



พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว
ทางทะเลภาคตะวันออก

BEHAVIOR AND EXPECTATION OF TOURISTS TOWARDS SEA
TOURISM IN EASTERN REGION

ชิตชนก ศรีเมือง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว
ทางทะเลภาคตะวันออก

ชิตชนก ศรีเมือง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

BEHAVIOR AND EXPECTATION OF TOURISTS TOWARDS SEA
TOURISM IN EASTERN REGION

CHIDCHANOK SRIMUANG



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE MASTER DEGREE
OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY KRUNGTHEP
ACADEMIC YEAR 2018
COPYRIGHT OF RAJAMANGALA UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY KRUNGTHEP

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก
โดย	ชิตชนก ศรีเมือง
สาขาวิชา	-
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิงแก้ว เอี่ยมแฉล้ม)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนตรี สังข์ทอง)

..... กรรมการ
(ดร.ปรมินทร์ โฆษิตกุลพร)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ)

Independent study	Behavior and expectation of tourists towards sea tourism in eastern region.
Author	Chidchanok Srimuang
Major	-
Advisor	Assistant Professor Dr. Kittipong Sophonthummapharn

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology
krungthep approved this Independent study as partial fulfillment of the requirement
for the master degree of Business Administration.

..... Dean of Faculty of Business Administration
(Assistant Professor Dr. Kingkaew Eiamchalam)

Examination Committee

..... Examination Committee Chairperson
(Assistant Professor Dr. Montri Sangthong)

..... Committee
(Dr. Paramin Khositkulporn)

..... Committee and Advisor
(Assistant Professor Dr. Kittipong Sophonthummapharn)

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระ เรื่อง พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก ฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้ศึกษาได้รับความกรุณาอย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้คอยแนะนำช่วยเหลือและมีส่วนผลักดันที่ทำให้งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนตรี สังข์ทอง ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่กรุณาให้คำชี้แนะเพื่อให้งานวิจัยสำเร็จด้วยดี ขอขอบพระคุณ ดร.ปรมินทร์ โฆษิตกุลพร กรรมการสอบ ดร.คุณากร ไวยวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวรัตน์ แสงวิภาค ประธานกรรมการสอบหัวข้องานค้นคว้าอิสระที่ประสิทธิภาพวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งให้แก่ผู้วิจัย และคุณแวววิเชียร ม่วงคง เจ้าหน้าที่หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่คอยให้กำลังใจ ตลอดจนให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านเกี่ยวกับการศึกษา ขอขอบพระคุณ คุณสุรีพร หวานแท้ และ คุณณภาพร นฤภัย ที่ให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยเหลือเกี่ยวกับการทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วง รวมถึงเพื่อน ๆ MBA รุ่น 4 ทุกท่านตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่ร่วมใจช่วยเหลือเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จเป็นรูปเล่มได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ชิตชนก ศรีเมือง

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก
โดย	ชิตชนก ศรีเมือง
สาขาวิชา	-
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวทะเลในภาคตะวันออก และเปรียบเทียบพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ใน 4 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ไคสแควร์ (Chi – Square Test) และ F-Test

ผลจากวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว โดยได้รับข้อมูลมาจากเพื่อนหรือญาติ ส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์ - วันอาทิตย์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจมากที่สุด คือชายหาด และถ้ามีโอกาสจะมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด มีความแตกต่างกันในหลายประเด็น ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทาง และแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ ยกเว้นประเด็นการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งจะพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนผลการวิจัยด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวพบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด มีความคาดหวังแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ เมื่อแยกวิเคราะห์เป็นรายจังหวัดพบว่า นักท่องเที่ยวที่จังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่อื่น ๆ มากที่สุด และคาดหวังในความสะอาดของสถานที่พักผ่อนที่สุด นักท่องเที่ยวที่จังหวัดระยองมีความคาดหวังในสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหารมากที่สุด และคาดหวังการได้รับส่วนลดอาหารน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวที่จังหวัดจันทบุรีมีความ

คาดหวังความเป็นธรรมมากที่สุด และคาดหวังการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมน้อยที่สุด สุดท้ายนักท่องเที่ยวที่จังหวัดตราดมีความคาดหวังในสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหารมากที่สุด และคาดหวังในความสะดวกของสถานที่พักน้อยที่สุด

คำสำคัญ: พฤติกรรม, ความคาดหวัง, การท่องเที่ยวทางทะเล



Independent study	Behavior and Expectation of tourists towards sea tourism in eastern region.
Author	Chidchanok Srimuang
Major	-
Advisor	Assistant Professor Dr. Kittipong Sophonthummapharn
Academic Year	2018

Abstract

This research aimed to study behavior and expectation towards sea tourism in the eastern region and also compared behavior and expectation of 400 tourists from four provinces i.e. Chon Buri, Rayong, Chanthaburi, and Trat. Questionnaire was used as the research instrument to collect the data. The descriptive statistics of frequency, percentages, means, and standard deviation were used for the general data analysis while the inferential statistics of Chi – Square Test and F-Test were used for the hypothesis test, respectively.

According to the research findings, most of the respondents were female, aged 21-30 years old with single marital status. These respondents obtained the upper secondary education or equivalent and currently worked as the company employees with the monthly income of 10,001 – 20,000 Baht. They travelled for the main purposes of relaxation and resting. Most of the tourists traveled with their families on Saturday and Sunday. They received the tourist information from their friends or relatives and most interested place was the beaches. They also stated that they would come back again.

In regard with the research findings on the behavior of the tourists, the tourist in four provinces overall indicated the difference in many aspects e.g. the traveling purposes, fellow travelers, receiving of tourism-related information, traveling periods, and interested tourist attractions. However, there was no difference on the re-visiting of such tourist attractions. In terms of the expectation, the tourists in four provinces generally had the different expectations on the aspect of products and services, prices, distribution channels, marketing promotion, personnel, physical matters, and

processes. When separately analyzed by each province, it was found that the tourists in Chon Buri province expected most the convenience on traveling to other places and expected least on the cleanness of their accommodations. For the tourists in Rayong province, they expected most the accommodations that were located near food supply and expected least the food discount. The tourists in Chanthaburi province expected most the naturalness and expected least the public relations through the activities. Finally, the tourists in Trat province expected most the accommodations that were located near food supply and expected least the cleanness of their accommodations.

Keywords: Behavior, Expectation, Sea Tourism



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิด	3
1.5 วิธีการดำเนินงาน	4
1.6 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.7 นิยามเฉพาะ	5
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง	13
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด	14
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	15
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินงาน	24
3.1 ประชากรและตัวอย่าง	24
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	32
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	32
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	32
4.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก	39
4.4 การวิเคราะห์ความคาดหวังในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก	45
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	74
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	135
5.1 สรุปผลการวิจัย	135
5.2 การอภิปรายผล	141
5.3 ข้อเสนอแนะ	145
บรรณานุกรม	147
ภาคผนวก	150
ภาคผนวก ก แบบรับรองการมีจรรยาบรรณในการทำการค้นคว้าอิสระ	151
ภาคผนวก ข หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญในการประเมินแบบสอบถาม	154
ภาคผนวก ค ตารางแสดงผลการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง	158
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม	161
ประวัติส่วนตัว	167

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก	2
ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) (ต่อ)	11
ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	30
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ	33
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ	34
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตาม ระดับการศึกษา	35
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามสถานภาพ	36
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามอาชีพ	37
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	38
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง	39
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของการเดินทางมาท่องเที่ยว	40
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว	41
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว	42
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามแหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่ท่านสนใจ	43
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของการมาท่องเที่ยวอีกครั้ง	44
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	45
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จังหวัดชลบุรี	46
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จังหวัดระยอง	47
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จังหวัดจันทบุรี	48

[illegible]

