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Availablepackage) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการนำแนวความคิดมาใช้ในการศึกษาในครั้งนี้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.3.1 แนวคิดความพึงพอใจ

วิชาน จินาภักดิ์ (2555, หน้า 6) กล่าวว่า คำว่า “ความพึงพอใจ” มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษ “Satisfaction” ซึ่งหมายถึงความรู้สึกดีในระดับที่ต้องการนอกจากนั้นยังมีนักวิชาการหลายท่านให้คำจำกัดความ “ความพึงพอใจ” ในความหมายต่าง ๆ ดังนี้

Wolman (1973, p. 304) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า คือความรู้สึกมีความสุขเมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง

Shelly (1995 อ้างใน กิตติพงษ์ แสงสระ, 2541) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก 2 แบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุขความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบความรู้สึกทางบวกและมีความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบสิ่งทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์ได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้าการวิเคราะห์ระบบ ความพึงพอใจก็คือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการจะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่มนุษย์ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

สรุป ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุขเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับที่ต้องการ

2.3.2 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ชวลิต เหลารุ่งกาญจน์ (2538, หน้า 24-25) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการว่าเป็นมาตรการที่ใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการและในการวัดความพึงพอใจของการให้บริการสามารถวัดได้ 7 ด้าน คือ

- 1) การให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำเป็นการให้บริการอย่างกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ
- 2) การให้บริการอย่างเพียงพอโดยคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสมและเครื่องมืออุปกรณ์เพียงพอกับผู้มาใช้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดการรอคอยในการให้บริการนานเกินไป
- 3) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่ยึดตัวบุคคลไม่ดูที่ฐานะ วยวุฒิ คุณวุฒิ เป็นการให้บริการที่เสมอภาค

4) การให้บริการอย่างก้าวหน้าเป็นการให้บริการที่มีความก้าวหน้าทันสมัย ทั้งทาง ด้านผลงานและการให้บริการที่มีเทคโนโลยีทันสมัยไม่หยุดอยู่กับที่มีการพัฒนาบุคลากรใหม่ ความรู้ ความสามารถในงานที่ปฏิบัติ

5) การให้การบริการอย่างสุภาพอ่อนน้อมมีมนุษยสัมพันธ์เป็นการให้บริการ ต่อผู้ที่มาใช้บริการด้วยถ้อยคำที่ไพเราะ สุภาพ อ่อนหวาน ถูกกาลเทศะ

6) เป็นการให้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นการให้บริการที่มีรูปแบบแบบการ ให้บริการครบทุกอย่างในจุดเดียวกัน

7) สภาพแวดล้อมต่าง ๆ กัน เช่น สถานที่ตั้งมีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินมีสถานที่จอดรถ ห้องน้ำ เป็นต้น

Kotler (1997, p. 47) ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผล มาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามทีเห็นหรือเข้าใจ (Product's Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคล (Person's Expectation) ดังนั้น ระดับความพึงพอใจ จึงเป็นความแตกต่างระหว่างการทำงาน (ผล) ทีมองเห็นหรือเข้าใจและความคาดหวังระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้าง ๆ เป็น 3 ระดับ ด้วยกันและลูกค้ารายใดรายหนึ่งอาจมีประสบการณ์ อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานหรือข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับ ความคาดหวังลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) หากการทำงานหรือข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวังลูกค้าย่อมพอใจ (Satisfaction) แต่ถ้าเกินความคาดหวัง ลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้น

นอกจากนั้น ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญญา ลักษิตตานนท์ (2546, หน้า 90-93) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่าง การรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler, 2003, p. 61) ถ้าผลของ การทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ เท่ากับความคาดหวังของลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความ คาดหวังมากลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมาก

สรุป ความสำคัญของความพึงพอใจ หมายถึง ปัจจัยสำคัญในการสร้างความ พึงพอใจที่มีลักษณะเป็นความรู้สึกยินดีพอใจต่อการให้บริการของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเมื่อ ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางแผนไว้ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกันย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หรือองค์ประกอบที่แตกต่างกัน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการพึงพอใจของผู้รับบริการ (นปภา พิสิฐมุกดา, 2551) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ซึ่งในการวิจัยนี้ หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวผับร้อยรั้งอันเป็นทรัพยากร การท่องเที่ยวด้านสถานที่บริการหมายถึงการคมนาคมที่เข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริม แนะนำบริการ หมายถึง ด้านการประชาสัมพันธ์การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวและด้าน สภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ได้จัดเตรียมไว้สำหรับบริการ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวผับร้อยรั้งเป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ t-test และ F-test

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีสถิติวิเคราะห์ที่ให้เลือกใช้หลายตัวแต่ละตัวมีเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้น (basic assumption) และหลักการวิเคราะห์แตกต่างกัน เฉพาะที่คุ้นเคยและใช้กันทั่วไป ได้แก่ Z – Test, t – test, F - Test และ ANCOVA สำหรับงานวิจัยเล่มนี้จะเสนอเฉพาะ t – test กับ F - Test

หลักการเปรียบเทียบ

หลักการเปรียบเทียบการเปรียบเทียบสิ่งใด ๆ ก็ตามจะต้องมีส่วนประกอบอย่างน้อย 2 ส่วนร่วมกันคือ