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านบุคลากร จังหวัดระยอง	63
ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านบุคลากร จังหวัดจันทบุรี	64
ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านบุคลากรจังหวัดตราด	65
ตารางที่ 4.38 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกายภาพ	66
ตารางที่ 4.39 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกายภาพจังหวัดชลบุรี	66
ตารางที่ 4.40 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกายภาพ จังหวัดระยอง	67
ตารางที่ 4.41 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกายภาพ จังหวัดจันทบุรี	68
ตารางที่ 4.42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกายภาพจังหวัดตราด	68
ตารางที่ 4.43 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ	69
ตารางที่ 4.44 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ จังหวัดชลบุรี	70
ตารางที่ 4.45 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ จังหวัดระยอง	71
ตารางที่ 4.46 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ จังหวัดจันทบุรี	72
ตารางที่ 4.47 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ จังหวัดตราด	73
ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการเดินทาง)	74
ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร)	75
ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด)	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว)	77
ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่ท่านสนใจ)	78
ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ถ้ามีโอกาสท่านจะมาท่องเที่ยวทะเลภาคตะวันออกอีกหรือไม่)	79
ตารางที่ 4.54 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง	80
ตารางที่ 4.55 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวัง การท่องเที่ยวจำแนกตามจังหวัด	80
ตารางที่ 4.56 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง การท่องเที่ยว	81
ตารางที่ 4.57 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด	83
ตารางที่ 4.58 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด	84
ตารางที่ 4.59 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) จำแนกตามจังหวัด	85
ตารางที่ 4.60 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด	86
ตารางที่ 4.61 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด	87
ตารางที่ 4.62 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด	88
ตารางที่ 4.63 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด	89
ตารางที่ 4.64 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง การท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ)	90

[illegible]

[illegible]

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่ต่างกัน มีความแตกต่างกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวภาคตะวันออก	138
ตารางที่ 5.2 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่าง มีความแตกต่างกับความคาดหวัง การท่องเที่ยวภาคตะวันออก	139
ตารางที่ 5.3 ผลวิเคราะห์การทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวัง การท่องเที่ยว ภาคตะวันออก	140



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด

3



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้เติบโตขึ้นอย่างมากในทศวรรษที่ผ่านมา ความอุดมสมบูรณ์ ความสวยงามของทะเล และพื้นที่บริเวณชายฝั่งทำให้ประเทศไทย กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทยในทะเลจีนใต้ และชายฝั่งทะเลอันดามันในมหาสมุทรอินเดียได้ถูกนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวนี้เป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทยเป็นอย่างมาก การตลาดได้มีวิวัฒนาการปรับเปลี่ยนไปตามปัจจัยสภาพแวดล้อมต่าง เพื่อให้มีความเหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม และพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาภายใต้สภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น (พรทิพย์ บุญญาณ และ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ, 2560) อันเนื่องมาจากการที่เมืองไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายทั้งโบราณสถาน ดินแดนประวัติศาสตร์ แหล่งธรรมชาติ ชุมชนและศิลปวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีรูปแบบวิถีชีวิตที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวผจญภัยกับการท่องเที่ยวสัมมนาแบบหมู่คณะ เรียนรู้วิถีชีวิตพื้นบ้าน การร่วมเป็นส่วนหนึ่งในเทศกาลงานประเพณีซึ่งล้วนแล้วแต่สร้างประสบการณ์น่าจดจำรำลึกให้กับนักท่องเที่ยวที่ก้าวเข้าไปพบความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในภูมิภาคตะวันออก

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด ตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย เนื้อที่ทั้งหมด 17,072 ตารางกิโลเมตร หรือ 10,670,000 ไร่ จังหวัดชลบุรีมีระยะทางใกล้กรุงเทพมหานครมากที่สุด ประมาณ 81 กิโลเมตร รองลงมา คือ จังหวัดระยอง 179 กิโลเมตร จังหวัดจันทบุรี 245 กิโลเมตร และจังหวัดตราด 315 กิโลเมตร ตามลำดับ

การท่องเที่ยว มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงทั้งในด้านรายได้ และอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับ 1 ของประเทศ ปี 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 19,757,639 คน รายได้จากการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับ 2 ของประเทศ ปี 2555 มีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 140,046 ล้านบาท โดยสัดส่วนของรายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ระดับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับนานาชาติ และสามารถท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก

จังหวัด	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)		การเปลี่ยนแปลง โดยเฉลี่ย	
	ปี 2554	ปี 2555	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก	124,360.98	140,046.01	15,685.03	12.61
ชลบุรี	94,845.90	101,835.31	6,989.41	7.37
ระยอง	17,891.39	22,294.76	4,403.37	24.61
จันทบุรี	4,125.66	4,213.8	88.14	2.14
ตราด	7,498.03	11,702.14	4,204.11	56.07

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว และจากการคำนวณ: สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2555, ออนไลน์.

จำนวนนักท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก ปี 2555 มีจำนวนรวม 19,757,639 คน เป็นคนต่างชาตินับจำนวน 12,942,886 คน คนไทยจำนวน 6,814,753 คน จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดเดียวที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติกระจายตัวในทุกจังหวัดในจำนวนใกล้เคียงกันกระจายอยู่ในจังหวัดตราดมากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นชายหาด และหมู่เกาะซึ่งเป็นจุดขายสำคัญของกลุ่มจังหวัด ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาและศิลปวัฒนธรรม ส่วนใหญ่เป็น ศาสนสถานกระจายตัวอยู่ในจังหวัดชลบุรี และจังหวัดจันทบุรีมากที่สุด ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ และสวนลักษณะพิเศษ (Theme Park) กระจุกตัวอยู่ในจังหวัดชลบุรีมากที่สุด ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรม และความสนใจพิเศษ ได้แก่ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชิงเกษตร และเชิงสุขภาพ มีมากที่สุดในจังหวัดชลบุรีรองลงมา คือ จังหวัดระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด ตามลำดับ (สำนักงานสถิติจังหวัดชลบุรี/ระยอง/จันทบุรี/ตราด, 2558)

จากที่กล่าวมาภาคตะวันออกเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ที่มีความสวยงามและความน่าสนใจอย่างมากแตกต่างกันออกไป สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกได้เป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทะเลในภาคตะวันออก ผลจากการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางทะเล ตลอดจนสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

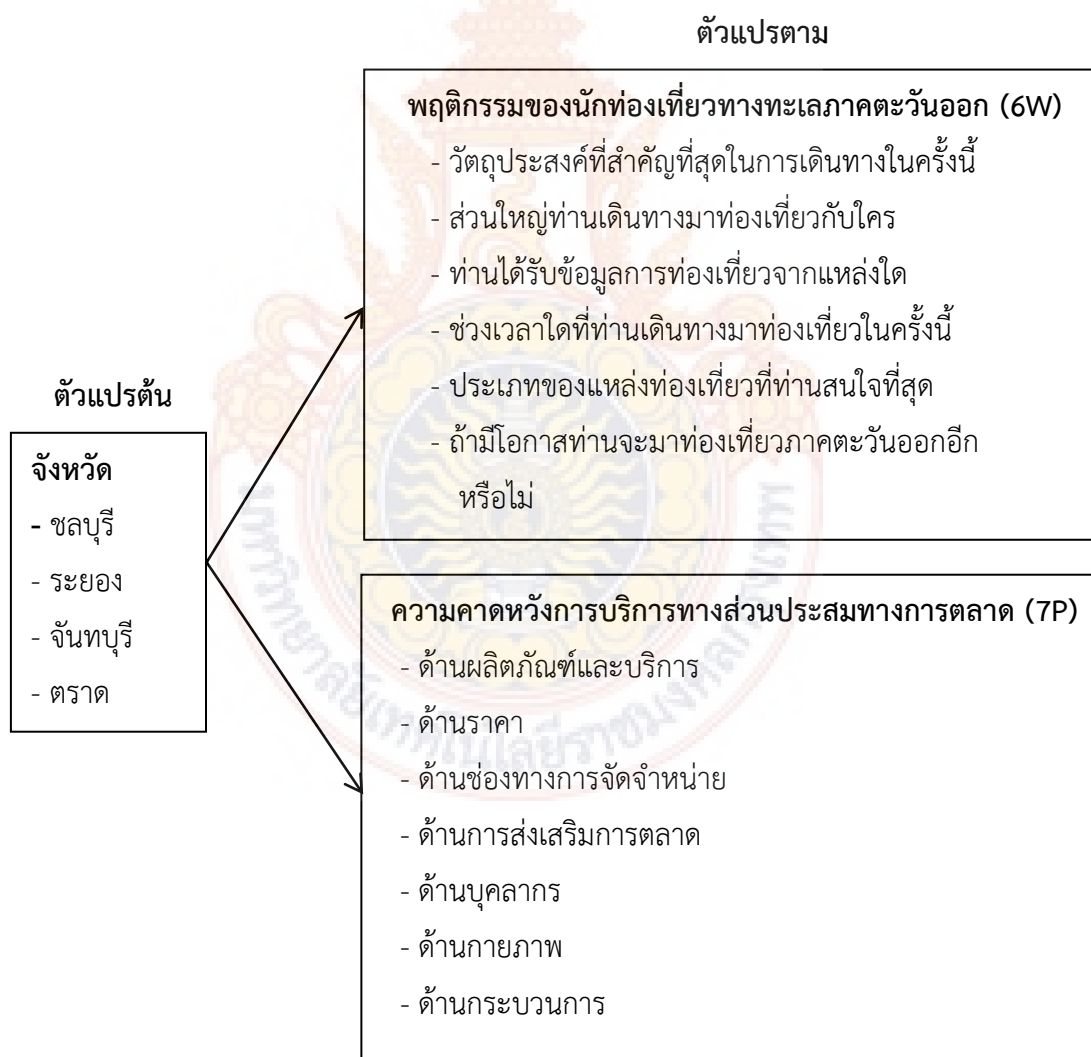
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวทะเลในภาคตะวันออก
- 1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวทะเลในภาคตะวันออก
- 1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลในภาคตะวันออก
- 1.2.4 เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังการท่องเที่ยวทะเลในภาคตะวันออก