1. กลุ่มเปรียบเทียบ ต้องมีอย่างน้อย 2 กลุ่ม เพื่อใช้เปรียบเทียบกันกลุ่มหรือสิ่งของทั้งสองอย่างนั้นต้องมีคุณสมบัติแตกต่างกันและแยกกันอย่างเด็ดขาดเช่นการเปรียบเทียบคะแนนความเครียดเฉลี่ยระหว่างผู้ที่ได้รับการฝึกสมาธิกับผู้ฟังเพลงเบา ๆ กลุ่มเปรียบเทียบคือผู้ที่ได้รับการฝึกสมาธิกับผู้ฟังเพลงเบา ๆ ในทางการวิจัยทั่วไปเรียกกลุ่มเปรียบเทียบนี้ว่าระดับหรือกลุ่มของตัวแปรอิสระหรือในการวิจัยเชิงทดลองจะเรียกว่าสิ่งทดลอง (Intervention) ซึ่งใช้ในการให้การทดลองเพื่อให้เกิดผลหรือเกิดตัวแปรตามที่สงสัยว่าจะเป็ผลของสิ่งทดลองนั้น

2. สิ่งเปรียบเทียบ ต้องเป็นสิ่งเดียวกันถ้าใช้สิ่งที่แตกต่างกันมาเปรียบเทียบกันผลการเปรียบเทียบที่ได้จะไม่สมเหตุสมผลตามตัวอย่างข้างต้นคะแนนความเครียดเฉลี่ยเป็นสิ่งเปรียบเทียบซึ่งเป็นสิ่งเดียวกันทั้งของผู้ที่ได้รับการฝึกสมาธิกับผู้ฟังเพลงเบา ๆ แต่ถ้าใช้สิ่งเปรียบเทียบต่างกัน เช่นเปรียบเทียบว่าปากกับผมอย่างไหนดียิ่งกว่ากันหรือเปรียบเทียบความสูงของผู้ชายกับน้ำหนักของผู้หญิงผลการเปรียบเทียบจะสรุปไม่ได้หรือได้ก็จะได้ไม่สมเหตุสมผลซึ่งเปรียบเทียบในการวิจัยเรียกว่าตัวแปรตามซึ่งเป็นผลของตัวแปรอิสระที่สนใจศึกษา

คุณสมบัติของตัวแปรที่ใช้เปรียบเทียบ

1. ตัวแปรอิสระ จะแบ่งเป็นระดับหรือกลุ่มสำหรับใช้เป็นกลุ่มเปรียบเทียบก่อนจะใช้สถิติวิเคราะห์นักวิจัยจะต้องจัดกระทำให้มีคุณสมบัติให้เหมาะสมก่อนนั่นคือการจัดกระทำเป็นกลุ่มซึ่งบางส่วนจะต้องกระทำในตอนจดนับหรือเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจดนับเป็นกลุ่มหรือเป็นประเภทมาก่อน เช่น เพศ จดนับมาเป็นชายกับหญิงอาชีพก็จดนับมาเป็นประเภทอาชีพต่าง ๆ ตามที่สนใจนักเรียนก็อาจจะจดนับมาเป็นนักเรียนกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุมเป็นต้นหรืออาจจะจัดเป็นกลุ่มเปรียบเทียบหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้วซึ่งมักจะได้แก่ข้อมูลที่วัดในระดับช่วงและอัตราส่วนเช่นอายุน้ำหนักส่วนสูงคะแนนความรู้คะแนนความเชื่อเป็นต้นซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีช่วงวัดมาฉะนั้นตัวแปรอิสระที่จะใช้เป็นกลุ่มเปรียบเทียบจะต้องมีระดับการวัดเป็นกลุ่มหรือประเภทหากวัดด้วยระดับช่วงและอัตราส่วนจะต้องแบ่งเป็นกลุ่มก่อนการจัดกระทำตัวแปรอิสระให้เป็นกลุ่มมีหลักการที่สำคัญดังนี้

1.1 กลุ่มเปรียบเทียบต้องมีลักษณะแตกต่างกันมากที่สุดเนื่องจากกลุ่มเปรียบเทียบเป็นของตัวแปรอิสระซึ่งจะมีผลต่อตัวแปรตามที่เป็นสิ่งเปรียบเทียบถ้าหากระดับหรือกลุ่มของตัวแปรอิสระที่จัดเป็นกลุ่มมีลักษณะแตกต่างกันมาก ๆ จะให้ผลต่อตัวแปรตามแตกต่างกันอย่างชัดเจน เช่นการเปรียบเทียบผลการสอนสองวิธีวิธีที่หนึ่งสอนแบบบรรยายให้ฟังอย่างเดียวส่วนวิธีที่สองสอนแบบให้ฝึกปฏิบัติและค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือตำราเองวิธีการสอนทั้งสองวิธีนี้แตกต่างกันอย่างมากซึ่งก็

จะให้ผลต่อผลการสอนแตกต่างกันอย่างมากด้วยแต่ถ้าใช้วิธีการสอนคล้ายคลึงกันเช่นสอนแบบบรรยายและฉายแผ่นใสประกอบกับสอนแบบบรรยายและฉายสไลด์ประกอบผลการสอนที่ได้จะแตกต่างกันไม่ชัดเจนนักหรือการแบ่งอาชีพของกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงาน บริษัท ลักษณะการประกอบอาชีพไม่ค่อยแตกต่างกันนักแต่ถ้าแบ่งเป็นข้าราชการค้าขาย รับจ้างรายวันและเกษตรกรลักษณะการประกอบอาชีพจะแตกต่างกันมากกว่าเมื่อใช้อาชีพเป็นตัวแปรอิสระแต่ละกลุ่มอาชีพก็จะให้ผลต่อตัวแปรตามแตกต่างกันอย่างมากด้วยผลการเปรียบเทียบก็จะพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเกิดขึ้น