1.3 สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมและความคาดหวังการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.4 กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด

1.5 วิธีการดำเนินงาน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวทะเลในภาคตะวันออก

กลุ่มตัวอย่าง ได้จากกลุ่มประชากรที่เคยไปท่องเที่ยวทะเลในภาคตะวันออกที่จะศึกษาเท่านั้น จำนวน 400 คน ซึ่งถือว่าเพียงพอที่จะเป็นตัวแทนของประชากรได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 3 ความคาดหวังที่ต้องการการบริการส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยจะดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการอธิบายแบบความเรียง

1.6 ขอบเขตของการวิจัย

1.6.1 ขอบเขตด้านภูมิศาสตร์ เป็นการศึกษาเฉพาะภาคตะวันออก โดยมี 4 จังหวัดที่จะศึกษาดังนี้

- 1) จังหวัดชลบุรี
- 2) จังหวัดระยอง
- 3) จังหวัดจันทบุรี
- 4) จังหวัดตราด

1.6.2 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปเที่ยวในภาคตะวันออกที่จะศึกษาเท่านั้น จำนวน 400 คน

1.6.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

- 1) ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์
- 2) ตัวแปรด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
- 3) ตัวแปรด้านความคาดหวัง

1.7 นิยามเฉพาะ

พฤติกรรม หมายถึง กิริยาอาการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับมนุษย์หรือที่มนุษย์ได้แสดง หรือปฏิบัติการที่เกิดขึ้นกับมนุษย์เมื่อได้เผชิญกับสิ่งเร้า

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้น

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.8.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความคาดหวังการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก
- 1.8.2 ทราบถึงการเปรียบเทียบประชากรศาสตร์ระหว่างพฤติกรรมและความคาดหวังของการท่องเที่ยวทะเลภาคตะวันออก
- 1.8.3 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องให้นำข้อมูลไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้
- 1.8.4 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538, หน้า 41-42) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

2.1.1 เพศ สามารถแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยดูเพศของผู้บริโภคเป็นหลักในการตอบสนองความต้องการซึ่งเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ เพราะปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคมาก เพศที่แตกต่างกันมักจะมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจในเรื่องการซื้อสินค้าบริโภคต่าง ๆ กัน

2.1.2 อายุ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าแฟชั่น กลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้าน

ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน และได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุนั้น

2.1.3 สถานภาพครอบครัว ลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ การเข้าสู่ชีวิตสมรส (อายุแรกสมรส) การแตกแยกของชีวิตสมรส (อันเนื่องมาจากการตาย, การแยกกันอยู่, การหย่าร้าง) และการสมรสใหม่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) สถานภาพสมรสเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่เกี่ยวกับเรื่องทางเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย ประเด็นสำคัญที่สุด ในการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบเกี่ยวกับสถานภาพสมรสของประชากร คือ ประเภทของสถานภาพสมรส องค์การสหประชาชาติได้รวบรวมและแบ่งแยกประเภทของสถานภาพสมรส ดังนี้

- โสด
- สมรส
- หม้ายและไม่สมรสใหม่
- หย่าร้างและไม่สมรสใหม่
- สมรสแต่แยกกันอยู่โดยไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

สถานภาพสมรส มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคล คนโสดจะมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ จะใช้เวลาน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากไม่มีภาระผูกพัน หรือคนที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบมากเท่ากับคนที่แต่งงานแล้ว

2.1.4 รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ (Income Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด มีแนวโน้มความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันในเชิงเหตุและผล ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงบุคคลที่มีการศึกษาต่อโอกาสที่จะหางานระดับสูงยาก จึงทำให้มีรายได้ต่ำ ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจเป็นเกณฑ์ รูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยม อาชีพ ระดับการศึกษา ฯลฯ นักการตลาดจะโยงเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านอื่น ๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้ อาจเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุ และอาชีพร่วมกัน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันบ่อยครั้งจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน ความหมายของคำว่า พฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำวา นิสัย แต่จะแตกต่างกันเพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ ถือว่าเป็นพฤติกรรมหากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่านิสัย ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behaviour หรือ อเมริกันเรียกว่า Behavior ซึ่ง แปลว่า การปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการ หรือการแสดงออก (สุริรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545)

2.2.1 ประเภทของพฤติกรรม (ประสิทธิ์ ทองอุ่น, 2542) กล่าวว่า ประเภทของพฤติกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) คือ พฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมเท่านั้นที่รู้ได้ บุคคลอื่นที่มิใช่เจ้าของพฤติกรรมที่จะไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรงถ้าไม่แสดงออก เป็นพฤติกรรมภายนอก บุคคลอื่นจะรู้พฤติกรรมภายในของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ ก็โดยสันนิษฐานหรือคาดเดาเท่านั้นเอง พฤติกรรมภายในนั้นเป็นกระบวนการการทำงานของสมอง (Mental Process) ซึ่งหมายถึงขั้นตอนการทำงานของสมองในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การคิด การตัดสินใจ ค่านิยม และแรงบันดาลใจ เป็นต้น

(2) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือ พฤติกรรมที่บุคคลอื่นนอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมสามารถที่จะรู้ได้ และบางพฤติกรรมเจ้าของพฤติกรรมยังมิรู้ถึงพฤติกรรมนั้นของตนเอง บุคคลอื่นจะรู้ได้ต้องอาศัย การสังเกต (Observation) ไม่ว่าจะใช้ ประสาทสัมผัสโดยตรงหรือใช้เครื่องมือ (Instrument) ช่วยในการสังเกตเพื่อให้ได้ข้อมูล

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ พฤติกรรมภายใน คือ กระบวนการการทำงานของสมอง และ พฤติกรรมภายนอก คือ สิ่งที่แสดงออก

2.2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรม (Cronbach, 1972) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ ต่อไปนี้

(1) ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่าง ก็ต้องใช้เวลานานจึงจะ

สามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะเลือกสนองความต้องการ ที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

(2) ความพร้อม (Readiness) หมายถึงระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนอง ความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถ

(3) สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

(4) การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

(5) การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนอง ความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

(6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

(7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบความผิดหวัง ในกรณีอาจจะต้องย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์เสียใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบของพฤติกรรม ประกอบด้วย ความมุ่งหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลที่ได้รับและปฏิกริยาต่อความผิดหวัง

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler (1997) การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who? What? Why? Who? When?

Where? และ How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 Os คือ Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operation ซึ่งประกอบด้วย

1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการ

2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ต้องการได้จากผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกี่ยวกับคุณสมบัติหรือประโยชน์ของสินค้าหรือบริการ

3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้บริโภคว่าจะซื้อเพื่ออะไร

4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ใช้

5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) โอกาสในการซื้อ เช่น วันธรรมดา วันเสาร์อาทิตย์ หรือนักชดถุภษ

6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ

7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก ตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย Who is in the target market?	ลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางด้าน 1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคาการ จัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด ที่เหมาะสมสามารถ สนองความพึงพอใจของ กลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร What does the consumer buy?	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ สิ่งที่ ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือคุณองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์และความแตกต่าง ที่เหนือกว่าคู่แข่ง	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์หลัก 2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 3) ผลิตภัณฑ์ควบ 4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความ แตกต่างทางการแข่งขัน
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Why does the customer buy?	วัตถุประสงค์ในการซื้อของ ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนอง ความต้องการของเขาทั้งด้าน ร่างกายและจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมการซื้อคือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทาง จิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและ วัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 3) กลยุทธ์ด้านราคา 4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ Who participates in the buying?	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือการโฆษณาและ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดโดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด When does the consumer buy?	โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี ฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน Where does the consumer buy?	ช่องทาง แหล่ง ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร How does the consumer buy?	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้กันมากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วยการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542.

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

2.3.1 ความหมายของความคาดหวัง

ซิฆนุกร พรภาณวิชัย (2540, หน้า 6) อธิบายว่า ความคาดหวังหมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่น ที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตน ต้องการ หรือคาดหวังเอาไว้

พจนานุกรมออกซ์ฟอร์ด (Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2000) ได้ให้ความหมายของความคาดหวัง เป็นความเชื่อ เป็นความรู้สึกนึกคิด ของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้า ต่อ บางสิ่งบางอย่างว่า ควรจะเป็น หรือควรเกิดขึ้น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2540, หน้า 18) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะคาดหวังว่า จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรับรู้ และ เรียนรู้เกี่ยวกับ ความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจ ความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนอง บริการที่ตรงกับ ความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจ ขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความ

สิริวรรณ อัสวกุล (2528, หน้า 1) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังของ มนุษย์เป็นการคิดล่วงหน้าไว้ก่อน ซึ่งอาจจะไม่เป็นไปตามที่คิดไว้ แต่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของ บุคคล

เคลย์ (Clay. 1988, p.252) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่า เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี เป็นความมุ่งหวังที่ดีงาม เป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็น ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่หวังไว้

2.3.2 ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom (1964, p. 91-103)

บางที่เรียกว่า ทฤษฎี V. I. E. เนื่องจากมีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญ คือ

V มาจากคำว่า Valence ซึ่ง หมายถึง ความพึงพอใจ

I มาจากคำว่า Instrumentality ซึ่งหมายถึง สื่อเครื่องมือ วิธีทางที่จะนำไปสู่ ความพึงพอใจ

E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ บุคคล มี ความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใด

วิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวัง หรือคาดหวังเอาไว้ นั้น บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ

พาราสุมาน, ไชธมอล และ แบร์รี (Parasuraman, Zeithmal and Berry, 1990) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

- 1) การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
- 2) ความต้องการของแต่ละบุคคล
- 3) ประสบการณ์ในอดีต
- 4) ข่าวสารจากสื่อ และ จากผู้ให้บริการ
- 5) ราคา

สรุปได้ว่า ความคาดหวัง คือความรู้สึกความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อ การรับรู้ของคนเรา โดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix'7Ps)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler กล่าวไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

2.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2.4.2 ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

2.4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

2.4.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

2.4.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็น ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

2.4.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

2.4.7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.5.1 นิยามบางคำทางการท่องเที่ยว(ตามนิยามของ WTO)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Internal Tourism) คือ การเดินทางของคนไทยและชาวต่างประเทศ (ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้ว) จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง หรือจากจังหวัดที่เป็นถิ่นพำนักถาวรไปยังจังหวัดอื่นชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป แต่ต้องไม่ใช่การไปทำงานประจำ เพื่อการศึกษาและไม่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดที่เดินทางไป

ผู้เยี่ยมชม (Visitor) คือ บุคคลที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักถาวรของตนเองไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ โดยมีได้รับค่าจ้างในการระหว่างการเดินทาง ดังกล่าว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ผู้เยี่ยมชมที่ค้างคืนกับผู้เยี่ยมชมที่ไม่ค้างคืน

1) ผู้เยี่ยมชมเยือนประเภทที่มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้น หรือ เรียกว่า “นักท่องเที่ยว (Tourist)”

2) ผู้เยี่ยมชมเยือนประเภทที่ไม่มีการค้างคืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้นหรือเรียกว่า “นักทัศนาจร (Excursionist or same day visitor)”

(Cohen, 1972 อ้างถึง ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548 หน้า 27) กล่าวถึงนักท่องเที่ยว 4 ประเภท แนวคิดของ Cohen คือนักท่องเที่ยวมีความต้องการ 2 อย่าง อยู่ในตัวเองอย่างแรกคือ ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ แต่ในขณะเดียวกันก็มีอีกความต้องการหนึ่งคือ ความรู้สึกปลอดภัยกับสิ่งที่เคยเคยเหมือนอยู่บ้าน และในนักท่องเที่ยว 4 กลุ่มนี้มีส่วนผสมของความต้องการทั้งสองในสัดส่วนที่แตกต่างกัน

2.5.2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

หากพิจารณาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะพบว่า การท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัย จึงจะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จสร้างความประทับใจและผลกำไร ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านที่ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ดังนี้

Pike Steven (2008) กล่าวถึง คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็น การผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่ผู้บริโภค สิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 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 ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมการขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

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

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็น แหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง แสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม การท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรม บ้านเชียง เป็นต้น

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึง เพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำ การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำน้ำ การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

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

จากความรู้เรื่ององค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่นักวิชาการได้อธิบายไว้แล้ว มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันกับทฤษฎี 5A ของ Tourism Western Australia (2008) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น

- สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions)

- สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้นซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก และกิจกรรมการประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention (MICE)

- สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions)

- สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2) กิจกรรม (Activities)

สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาดำรงพำนักของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น

กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น

- กิจกรรมเดินป่า

- กิจกรรมดูนก

- กิจกรรมส่องสัตว์

- กิจกรรมแสง สี เสียง ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นต้น

3) การเข้าถึง (Access)

สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดโดยพิจารณาจากระยะทาง จากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และคำว่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึง อาจพิจารณาได้จาก ความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสภาพถนน

การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access)
เช่น

- เที่ยวบิน
- การตรวจคนเข้าเมือง
- รถโดยสารสาธารณะ
- สภาพถนนหนทาง

นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น

4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไปและถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึง ความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวก อาจพิจารณาได้จาก ระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการ

สิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) เช่น

- ร้านอาหาร
- ร้านค้าต่าง ๆ เช่น ร้านขายของ บริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก
- การบริการอื่น ๆ เช่น ร้านตัดผม ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ร้านเช่ารถ
- ระบบสาธารณูปโภค
- ตู้เอทีเอ็ม
- สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ฯลฯ

5) ที่พัก (Accommodation)

สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคา และการบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น

- โรงแรม
- รีสอร์ท
- บังกะโล
- เกสต์เฮาส์ ฯลฯ

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว คือความสามารถในการจัดการท่องเที่ยว (Available package) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการนำแนวความคิดมาใช้ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทางทะเลในภาคตะวันออก

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง

นาวิ ชื่นใจ และ กนกวดี พิงโพธิ์ทอง (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ จากการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีช่วงอายุมากที่สุดคือช่วงอายุ 26 - 35 ปี (2) ประชาชนจังหวัดศรีสะเกษมีพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านรูปแบบของการเดินทางนิยมไปกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด (3) ประชาชนจังหวัดศรีสะเกษมีความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ โดยส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยวชายทะเลและทำกิจกรรมชายหาด (4) ประชาชนชาวจังหวัดศรีสะเกษที่มีเพศ อายุ และรายได้ต่างกันมีความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศไม่แตกต่างกัน (5) ประชาชนชาวจังหวัดศรีสะเกษ ที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน

สำนักงานสถิติจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แผนพัฒนาสถานการณ์ แนวโน้ม และยุทธศาสตร์ที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) จากการศึกษา เพื่อรวบรวมและประมวลผลข้อมูลสถิติที่น่าสนใจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด ระยะ 4 ปี และวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์ แนวโน้มของยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดดังกล่าว ด้วยการนำข้อมูลสารสนเทศมาประกอบการกำหนดผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion) ประเด็นปัญหาที่สนใจ (Critical Issue) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นยุทธศาสตร์กับตัวแปรที่สำคัญที่จะนำไปสู่การกำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เหมาะสมด้วยข้อมูลสารสนเทศตามประเด็นต่าง ๆ

พนัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจปานกลางถึงมากต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามในภาพรวม ในรายด้านส่วนใหญ่มาก เช่น ด้านความสะดวกทางกายภาพ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านการให้บริการ ด้านความปลอดภัยต่อบุคคลและทรัพย์สิน และด้านใช้จ่ายและการเงินได้ระดับความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อวิเคราะห์นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างต่อความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่า ความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวมทุกด้านในกรณีที่ช่วงอายุแตกต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกัน

สุภาพ ประภาสสวัสดิ์ (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคติและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นเฉพาะประชากรเขตกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีแบบวันเดียวกลับ จากการศึกษาพบว่า ทักษะคติของนักท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี คิดว่ามีความโดดเด่นและดึงดูดใจในเรื่องสะดวกสบายในการเดินทางมากที่สุด ส่วนของความพึงพอใจในทุกปัจจัยการตลาด 7 Ps นั้นคือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านบุคลากรโดยรวมมีระดับความพอใจอยู่ในระดับมาก และในแต่ละด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ศศิโสภณ ดวงรักษา (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยาจังหวัด ชลบุรี จากการศึกษาพบว่า สมมติฐานที่ 1 ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ทั้งในภาพรวม และรายด้านย่อยไม่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ทั้งในภาพรวมและรายด้านย่อยไม่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 3 ตัวแปรอิสระที่สามารถทำนายการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว โดยรวม มี 3 ตัวแปร โดยปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ

ศิริวรรณ จันทวงศ์ (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นต่อปัจจัยใน

การตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกัน

ชนินทร์ เก่งกล้า และธิดิ มีปลื้ม (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มามีอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุในช่วงอายุ 26-35 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-15,000 บาท ผลการศึกษาข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีในระดับมากที่สุด ในด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ทั้งในด้านทัศนียภาพและความสวยงาม และด้านความกว้างของสถานที่ ด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า การประชาสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยไป ด้านแรงจูงใจพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี คือการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีทั้งสะดวกสบายและยังมีระยะทางใกล้กับจังหวัดกรุงเทพมหานครอีกด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ตด้านการเดินทางมาของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาเที่ยว คือรถยนต์ส่วนบุคคล

พรศิริ บินนาราวี (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จากการศึกษาพบว่า จากผลการวิจัยในประเด็นความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีความแตกต่างในคะแนนเฉลี่ยรวมและในแต่ละด้าน ซึ่งชี้ให้เห็นว่ามีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงให้น้อยที่สุด อันจะนำมาซึ่งบริการท่องเที่ยวที่เหนือกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและพึงพอใจมากที่สุด

อิงอร ยิ้มมุก (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม ด้านกระบวนการจัดการ และด้านความสัมพันธ์กับชุมชน และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมู่บ้าน

คีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทั้ง 3 ด้าน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้เป็นอย่างดี สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวได้ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ประสบการณ์จริงได้ตามที่คาดหวัง และเกินสิ่งที่คาดหวังไว้



บทที่ 3

วิธีดำเนินงาน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประชากรและตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในภาคตะวันออก จากข้อมูลปี 2555 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดในภาคตะวันออก มีจำนวน 6,814,753 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดชลบุรี/ระยอง/จันทบุรี/ตราด, 2558)

3.1.2 ตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกคนในพื้นที่ และต่างพื้นที่ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคตะวันออก โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณ โดยใช้สูตร Yamane (Yamane, 1970, p. 580 – 581)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	แทน	จำนวนสมาชิกตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	e	แทน	ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

การคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากประชากร จำนวน 6,814,753 คน ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้เท่ากับร้อยละ 0.05 เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่ 95 %

$$\text{แทนค่า } n = \frac{6,814,753}{1+6,814,753(0.05)^2}$$

$$n = 399.97$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างจำนวน 399.97 คน หรือ 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกโดยเลือกจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมไป 4 จังหวัด โดยใช้วิธีเลือกแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวของทั้ง 4 จังหวัด มีความหลากหลายและความนิยมที่แตกต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละสถานที่เก็บตัวอย่างดังนี้

3.1.2.1 จังหวัดชลบุรี

1) หาดบางแสน จำนวน 50 คน

เหตุผลในการเลือก หาดบางแสน เนื่องจากชายหาดที่มีชื่อเสียงมาช้านานของจังหวัด ชลบุรีอยู่ห่างจากตัวเมืองชลบุรีเพียง 10 กิโลเมตร แยกขวาจาก ถนนสุขุมวิทตรงหลักกิโลเมตรที่ 104 เข้าไป 3 กิโลเมตร เป็นทางลาดยางตลอด ในบริเวณหาดมีเครื่องดื่ม และอาหารทะเลประเภทของกินเล่นหาบมาขาย เช่น ปลาหมึก หอยแมลงภู่ ห่อหมก ฯลฯ มีเก้าอี้ ผ้าใบ ลูกยาง ว่ายน้ำให้เช่า มีห้องอาบน้ำจัดไว้บริการ ร้านอาหารหลายแห่งเรียงรายอยู่ริมหาด (วิกิพีเดีย, ออนไลน์, 2561)

2) หาดน้ำใส จำนวน 50 คน

เหตุผลในการเลือก หาดน้ำใส กำลังเป็นหาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจอย่างมากที่สุดหาดหนึ่งในสัปดาห์ เป็นชายหาดที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเฉพาะชาวไทยเข้าชมเมื่อต้นปี 2557 จึงนับได้ว่าเป็นชายหาดน้องใหม่ยอดฮิตของสัปดาห์ มีชื่อเสียงเรื่องชายหาดที่ขาวละเอียด น้ำทะเลก็ใสสมชื่อจริงๆ แล้วยังมีขุนเขาโกล้หาดเป็นวิวทิวทัศน์ในฝันเลยทีเดียว เหตุที่ชายหาดยังคงความสวยงาม น้ำใสเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ได้แบบนี้เนื่องจากการดูแลเป็นอย่างดี ภายใต้เขตการดูแลของหน่วยสงครามพิเศษทางเรือ กองเรือยุทธการ (Thaitravelphotos, ออนไลน์, 2558)

3.1.2.2 จังหวัดระยอง

1) หาดแหลมแม่พิมพ์ จำนวน 50 คน

เหตุผลในการเลือก หาดแม่พิมพ์เป็นหาดชื่อดังของจังหวัดระยอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักกันดี เป็นหาดที่ไม่เคยเจียบเหงา ยิ่งหน้าเทศกาล วันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดยาว ๆ จะมีนักท่องเที่ยวแวะมาเที่ยวพักผ่อนที่หาดนี้ค่อนข้างมาก หาดมีความเป็นธรรมชาติสวยงาม มีแนวสนสลับทิวแถว ร่มรื่นตลอดริมหาด หน้าหาดทรายกว้าง หาดมีความลาดเอียงน้อย ทรายละเอียด ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูมรสุมคลื่นลมไม่แรงมาก สามารถเล่นน้ำได้ หาดอยู่ติดถนนเลียบติดชายหาด สามารถ

จอตระแวงพักผ่อนได้ตามจุดต่าง ๆ ตลอดแนวหาด อีกฝากถนนมีร้านค้า ให้บริการอาหาร อาบน้ำจืด ที่พักรีสอร์ท ร้านของฝากและบริการต่าง ๆ บริเวณเกือบสุดหาดมีร้านอาหารทะเลสดหลายร้าน ตั้งอยู่ติดริมชายหาดเลย (ceediz.com, ออนไลน์, 2559)

2) หาดแม่รำพึง จำนวน 50 คน

เหตุผลในการเลือก หาดแม่รำพึง อยู่ในความดูแลของอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า ในตำบลเพ อำเภอมะขาม ห่างจากตลาดบ้านเพประมาณ 8 กิโลเมตร และห่างจากตัวเมืองระยอง 11 กิโลเมตร เป็นหาดที่มีชื่อเสียงของระยอง มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเป็นประจำ เพราะเป็นหาดที่มีวิวทิวทัศน์สวยงาม มีแนวทิวสนร่มรื่นตลอดแนวหาด ทรายละเอียดนุ่มเท้า หาดมีความลาดชันน้อย และเรียบเป็นแนวทอดยาว 12 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวนิยมมานั่งเล่นนอนเล่นพักผ่อน ลงเล่นน้ำทะเล และปิกนิกกันบริเวณชายหาด บริเวณนี้มีร้านอาหารร้านค้าให้บริการอยู่หลายแห่งด้วย จึงเป็นหาดที่ค่อนข้างคึกคักตลอดแทบทั้งปี (ceediz.com, ออนไลน์, 2559)