1.2 กลุ่มเปรียบเทียบต้องแยกกันเด็ดขาดแต่ละกลุ่มที่แบ่งจะทับหรือซ้อนกันในส่วนไม่ได้เพราะจะทำให้เกิดปัญหาในการจัดสมาชิกเข้ากลุ่มเช่นแบ่งกลุ่มอายุเป็น 15-20 ปี, 20-25 ปี, 25-30 ปี คนที่มีอายุ 20 และ 25 ปี ไม่ว่าจะจัดไว้ในกลุ่มไหนจะอยู่รวมกับกลุ่มที่มากกว่าหรือน้อยกว่าก็ได้หรือการแบ่งอาชีพแบ่งเป็นอาชีพรับจ้างกับค้าขายจะเห็นว่าคนที่เป็นพนักงานขายของตามบริษัทจะจัดไว้เป็นประเภทรับจ้างหรือค้าขายฉะนั้นเมื่อส่งคำถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบบางคนที่พนักงานบริษัทอาจจะตอบว่าเป็นอาชีพรับจ้างก็ได้เมื่อแบ่งกลุ่มทับซ้ำซ้อนกันแต่ละกลุ่มของตัวแปรอิสระก็จะให้ผลต่อตัวแปรตามแตกต่างกันไม่มากเช่นเดียวกับกรณีแรกดังกล่าวแล้ว

1.3 กลุ่มเปรียบเทียบต้องมีจำนวนสมาชิกในแต่ละกลุ่มพอ ๆ กัน ในหลักการทั่วไปกลุ่มที่ใช้เปรียบเทียบกันไม่ว่าจะแบ่งเพื่อเปรียบเทียบอะไรก็ตามจะต้องแบ่งให้มีจำนวนเท่ากันหรือใกล้เคียงกันมากที่สุดเช่นการแข่งขันชกเย่ทั้งสองฝ่ายจะต้องมีจำนวนคนเท่ากันการแข่งขันชกมวยนักมวยทั้งสองฝ่ายจะต้องมีน้ำหนักอยู่ในพิคัดหรือรุ่นเดียวกันการแพ้ชนะกันจึงจะขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้เข้าแข่งขันการเปรียบเทียบทางสถิติก็เช่นเดียวกันถ้าจำนวนสมาชิกหรือกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มที่ใช้เปรียบเทียบมีจำนวนเท่ากันหรือใกล้เคียงกันความแตกต่างที่เกิดขึ้นจะเป็นผลของความแตกต่างของลักษณะกลุ่มถ้าจำนวนแตกต่างกันมากความแตกต่างอาจเป็นผลจากมีจำนวนแตกต่างกันมากก็ได้

1.4 การแบ่งกลุ่มต้องมีทฤษฎีหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องรองรับเนื่องจากผลการวิจัยที่ได้จากการเปรียบเทียบเมื่อได้ข้อสรุปแล้วจะต้องมีการยืนยันผลด้วยการเปรียบเทียบกับทฤษฎีหรือผลงานการวิจัยของผู้อื่นเพื่อให้ผลการเปรียบเทียบน่าเชื่อถือได้มากขึ้นถ้าแบ่งกลุ่มโดยไม่มีทฤษฎีหรืองานวิจัยในอดีตสนับสนุนการสรุปผลในตอนสุดท้ายของการทำวิจัยจะทำได้ลำบากและอาจจะไม่เป็นที่ยอมรับได้ เช่น อายุถ้าแบ่งเป็นกลุ่มละ 5 ปีต้องเริ่มจาก 0-4, 5-9, 10-14 เป็นต้น

1.5 แต่ละกลุ่มต้องมีสมาชิกมากเพียงพอเพื่อการเปรียบเทียบ สถิติที่ใช้กับการเปรียบเทียบมักจะกำหนดจำนวนสมาชิกหรือตัวอย่างในแต่ละกลุ่มไว้ว่า ถ้าจะให้ผลดีจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่าเท่าไร เช่น ถ้าต้องการเปรียบเทียบด้วย t-test ก็ต้องไม่น้อยกว่า 5 นอกจากนั้นถ้ามีจำนวนน้อยก็อาจจะเป็นตัวแทนของประชากรทำให้ไม่สามารถสรุปอ้างอิงไปถึงประชากรได้อย่างสมบูรณ์

1.6 การแบ่งกลุ่มต้องมีจำนวนกลุ่มไม่มากหรือน้อยเกินไปเนื่องจากมีข้อจำกัดดังกล่าวข้างต้นถ้าแบ่งกลุ่มมาก ๆ ก็เป็นการยากที่จะทำให้กลุ่มทั้งหมดมีความแตกต่างกันมากที่สุดหรือถ้าทำได้จำนวนในแต่ละกลุ่มก็จะมีจำนวนน้อยเกินไปซึ่งก็จะมีข้อจำกัดในการเลือกใช้สถิติ

ดังกล่าวแล้วถ้าต้องการให้มีจำนวนมากเพียงพอก็เป็นภาระที่ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยเป็นจำนวนมากด้วยถ้าเป็นไปได้ควรแบ่งจำนวนกลุ่มให้อยู่ระหว่าง 2-5 กลุ่มจะพอเหมาะที่สุด

2. ตัวแปรตาม การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยตัวแปรตามจะต้องวัดในระดับช่วงหรืออัตราส่วนมีลักษณะเป็นข้อมูลต่อเนื่องเก็บตัวอย่างด้วยการสุ่มและมีการแจกแจงเป็นแบบโค้งปกติ (Normal Distribution) ส่วนมากต้องมีความแปรปรวนของประชากรเท่ากันเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวัดในแต่ละคนแล้วจึงนำมาหาค่าเฉลี่ย แต่ถ้าข้อมูลของตัวแปรตามไม่มีการแจกแจงเป็นแบบโค้งปกติควรใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่หรือใช้การเปรียบเทียบด้วยนอนพารามตริก

ผลของการเปรียบเทียบ

ในการเปรียบเทียบกันผลที่ได้รับจะมีข้อสรุปว่า

1. กลุ่มเปรียบเทียบกันนั้นมีสิ่งเปรียบเทียบแตกต่างกันโดยกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีค่าหรือปริมาณมากกว่า
2. กลุ่มเปรียบเทียบกันนั้นมีสิ่งเปรียบเทียบไม่แตกต่างกันคือเหมือนกันหรือเท่ากัน
3. กลุ่มเปรียบเทียบกันนั้นมีสิ่งเปรียบเทียบต่างกันหรือเหมือนกันอย่างไรถ้าต่างกันต่างกันแบบต่างกันคือกลุ่มหนึ่งมากอีกกลุ่มหนึ่งน้อยหรือว่าต่างกันแบบเหมือนกันคือกลุ่มหนึ่งมากอีกกลุ่มหนึ่งก็มากแต่มากกว่ากันเท่านั้น
4. สรุปไม่ได้ว่ากลุ่มเปรียบเทียบนั้นมีสิ่งเปรียบเทียบแตกต่างกันหรือไม่

จากหลักการดังกล่าวนี้ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มเปรียบเทียบนักวิจัยจะต้องพยายามสรุปผลการเปรียบเทียบหรือผลการวิจัยที่ได้ให้ชัดเจนว่าค่าเฉลี่ยที่นำมาเปรียบเทียบกันนั้นแตกต่างกันหรือไม่ถ้าแตกต่างกันจะต้องบอกต่อไปด้วยว่ากลุ่มใดมีค่าเฉลี่ยมากกว่ากัน แต่ถ้าพบว่าผลการเปรียบเทียบไม่แตกต่างกันอาจจะสรุปว่าไม่แตกต่างกันหรืออาจจะบอกว่าจากข้อมูลที่ได้มาอย่างไม่อาจสรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มเปรียบเทียบแตกต่างกันก็ได้

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจะแยกความแปรปรวนเป็น 3 แหล่ง ดังนี้

1. ความแปรปรวนรวม (MST) เป็นความแปรปรวนที่คำนวณจากข้อมูลทุกกลุ่มรวมกันในการคำนวณจะหาค่าเฉลี่ยรวม (X) ก่อนแล้วจึงนำค่าเฉลี่ยรวมไปลบกับข้อมูลแต่ละตัวได้ผลลบให้ยกกำลังสองแล้วจึงนำผลลบทั้งหมดรวมกันจะได้ผลรวมของผลต่างกำลังสองรวม

2. ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (MSB) เป็นความแปรปรวนหรือความแตกต่างระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระการคำนวณทำได้เช่นเดียวกับความแปรปรวนรวมคือหาผลรวมของผลต่างกำลังสองระหว่างกลุ่มก่อนแล้วจึงหารด้วยชั้นความเป็นอิสระซึ่งชั้นความเป็นอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (df) จะเท่ากับจำนวนกลุ่มลบด้วยหนึ่ง (k-1) เมื่อ k จำนวนกลุ่มผลรวมของผลต่างกำลังสองระหว่างกลุ่มจะเป็นผลรวมของผลต่างกำลังสองระหว่างค่าเฉลี่ยแต่ละกลุ่มกับค่าเฉลี่ยรวมและคูณด้วยขนาดตัวอย่างของกลุ่มนั้น

3. ความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MSW) เป็นผลรวมของความแปรปรวนในแต่ละกลุ่มรวมกันซึ่งคำนวณหาได้ในทำนองเดียวกันคือต้องหาผลรวมของผลต่างกำลังสองภายในกลุ่ม (SSW) แล้วจึง

หารด้วยชั้นความเป็นอิสระซึ่งในความเป็นอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่มจะเท่ากับชั้นความเป็นอิสระของแต่ละกลุ่มรวมกัน $((n, 1) + (n, 1) - (n, 1) + (n-1) = (n-k))$ หรือเท่ากับชั้นความเป็นอิสระของความแปรปรวนรวมลบกับชั้นความเป็นอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม $(df-df)$ ผลรวมของผลต่างกำลังสองภายในกลุ่ม

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมตตา ธนิตนนท์ (2560) ทำการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและความพึงพอใจในการมาเที่ยวโดยด้านแรงจูงใจนั้นแบ่งเป็นด้านปัจจัยหลัก (เหตุผล) และด้านปัจจัยดึงดูดและในด้านความพึงพอใจแบ่งตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการด้านคมนาคม งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยการสุ่มแบบสะดวกและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโดยใช้สถิติค่าร้อยละส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent T-Test และ One Way ANOVA โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.05 หากพบคู่ที่แตกต่างได้ทำการทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วยการวิเคราะห์ Post Hoc แบบ LSD ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปีสถานภาพโสดมีการศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนมากเป็นนักเรียนนิสิตนักศึกษาและมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านเพศอายุและอาชีพให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับด้านความพึงพอใจพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านอายุสถานภาพสมรสอาชีพและรายได้ต่อเดือนให้ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการมาเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยสามารถนำไปช่วยปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สามารถนำเสนอรูปแบบการจัดแสดงและกิจกรรมให้แปลกใหม่น่าสนใจรวมถึงปรับเพิ่มด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ และการประชาสัมพันธ์และยังสามารถนำไปเสนอแก่หน่วยงานที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่อื่น ๆ หรือที่ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกันกับบ้านบางเขนให้สามารถนำเสนอในรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและนำไปสู่การดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

ชลิตา เฉลิมรักชาติ (2560) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการมาเยี่ยมชมวัดร่องขุนจังหวัดเชียงราย 2) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุนจังหวัดเชียงรายกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดร่องขุนจังหวัดเชียงรายจำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติค่าความถึ