3.1.2.3 จังหวัดจันทบุรี

1) หาดเจ้าหลาว จำนวน 50 คน

เหตุผลในการเลือก หาดเจ้าหลาว หาดทรายขึ้นชื่อของจันทบุรี ด้วยลักษณะหาดที่ตื้น ทำให้เวลาน้ำลง แนวสันทรายจะโผล่พ้นน้ำ เกิดเป็นหาดทรายขนาดกว้าง เหมาะแก่การเล่นน้ำ ลุยทรายอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ยังมีบริการเช่าเรือออกไปชมปะการังน้ำตื้นได้อีกด้วย ด้วยธรรมชาติอันสวยงามนี้ บวกกับที่พักและร้านอาหารมากมายที่เรียงรายตามถนนริมหาด ทำให้หาดเจ้าหลาวกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเมืองจันทน์ไปโดยปริยาย (Chillpainai.com, ออนไลน์, 2559)

2) แหลมเสด็จ จำนวน 50 คน

เหตุผลในการเลือก แหลมเสด็จเป็นหาดทรายเม็ดละเอียดสีขาวนวล มีความยาว 2 - 3 กิโลเมตร บรรยากาศเงียบสงบ ร่มรื่นด้วยเงาของสนทะเลและพันธุ์ไม้ชายหาดนานาชนิด ช่วงเดือน พฤศจิกายน - เมษายน คลื่นลมสงบ เหมาะแก่การไปเที่ยว เมื่อเข้าสู่ฤดูมรสุมน้ำทะเลค่อนข้างขุ่นและคลื่นแรง จึงไม่เหมาะจะเล่นน้ำในช่วงนี้ ตลอดชายหาดมีร้านอาหาร ทะเลตั้งเรียงราย มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และสถานที่สำหรับตั้งแคมป์พักผ่อนไว้คอยบริการ และยังสามารถชมเหล่าปลาในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเฉลิมพระเกียรติอ่าวคุ้งกระเบน (MThai.com, ออนไลน์, 2559)

3.1.2.4 จังหวัดตราด

1) อ่าวตาลคู่ จำนวน 50 คน

เหตุผลในการเลือก อ่าวตาลคู่ ณ เมืองตราดสัมผัสอากาศ สายลมและแสงแดด ที่อ่าวตาลคู่กับบรรดานักท่องเที่ยวที่มาเยือนและพบปะพูดคุยกับคนท้องถิ่น ลงเล่นน้ำทะเลใสมองเห็นหมู่เกาะข้างชัดเจน นั่งกินลมชมวิวและทานอาหารทะเลจากร้านค้าริมหาด ที่พร้อม

เสิร์ฟและบริการให้กับนักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงามของไทยอีกแห่งหนึ่ง (รักบ้านเกิด, ออนไลน์, 2560)

2) หาดทรายดำ จำนวน 50 คน

เหตุผลในการเลือก หาดทรายดำ ขึ้นชื่อว่าเป็นสิ่งมหัศจรรย์อีกแห่งหนึ่งที่ปรากฏอยู่ในประเทศไทย หาดทรายแห่งนี้มีเม็ดทรายดำซึ่งแตกต่างจากที่อื่นที่มักมีสีน้ำตาลหรือสีขาว ซึ่งหาดทรายสีดำเช่นนี้ในปัจจุบันนี้มีเพียง 5 แห่งในโลกเท่านั้น ได้แก่ ใต้หวน มาเลเซีย ฮาวาย ทางตอนเหนือของแคลิฟอร์เนีย และอีกแห่งหนึ่งอยู่ในประเทศไทย ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด นับว่าเป็นความภาคภูมิใจอย่างหนึ่งของคนจังหวัดตราด โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาให้เป็นท่องเที่ยวเคียงคู่กับเกาะช้างและเกาะกูด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทย และบริเวณหาดทรายดำนี้ยังมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน ยาว 1.7 กิโลเมตร ที่เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ระหว่างทางเดินจะพบสัตว์นานาชนิด ไม่ว่าจะเป็น ปูแสมและปู้ามดาบ ซึ่งปู 2 ชนิดนี้มีสีสันสวยงาม นอกจากความมหัศจรรย์แล้ว ภายในบริเวณหาดทรายดำยังมีการทำ "สปาหาด ทรายดำ" โดยมีความเชื่อว่าการนอนแช่ตัวในทรายดำแห่งนี้จะช่วยรักษาและบรรเทาอาการปวดเมื่อยตามร่างกายและยังรักษาโรค เช่น อัมพฤกษ์ อัมพาต จะช่วยให้ผู้ที่มาแช่หรือหมกตัวอยู่อยู่ในทรายหายจากอาการปวดเมื่อยได้ โดยการนอนแช่ตัวนี้จะใช้เวลา 3-4 ชม. ภายในหนึ่งครั้ง (MGR Online, ออนไลน์, 2558)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูล แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะแบบเลือกตอบ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed Ended Question) มีจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ มีจำนวน 6 ข้อ

- 2.1 วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเดินทางในครั้งนี้
- 2.2 ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร
- 2.3 ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด
- 2.4 ช่วงเวลาใดที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้
- 2.5 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจที่สุด
- 2.6 ถ้ามีโอกาสท่านจะมาท่องเที่ยวภาคตะวันออกอีกหรือไม่

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกต่อการบริการทางส่วนประสมทางการตลาด (7P) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้ายกายภาพ ด้านกระบวนการ ซึ่งแต่ละคำถามมีให้เลือก 5 ระดับ โดยใช้วิธี Likert Scale โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน	ระดับความคาดหวัง
5	คาดหวังมากที่สุด
4	คาดหวังมาก
3	คาดหวังปานกลาง
2	คาดหวังน้อย
1	คาดหวังน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ใช้เกณฑ์การแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2541) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าของชั้นที่มากที่สุด} - \text{ค่าของชั้นที่น้อยที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{(5-1)}{8} \\
 &= 0.5
 \end{aligned}$$

เกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคาดหวังในการท่องเที่ยว

ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00	หมายถึง	คาดหวังมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49	หมายถึง	คาดหวังมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49	หมายถึง	คาดหวังปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49	หมายถึง	คาดหวังน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.49	หมายถึง	คาดหวังน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงข้อเสนอแนะหรือคำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงพัฒนา หรือแก้ไขปัญหา ให้เกิดประสิทธิผล

3.2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้า

3.2.1.1 ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการทำวิจัย

3.2.1.2 สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด เสนอต่ออาจารย์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

3.2.1.3 แก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.2.1.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย หรือเนื้อหา (Index of Consistency: IOC)

3.2.1.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค และนำผลที่ได้ไปปรึกษากับอาจารย์

ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

คำถาม	ค่าความเชื่อมั่น
การบริการทางส่วนประสมทางการตลาด	
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	.915
ด้านราคา	.914
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.881
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.863
ด้านบุคลากร	.925
ด้านกายภาพ	.856
ด้านกระบวนการ	.921
ภาพรวมแบบสอบถามทั้งฉบับ	.896

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยเก็บข้อมูลจากตัวอย่างที่กำหนดจนครบตามจำนวนข้อมูลและกำหนดให้ตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.3.2 รวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หรือค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage value) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 2 สถิติเชิงอนุมาน ใช้ทดสอบสมมติฐาน

Chi – Square Test วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรต้นของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรม

F-Test หรือ (One – Way ANOVA) โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 ค่าขึ้นไป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวในการทดสอบ



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวัง โดยเปรียบเทียบพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออก โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลความหมายของผลวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

- 4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
- 4.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก
- 4.4 การวิเคราะห์ความคาดหวังในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก
- 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F – distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
χ^2	แทน	ค่าสถิติของการทดสอบ Chi Square
LSD	แทน	Least Significant Difference
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่ใช้ในการสรุปผลการทดสอบ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ

เพศ	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ชาย	91	22.80	9	9.00	19	19.00	38	38.00	25	25.00
หญิง	309	77.30	91	91.00	81	81.00	62	62.00	75	75.00
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ จำนวน 400 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.30 โดยนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 จังหวัดระยอง 100 ชุด พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 และจังหวัดตราด 100 ชุด พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ

อายุ	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ต่ำกว่า 20 ปี	25	6.30	15	15.00	9	9.00	1	1.00	-	-
21 - 30 ปี	250	62.50	82	82.00	85	85.00	37	37.00	46	46.00
31 - 40 ปี	105	26.30	2	2.00	6	60.00	52	52.00	45	45.00
41 ปี ขึ้นไป	20	5.00	1	1.00	-	-	10	10.00	9	9.00
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ จำนวน 400 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.30 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 โดยนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่ มีช่วงอายุ 21- 30 ปี ตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.00 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 จังหวัดระยอง 100 ชุด พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.00 อายุ จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็น ร้อยละ 52.00 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และจังหวัดตราด 100 ชุด พบว่า อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.00 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตาม
ระดับการศึกษา