ค่าร้อยละเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่า t-test ค่า One-Way ANOVA ค่า Pearson Correlation และค่า Chi-square ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21-30 ปีมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทหรือน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อวีตรองชุ่นจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวต่อวีตรองชุ่น (ก่อนหน้านี้) 1 ครั้งทราบข้อมูลข่าวสารของวีตรองชุ่นจากบุคคลใกล้ชิด / คนรู้จักเดินทางมากับครอบครัวใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากโรงแรมหรือที่พักไปเยี่ยมชมวีตรองชุ่นในแต่ละครั้ง (เฉลี่ยต่อครั้ง 1 คน) ต่ำกว่า 500 บาททัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวีตรองชุ่นโดยรวมมากที่สุดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวีตรองชุ่นโดยรวมมากที่สุดคือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวีตรองชุ่นโดยรวมมีความพึงพอใจมากในทุกด้านเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสถานที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือวีตรองชุ่นมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดดเด่นและแตกต่างจากวัดอื่นด้านราคาค่าใช้จ่ายมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคืออาหารและเครื่องดื่มภายในวัดมีราคาที่เหมาะสมผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติแรงจูงใจในการมาเยี่ยมชมวีตรองชุ่นจังหวัดเชียงรายแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศอายุอาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวีตรองชุ่น (ความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยว) และ (ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว) อายุระดับการศึกษาอาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย (แหล่งข้อมูลข่าวสารของวีตรองชุ่น) เพศระดับการศึกษาอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย (พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว) อายุอาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากโรงแรมหรือที่พักไปเยี่ยมชมวีตรองชุ่นในแต่ละครั้ง) และทัศนคติแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวีตรองชุ่นจังหวัดเชียงรายมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นนัยสำคัญทางสถิติที่ 5 โดยมีความสัมพันธ์กับทิศทางบวกในระดับสูงมาก

นาวิณ เกตุรวม (2559) ทำการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเมียนมา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ 2) ศึกษาระดับแรงจูงใจและความพึงพอใจและ 3) เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเมียนมาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงตุลาคม 2558 พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานะภาพสมรสจบการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัวมีรายได้ต่อเดือน 30,001- 45,000 บาทนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) โดยเป็นแรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดันระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.97$) และด้านปัจจัยดึงดูดระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน ($\bar{X} = 3.57$) โดยที่ความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการต้อนรับอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะการยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ดั้งเดิมของวัฒนธรรมเมียนมามีความพึงพอใจสูงที่สุดส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้าน

คมนาคมอยู่ในระดับปานกลางโดยเฉพาะเรื่องระบบการสื่อสารและสภาพของถนนหนทางมีความพึงพอใจต่ำที่สุดสำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจและความพึงพอใจพบว่าสถานภาพระดับการศึกษาอาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่อายุระดับการศึกษาอาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เสนอแนะให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรนำข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กำหนดเป็นกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยการจัดทำแพ็คเกจเดินทางท่องเที่ยวให้ครบสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวไทย

กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามและใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test, F-test ผลการศึกษา ดังนี้ 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.2 มีอายุต่ำกว่า 20 ปีร้อยละ 46.6 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช ร้อยละ 42.7 เป็นนักเรียนนักศึกษาร้อยละ 48.2 และมีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 47.12 ลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่าส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ 1 ครั้งร้อยละ 40.5 เป็นการเดินทางมาเที่ยวกับครอบครัวร้อยละ 36.7 โดยรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 68.9 ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ร้อยละ 52.4 และได้รับข้อมูลข่าวสารจากญาติ/เพื่อนร้อยละ 33.03 ปัจจัยแรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการสถานที่ท่องเที่ยวภายในหนึ่งวัน (เข้าไปเย็นกลับส่วนด้านปัจจัยดึงดูดใจ เช่น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมด้านการประชาสัมพันธ์และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลให้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาอยู่ในระดับมาก 4. ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาพบว่าด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมด้านการประชาสัมพันธ์และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก 5. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุการศึกษาและรายได้ต่อเดือนยกเว้นเพศและสถานภาพ

เจตน์สฤกษ์ สัจพันธ์ และคณะ (2559) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอลำปาง จังหวัดสงขลา งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์องค์ประกอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ (3) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ อายุ วุฒิทางการศึกษา รายได้ และความถี่ในการเที่ยวตลาดน้ำคลองแหกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห จำนวน 394 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามาเนใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามสถิติที่ใช้ ได้แก่ วิเคราะห์องค์ประกอบ ค่าเฉลี่ย

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและการทดสอบค่าเอฟ ผลการวิจัย พบว่า 1. ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มีค่ามากกว่า 0.30 ทุกตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบ ค่า Kaiser-Meyer-Olkin รวม เท่ากับ .9153 และค่า Eigenvalue มีค่ามากกว่า 1 ทุกตัวแปรและได้จัดกลุ่มองค์ประกอบความพึงพอใจการใช้บริการซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้า ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด 2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าอยู่ในระดับมากส่วนด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดด้านการบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง 3. นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหด้านการบริการและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยงานเทศบาลและชุมชนควรคำนึงถึงการให้บริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวต่อไป เทศบาลและชุมชนควรคำนึงถึงการให้บริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวต่อไป