ระดับ การศึกษา	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	26	6.50	7	7.00	2	2.00	7	7.00	10	10.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	247	61.80	89	89.00	94	94.00	33	33.00	31	31.00
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	127	31.80	4	4.00	4	4.00	60	60.00	59	59.00
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.3 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษา จำนวน 400 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด พบว่าระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 จังหวัดระยอง 100 ชุด พบว่าระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และจังหวัดตราด 100 ชุด ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีจำนวน 31

คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
โสด	306	76.50	88	88.00	66	66.00	73	73.00	77	77.00
สมรส	88	22.00	8	8.00	34	32.00	25	25.00	23	23.00
หย่าร้าง/หม้าย	6	1.50	4	4.00	-	-	2	2.00	-	-
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามสถานภาพ จำนวน 400 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 สถานภาพสมรส จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 88.00 สถานภาพสมรส จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 จังหวัดระยอง 100 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 สถานภาพสมรส จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 สถานภาพสมรส จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 จังหวัดตราด 100 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 สถานภาพสมรส จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
นักเรียนหรือนักศึกษา	63	15.80	39	39.00	7	7.00	2	2.00	15	15.00
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	5	1.30	4	4.00	1	1.00	-	-	-	-
ค้าขาย	88	22.00	42	42.00	40	40.00	1	1.00	5	5.00
พนักงานบริษัท	209	52.30	15	15.00	52	52.00	85	85.00	57	57.00
ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	35	8.80	-	-	-	-	12	12.00	23	23.00
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามอาชีพ จำนวน 400 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 ค้าขาย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด พบว่าอาชีพค้าขาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 พนักงานบริษัท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 จังหวัดระยอง 100 ชุด อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 ค้าขาย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ค้าขาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 จังหวัดตราด 100 ชุด อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ค้าขาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ต่ำกว่า 10,000 บาท	50	12.50	36	36.00	11	11.00	3	3.00	-	-
10,001-20,000 บาท	229	57.30	60	60.00	73	73.00	53	53.00	43	43.00
20,001-30,000 บาท	90	22.50	4	4.00	16	16.00	29	29.00	41	41.00
30,001 บาท ขึ้นไป	31	7.80	-	-	-	-	15	15.00	16	16.00
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 400 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 รายได้ตั้งแต่ 20,001-30,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 รายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด พบว่ารายได้ตั้งแต่ 10,001 -20,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รายได้ตั้งแต่ 20,001- 30,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 จังหวัดระยอง 100 ชุด รายได้ตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 รายได้ตั้งแต่ 20,001-30,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด รายได้ตั้งแต่ 10,001 -20,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รายได้ตั้งแต่ 20,001-30,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 รายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 จังหวัดตราด 100 ชุด รายได้ตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รายได้ตั้งแต่

20,001-30,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00

4.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเดินทางครั้งนี้	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	334	83.50	100	100.00	99	99.00	54	54.00	81	81.00
เยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง	13	3.30	-	-	1	1.00	2	2.00	10	10.00
การประชุมสัมมนา	53	13.30	-	-	-	-	44	44.00	9	9.00
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวน 400 ชุด พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.50 รองลงมาคือการประชุมสัมมนา จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับโดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด พบว่าการเดินทางมาท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 จังหวัดระยอง 100 ชุด การเดินทางมาท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 99.00 เยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด การเดินทางมาท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 การประชุมสัมมนา จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 เยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และจังหวัดตราด 100 ชุด เดินทางมาท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 เยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 การประชุมสัมมนา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของการเดินทางมาท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่ท่าน เดินทางมา ท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
คนเดียว	5	1.30	-	-	-	-	2	2.00	3	3.00
ครอบครัว	219	54.80	60	60.00	92	92.00	15	15.00	52	52.00
เพื่อน	176	44.00	40	40.00	8	8.00	83	83.00	45	45.00
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลของการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 400 ชุด พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาครอบครัว จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงคือ เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และเดินทางมาคนเดียวจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาครอบครัว จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 จังหวัดระยอง 100 ชุด เดินทางมาครอบครัว จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 92.0 มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 เดินทางมาครอบครัว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 เดินทางมาคนเดียวจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 จังหวัดตราด 100 ชุด เดินทางมาครอบครัว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 เดินทางมาคนเดียวจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว

ท่านได้รับข้อมูลการ ท่องเที่ยวจากแหล่ง ใด	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
เพื่อน/ญาติ	287	71.80	100	100.00	65	65.00	77	77.00	45	45.0
โฆษณาจากสื่อ โทรทัศน์หรือ อินเทอร์เน็ต	108	27.00	-	-	35	35.00	20	20.00	53	53.0
การจัดนิทรรศการ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว	5	1.30	-	-	-	-	3	3.00	2	2.0
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.9 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลของการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว จำนวน 400 ชุด พบว่าส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.80 จากสื่อโฆษณาโทรทัศน์/อินเทอร์เน็ต จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 จากการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด ได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 จังหวัดระยอง 100 ชุด ได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 จากสื่อโฆษณาโทรทัศน์/อินเทอร์เน็ต จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด ได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 จากสื่อโฆษณาโทรทัศน์/อินเทอร์เน็ต จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 จากการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 จังหวัดตราด 100 ชุด จากสื่อโฆษณาโทรทัศน์/อินเทอร์เน็ต จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 จากการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว

ช่วงเวลาใดที่ท่าน มักเดินทางมา ท่องเที่ยว	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
วันจันทร์ - วันศุกร์	19	4.80	-	-	-	-	5	5.00	14	14.00
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	343	85.80	100	100.00	100	100.00	76	76.00	67	67.00
วันหยุดนักขัตฤกษ์	38	9.50	-	-	-	-	19	19.00	19	19.00
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลของช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 400 ชุด พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยววันเสาร์ – วันอาทิตย์จำนวน 343 คน คิดเป็น ร้อยละ 85.80 รองลงมา วันนักขัตฤกษ์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และวันจันทร์ – วันศุกร์ จำนวน 19 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.80 ตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด มาท่องเที่ยววันเสาร์ – วันอาทิตย์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 จังหวัดระยอง 100 ชุด มาท่องเที่ยววันเสาร์ – วันอาทิตย์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด มาท่องเที่ยววันเสาร์ – วันอาทิตย์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 76.00 วันนักขัตฤกษ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 วันจันทร์ – วันศุกร์ จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.00 จังหวัดตราด 100 ชุด มาท่องเที่ยววันเสาร์ – วันอาทิตย์จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 วันนักขัตฤกษ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 วันจันทร์ – วันศุกร์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามแหล่งท่องเที่ยวไต่บ้างที่ท่านสนใจ

แหล่ง ท่องเที่ยว ไต่บ้างที่ท่าน สนใจ	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ชายหาด	331	82.80	100	100.00	68	68.00	90	90.00	73	73.00
หมู่เกาะ	56	14.00	-	-	30	30.00	-	-	26	26.00
ภูเขา	13	3.30	-	-	2	2.00	10	10.00	1	1.00
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวไต่บ้างที่ท่านสนใจ จำนวน 400 ชุด พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวสนใจชายหาด จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.80 รองลงมา คือหมู่เกาะ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ภูเขา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุดนักท่องเที่ยวสนใจชายหาด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 82.80 จังหวัดระยอง 100 ชุดนักท่องเที่ยวสนใจชายหาด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 หมู่เกาะ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ภูเขา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุดนักท่องเที่ยวสนใจชายหาด จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 ภูเขาจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 จังหวัดระยอง 100 ชุดนักท่องเที่ยวสนใจชายหาด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 หมู่เกาะ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ภูเขา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของการมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

ถ้ามีโอกาสท่านจะ มาท่องเที่ยวทะเล ภาคตะวันออกอีก หรือไม่	รวม 4 จังหวัด		จังหวัดชลบุรี		จังหวัดระยอง		จังหวัดจันทบุรี		จังหวัดตราด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
มา	399	99.80	100	100.0	100	100.0	100	100.0	99	99.0
ไม่แน่ใจ	1	0.30	-	-	-	-	-	-	1	1.0
รวม	400	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลของโอกาสในการมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 400 ชุด พบว่าส่วนใหญ่ถ้ามีโอกาสจะมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 399 คน คิดเป็นร้อยละ 99.80 และถ้ามีโอกาสอาจไม่แน่ใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 โดยแบ่งออกเป็น จังหวัดชลบุรี 100 ชุด ถ้ามีโอกาสจะมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 จังหวัดระยอง 100 ชุด ถ้ามีโอกาสจะมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 จังหวัดจันทบุรี 100 ชุด ถ้ามีโอกาสจะมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 จังหวัดตราด 100 ชุด ถ้ามีโอกาสจะมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 99.00 ไม่แน่ใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

4.4 การวิเคราะห์ความคาดหวังในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

n=400

ความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม	3.98	0.706	มาก
2. ความอร่อยและรสชาติอาหาร	3.94	0.685	มาก
3. ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ	3.89	0.668	มาก
4. ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ	3.75	0.833	มาก
5. ความสะอาดของสถานที่พัก	3.73	0.775	มาก
6. ความปลอดภัยของสถานที่พัก	3.74	0.804	มาก
7. สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด	3.85	0.784	มาก
8. สภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ	4.00	0.639	มาก
9. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ของสถานที่ท่องเที่ยว	3.72	0.722	มาก
รวม	3.84	0.570	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.84 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านสภาพแวดล้อมสวยงามมีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาด้านความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ด้านความอร่อยและรสชาติอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ด้านความปลอดภัยของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ด้านความสะอาดของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
จังหวัดชลบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม	3.99	0.643	มาก
2. ความอร่อยและรสชาติอาหาร	3.97	0.627	มาก
3. ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ	3.88	0.591	มาก
4. ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ	3.55	0.770	มาก
5. ความสะอาดของสถานที่พัก	3.53	0.784	มาก
6. ความปลอดภัยของสถานที่พัก	3.84	0.677	มาก
7. สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด	4.06	0.509	มาก
8. สภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ	4.04	0.470	มาก
9. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ของสถานที่ท่องเที่ยว	3.66	0.685	มาก
รวม	4.17	0.503	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 4.17 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านสถานที่ท่องเที่ยวสะอาดมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาด้านสภาพแวดล้อมสวยงามมีความเป็นธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ด้านความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ด้านความอร่อยและรสชาติอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านความปลอดภัยของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ด้านความสะอาดของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
จังหวัดระยอง

n=100

ความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม	3.84	0.801	มาก
2. ความอร่อยและรสชาติอาหาร	3.84	0.775	มาก
3. ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ	3.65	0.672	มาก
4. ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ	3.71	0.924	มาก
5. ความสะอาดของสถานที่พัก	3.68	0.750	มาก
6. ความปลอดภัยของสถานที่พัก	3.40	0.876	ปานกลาง
7. สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด	3.43	0.879	มาก
8. สภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ	3.81	0.647	มาก
9. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ของสถานที่ ท่องเที่ยว	3.55	0.672	มาก
รวม	3.66	0.602	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.66 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม และด้านความอร่อยและรสชาติอาหารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมาด้านสภาพแวดล้อมสวยงามมีความเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ด้านความสะอาดของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ด้านความปลอดภัยของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
จังหวัดจันทบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม	4.28	0.587	มาก
2. ความอร่อยและรสชาติอาหาร	4.15	0.626	มาก
3. ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ	4.20	0.651	มาก
4. ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ	4.20	0.636	มาก
5. ความสะอาดของสถานที่พัก	4.09	0.668	มาก
6. ความปลอดภัยของสถานที่พัก	4.12	0.686	มาก
7. สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด	4.19	0.662	มาก
8. สภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ	4.25	0.730	มาก
9. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ของสถานที่ ท่องเที่ยว	4.05	0.730	มาก
รวม	4.17	0.503	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 4.17 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านด้านความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่มมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาด้านสภาพแวดล้อมสวยงามมีความเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 68 ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ และที่พักเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านความอร่อยและรสชาติอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านความปลอดภัยของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ด้านความสะอาดของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
จังหวัดตราด

n=100

ความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม	3.80	0.682	มาก
2. ความอร่อยและรสชาติอาหาร	3.79	0.656	มาก
3. ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ	3.82	0.642	มาก
4. ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ	3.54	0.809	มาก
5. ความสะอาดของสถานที่พัก	3.60	0.778	มาก
6. ความปลอดภัยของสถานที่พัก	3.62	0.789	มาก
7. สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด	3.72	0.805	มาก
8. สภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ	3.91	0.605	มาก
9. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ของสถานที่ ท่องเที่ยว	3.63	0.706	มาก
รวม	3.71	0.545	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.71 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านสภาพแวดล้อมสวยงามมีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมา ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ด้านความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ด้านความอร่อยและรสชาติอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านความปลอดภัยของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ด้านความสะอาดของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านราคา

n=400

ความคาดหวังต่อด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ	3.88	0.701	มาก
2. ราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.91	0.699	มาก
3. ราคาของที่พักรู้สึกมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	3.78	0.704	มาก
4. ราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พักรู้สึก	3.74	0.684	มาก
5. ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.80	0.690	มาก
รวม	3.84	0.719	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.84 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านราคา เครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ราคาของที่พักรู้สึกมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และด้านราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พักรู้สึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านราคาจังหวัดชลบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ	3.97	0.481	มาก
2. ราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	4.06	0.509	มาก
3. ราคาของที่พักรู้สึกมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	3.86	0.551	มาก
4. ราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พักรู้สึก	3.64	0.628	มาก
5. ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.78	0.645	มาก
รวม	4.18	0.997	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.18 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านราคา เครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาด้านราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ด้านราคาของที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และด้านราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านราคาจังหวัดระยอง

n=100			
ความคาดหวังต่อด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ	3.59	0.780	มาก
2. ราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.61	0.777	มาก
3. ราคาของที่พักมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	3.58	0.794	มาก
4. ราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พัก	3.63	0.630	มาก
5. ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.68	0.634	มาก
รวม	3.62	0.638	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.62 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านราคา อุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ด้านราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ด้านราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ด้านราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ด้านราคาของที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านราคาจังหวัดจันทบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ	4.15	0.730	มาก
2. ราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	4.16	0.677	มาก
3. ราคาของที่พักรู้สึกมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	4.09	0.637	มาก
4. ราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พักรู้สึก	4.09	0.712	มาก
5. ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	4.00	0.778	มาก
รวม	4.18	0.997	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.18 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านราคาของที่พักรู้สึกมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และด้านราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พักรู้สึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ด้านราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านราคาจังหวัดตราด

n=100

ความคาดหวังต่อด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ	3.81	0.662	มาก
2. ราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.81	0.677	มาก
3. ราคาของที่พักรู้สึกมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	3.61	0.695	มาก
4. ราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พักรู้สึก	3.61	0.650	มาก
5. ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.74	0.661	มาก
รวม	3.72	0.561	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.72 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ และราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ด้านราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ด้านราคาของที่พักรมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และด้านราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พักร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

n=400

ความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สถานที่พักรตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.96	0.652	มาก
2. สถานที่พักรอยู่ใกล้แหล่งอาหาร	4.11	0.561	มาก
3. ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว อื่น ๆ	3.91	0.788	มาก
4. ความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/ สถานที่พักร	3.73	0.796	มาก
รวม	3.93	0.587	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.93 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อสถานที่พักรอยู่ใกล้แหล่งอาหารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมา สถานที่พักรตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และด้านความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พักร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
จังหวัดชลบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	4.01	0.389	มาก
2. สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร	4.07	0.537	มาก
3. ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว อื่น ๆ	4.09	0.552	มาก
4. ความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/ สถานที่พัก	3.61	0.709	มาก
รวม	4.09	0.631	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 4.09 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมาสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 สถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และด้านความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
จังหวัดระยอง

n=100

ความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.71	0.743	มาก
2. สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร	4.16	0.526	มาก
3. ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ	3.73	0.941	มาก
4. ความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/ สถานที่พัก	3.58	0.923	มาก
รวม	3.80	0.665	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.80 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 สถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และด้านความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จังหวัดจันทบุรี

n=100			
ความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	4.19	0.677	มาก
2. สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร	4.05