วิวัฒน์ จันทรกิ่งทอง (2559) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติเขาปู่-เขาย่า จังหวัดพัทลุง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติเขาปู่-เขาย่า และเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลโดยศึกษากับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาปู่-เขาย่าจำนวน 400 คนและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือด้านการตอบสนองด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจและด้านการเอาใจใส่ยกเว้นด้านกายภาพซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในส่วนของ การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุอาชีพภูมิฐานะและจำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันสำคัญ : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยอุทยานแห่งชาติเขาปู่-เขาย่า เทศบาลและชุมชนควรคำนึงถึงการให้บริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวต่อไปแตกต่างกันสำคัญ : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยอุทยานแห่งชาติเขาปู่-เขาย่า เทศบาลและชุมชนควรคำนึงถึงการให้บริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวต่อไป

อังศุมาลิน ประสพพันธ์ (2557) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศ ปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างกันของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เพศอายุสถานภาพระดับการศึกษาอาชีพ รายได้ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการกับแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศและ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผู้ให้บริการกับแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการท่องเที่ยว

ต่างประเทศจำนวน 40 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและมีการทดสอบสมมติฐานสถิติเชิงอ้างอิงโดยใช้ค่า ANOVA และ Multiple Regression Analysis (MRA) เพื่อหาค่า t-test, F-test ค่า Sig สัมประสิทธิ์สหพันธ์ (R) สัมประสิทธิ์การกำหนด (R) และค่าวัดการกระจายความคลาดเคลื่อนเพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 15 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ปัจจัยด้านผู้ให้บริการกับแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศประกอบด้วยภาพลักษณ์องค์กรความภักดีต่อสินค้าและความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (2) ปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการกับแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศมีเพียงกระบวนการขายที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ (3) ลักษณะปัจจัยด้านประชากรศาสตร์สถานภาพระดับการศึกษาอาชีพรายได้ไม่มีความแตกต่างต่อแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศค่าสำคัญ : การตลาดเชิงบูรณาการ, แรงจูงใจ, บริการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ณัฐพล ศิวะพิรุฬห์เทพ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ (1) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวพักผ่อนที่ชายหาดชะอำ (2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (3) รวบรวมข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุง (4) จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาชายหาดชะอำกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรวมทั้งหมด 420 คนที่เข้ามาเที่ยวพักผ่อนที่ชายหาดชะอำอำเภอชะอำจังหวัดเพชรบุรีระหว่างเดือนเมษายน-กันยายน พ.ศ.2556 เครื่องมือเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามและคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์และนำเสนอด้วยค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบสมมติฐานค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มด้วยการทดสอบแบบ independent t-test ตัวแปรที่ศึกษาคือระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ชายหาดชะอำ 10 ตัวแปรผลการศึกษาพบว่า 1. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติพึงพอใจในแต่ละตัวแปรที่ศึกษา 10 ตัวแปรและรวมเฉลี่ย 10 ตัวแปรในระดับพึงพอใจมากนักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในตัวแปรที่ศึกษา 2 ลำดับแรกคือการคมนาคมและตัวแปรอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจในตัวแปรที่ศึกษา 2 ลำดับแรกคือการคมนาคมและที่พัก 2. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจแตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) 3 ตัวแปรคือทะเลและชายหาดการคมนาคมและตัวแปรอื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในฤดูท่องเที่ยว (High Season) และนอกฤดูท่องเที่ยว (Low Season) มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ < 0.05 2 ตัวแปรคือทะเลและชายหาดและสถานที่และสิ่งแวดล้อมนักท่องเที่ยวเพศชายและนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ในทุกตัวแปรที่ศึกษาและรวมเฉลี่ยทั้ง 10 ตัวแปร 3. จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเสนอแนะว่าเรื่องที่ต้องปรับปรุงคือสถานที่จอดรถและการจัดระเบียบการจอดรถการปรับภูมิทัศน์การขยายถนนสำหรับคนเดินและการจัดระเบียบการจราจรราคาอาหารที่ไม่

แพงเกินไปรถบริการสาธารณะความสะดวกสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการและคนชรา ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 4. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาชายหาดชะอำคือการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานให้เพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกผู้กำหนดนโยบายหรือผู้บริหารระดับสูงควรเข้าร่วมประชุมและรับฟังปัญหาและความต้องการของชุมชนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวและช่วยผลักดันให้นโยบายและความต้องการสำเร็จหาจุดเด่นและหาเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจัดการท่องเที่ยวและบริการที่มีมาตรฐานสำคัญ : ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

วิธาร จินาภักดิ์ (2555) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณจังหวัดกาญจนบุรีด้านความเป็นธรรมชาติด้านการจัดการด้านบุคลากรและด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยจำแนกตามตัวแปรเพศอายุระดับการศึกษาและอาชีพกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณจังหวัดกาญจนบุรีจำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเซฟเฟลผลการวิจัยพบว่า 1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมไม่แตกต่างกัน 3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมไม่แตกต่างกัน 4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมไม่แตกต่างกัน 5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมไม่แตกต่างกัน

วิคินีย มายอร์ (2555) ทำการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษาวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way Anova) ผลการศึกษาคือ กลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษาวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นผู้ที่ไม่ได้ทำงานประจำ มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ มากที่สุดและมีสถานภาพโสดและอาชีพ กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวโดยเดินทางมามากกว่า 3 ครั้งซึ่งการเดินทางมาเพราะว่ารู้จักหรือทราบข้อมูลจากการแนะนำของบุคคลและส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่ออาบน้ำแช่น้ำร้อนนอกจากกลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากซึ่งเหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษาวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษาวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง พิจารณาทั้ง 2 ปัจจัยนั้นเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวพบว่าท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุดและส่วนปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ แหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากด้านคมนาคมอยู่ในระดับมากด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมากจากการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบควรส่งเสริมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งให้คงเป็นธรรมชาติที่บริสุทธิ์อยู่ตลอดไปรวมถึงควรส่งเสริมและเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อความทันสมัยแต่ยังคงความเป็นธรรมชาติเอาไว้ซึ่งเชื่อว่าถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นกลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่อยู่เสมอจะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นถือเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศไทยได้อย่างมหาศาลอีกด้วย

สุริษา คำรงค์ศรี (2554) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปีจังหวัดสุพรรณบุรี, ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (การจัดการนันทนาการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: อาจารย์ดร. วินิตา เจียรนัย, อาจารย์ดร. อัครวิมล มณีอินทร์ความมุ่งหมายในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปีจังหวัดสุพรรณบุรีได้มาโดยการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้วยสถิติค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสถิติที (t-test) และสถิติ F-test และใช้ LSD ในการทดสอบความแตกต่างรายคู่ ผลการวิจัยพบว่า 1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปีจังหวัดสุพรรณบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการตลาดด้านการบริการด้านสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก 2. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปีจังหวัดสุพรรณบุรีโดยรวมและเป็นรายด้าน 4 ด้านจำแนกตามตัวแปรเพศอายุรายได้ระดับการศึกษาสรุปได้ดังนี้ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปีจังหวัดสุพรรณบุรีโดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุรายได้และระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปีจังหวัดสุพรรณบุรีโดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกัน

ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ทำการวิจัยเรื่อง เรื่องแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ Independent Sample t-test, F-test

(One – Way ANOVA) และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วย (LSD) การแจกแจงแบบ Chi-Square ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรีประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุดซึ่งประกอบด้วยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ด้านความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณี ด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถานที่ที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเยี่ยมคือ วัดภูมินทร์ ช่วงฤดูที่น่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวคือช่วงฤดูหนาว มีระยะเวลาการเดินทางมาพักค้างคืน มากกว่า เดินทางมาเช้า – เย็นกลับ สถานที่เลือกพักคือ โรงแรม มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001-7,000 บาท เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทางทำกิจกรรมไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยวมีการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก ประเภทผ้าทอมือ ผลสรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง (2554) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชมควายไทย ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อการเที่ยวชมบ้านควายไทยในภาพรวมของทุกปัจจัยหลักอยู่ในระดับความพึงพอใจมากและเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปัจจัยหลักแต่ละปัจจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับมากอันดับหนึ่งได้แก่ การบริหารด้านสถานที่บ้านควายไทยอันดับสอง ได้แก่ รายการแสดงในแต่ละรายการของบ้านควายไทย อันดับสาม ได้แก่ รูปแบบการแสดงของบ้านควายไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจน้อยต่ออัตราค่าบริการต่าง ๆ ของบ้านควายไทยและมีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อกิจกรรมส่งเสริมการขายของบ้านควายไทย

ฐิรชญา มณีเนตร (2553) ทำการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานและพฤติกรรมในการทำงานธุรกิจท่องเที่ยวชายแดน ไทย-ลาว เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานระหว่างธุรกิจนำเที่ยว กับธุรกิจโรงแรมและเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวโดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 160 คนคือธุรกิจโรงแรมจำนวน 112 คน และธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 28 คน จากการศึกษา พบว่า บุคลากรทางธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการทำงานบุคลากรทางธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าตนเองมีปริมาณงานและบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยวความผูกพันกับองค์กรอยู่ในระดับปานกลางส่วนแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมากผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจในการทำงานคุณภาพของงานในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก

บุญเหลือ มีประวัติ และคณะ (2553) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยว พระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามปัจจัยส่วนบุคคล ศึกษาจากกลุ่ม

ตัวอย่างนักท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งพนักงานบริษัทเอกชนปัจจัยของแรงจูงใจระดับมากที่สุดคือด้านอารมณ์และการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพและที่อยู่อาศัยที่ต่างกันไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินต่างกัน ยกเว้นรายได้ต่างกันทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวต่างกัน

ปกาศิต พันธุ์เพ็ง (2553) ทำการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชายชาวอเมริกัน อาชีพพนักงานบริษัทวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของผู้ตอบคือจับจ่ายสินค้าโดยมาเป็นครั้งแรกในช่วงวันหยุดพักผ่อนโดยพักค้างคืนในโรงแรมกรุงเทพมหานครมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนโดยแท้กซี่ ทราบข่าวเกี่ยวกับตลาดนัดจตุจักรจากคู่มือท่องเที่ยวโดยต้องการซื้อเสื้อผ้ามากที่สุดค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 1000-2000 บาท โดยจะกลับมาเที่ยวอีกครั้งเพราะสถานที่น่าดึงดูดใจและจะแนะนำเพื่อนหรือญาติให้มาท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักร

อัศวิน แสงพิกุล (2552) ทำการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรปมีลักษณะคล้ายกัน คือ แรงจูงใจต้องการพบเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ในสถานที่ต่าง ๆ (novelty seeking) ส่วนปัจจัยดึงดูด (pullfactor) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปเดินทางมาประเทศไทยมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชายเอเชียส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเพราะปัจจัยดึงดูดด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นปัจจัยดึงดูดหลักให้อยากเดินทางมาประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปมีความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น การวางแผนการเดินทาง ระยะเวลาพำนัก กิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูลข่าวสาร

เบญจมาศ ลากจิตร (2552) ทำการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1.ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวโปแลนด์ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย 3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่มีต่อระดับความพึงพอใจ

ศรินยา ละอองอินทร์ (2552) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวสหราชอาณาจักรต่อโรงแรมอะมารีรินคำ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุหรือนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปชาวสหราชอาณาจักรต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งห้องพักห้องอาหารการบริการและบุคลากรของโรงแรมอะมารีรินคำรวมทั้งเสนอแนวทางปรับปรุงและแก้ไขโดยผลการศึกษาพบว่าด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสหราชอาณาจักรต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ของโรงแรมอะมารีรินคำจังหวัดเชียงใหม่ในด้านปัจจัยส่วนบุคคลคือเพศถิ่นที่อยู่สภาพรายได้ระยะเวลาในการเข้าพักและแหล่งข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคิดเป็นร้อยละ 52.00 ส่วนใหญ่มาจากประเทศอังกฤษคิดเป็นร้อยละ 52.00 สถานภาพแต่งงานแล้วคิดเป็นร้อยละ 53.60

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 35,001-45,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 34.40 มีระยะเวลาในการพักโดยเฉลี่ยมากกว่า 6 วันคิดเป็นร้อยละ 45 และแหล่งข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยวมีอิทธิพลในการสำรองห้องพักมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.60 ด้านความพึงพอใจผลการวิเคราะห์พบว่าระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในโดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดต่อด้านสวนของโรงแรมและมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือที่จอดรถด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคั่นส่วนบุคคลกับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าเพศหญิงโดยกลุ่มตัวอย่างที่มาจากประเทศไอร์แลนด์มีสถานภาพหย่าร้างรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ระยะเวลาในการพักผ่อนมากกว่า 6 วัน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม

ปวีริศา สุทธิสาร (2551) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของผู้มาเยี่ยมชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมชมเพราะเห็นคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของพนักงานของนครประวัติศาสตร์และเป็นมรดกโลกของพระนครศรีอยุธยาได้เดินทางมาเที่ยวชมมากกว่า 3 ครั้งรู้จักนครประวัติศาสตร์จากสื่อต่าง ๆ ทางสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุและสื่ออื่น ๆ มีความประทับใจในประวัติศาสตร์ความเป็นมาของโบราณสถานต่าง ๆ เสียค่าใช้จ่ายในการเที่ยวชมครั้งละ 500 ถึง 1,000 บาท สาเหตุที่มาเที่ยวชมเพราะมาพักผ่อนและชมโบราณสถาน สถานที่ชอบมาเที่ยวชม คือ พระศรีสรรเพชญ์ได้เดินทางมากับครอบครัวเวลาที่มาเที่ยวชม เวลา 08.30-10.00 น. ใช้เวลาในการท่องเที่ยวชมมากกว่า 3 ชั่วโมงและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยผู้มาเที่ยวชมจะมีความพึงพอใจเมื่อมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่าที่เป็นอยู่โดยผ่านสื่อทุกรูปแบบและมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องมีการรักษาความปลอดภัยให้มากกว่าที่เป็นโดยการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและมีการดูแลรักษาความปลอดภัยให้ได้มาตรฐาน พร้อมมีการจัดสถานที่นั่งพักผ่อนให้แก่ผู้มาเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ พร้อมมีการแจกเอกสารประกอบการเที่ยวชมให้แก่ผู้มาเที่ยวชมและมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการข้อมูลในทุกวันหยุด มีการรักษาความสะอาดให้ทั่วถึงขยายสถานที่จอดรถน้ำดื่มจะมีบริการหรือไม่ก็ได้ขอให้มีการขึ้นค่าธรรมเนียมการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์และสถานที่ต่าง ๆ ในนครประวัติศาสตร์สำหรับชาวต่างชาติมีการตกแต่งร้านให้เป็นเอกลักษณ์มากขึ้นและมีโครงสร้างของร้านที่เหมือนกันปัญหาคือการที่จอดรถยากในช่วงเทศกาลข้อเสนอแนะมีการขยายพื้นที่จอดรถพร้อมมีการจัดสวนดอกไม้และเพิ่มการรักษาความปลอดภัยให้ได้มาตรฐาน

มนตรี ปรางสูงเนิน (2551) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณน้ำตกพลิวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษา พบว่าระดับความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละประเภท ได้แก่ ทางเดิน ถนน ที่จอดรถ ถึงขยะ/ระบบจัดการขยะ ห้องสุขา ป้ายบอกทิศทาง ป้ายค่าเดือน ป้ายสื่อความหมาย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติพื้นที่กางเต็นท์ บ้านพักนักท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายอาหาร ม้านั่งโต๊ะและอาคารที่ทำการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทซึ่งหมายถึงว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการทดสอบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

ด้วยวิธีไคกำลังสอง (chi-square test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยที่นำมาทดสอบ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนา ประเภทและขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่ามีเพียงปัจจัยด้านรายได้และลักษณะการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เยาวภา จันทร์สอน (2550) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความหลากหลายของสินค้าเนื่องจากตลาดหนองมนมีสินค้าให้เลือกซื้อเลือกชมหลายชนิดและหลายร้านทำให้นักท่องเที่ยวได้เลือกได้เปรียบเทียบสินค้าและราคารวมถึงคุณภาพและปริมาณของสินค้านั้น ๆ นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดหนองมน ได้แก่ ระยะเวลาในการเดินทางซึ่งปัจจัยด้านการเดินทาง ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทางและพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมีความสำคัญต่อการก่อให้เกิดความพึงพอใจถ้าผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวเป็นคนรู้จักกันและมีจุดประสงค์ในการเดินทางเหมือนกันทำให้เดินทางท่องเที่ยวสนุกไม่เกิดความเบื่อหน่ายและเป็นกันเองพาหนะที่ใช้ในการเดินทางก็ เช่น เดียวกันเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดความสะดวกสบาย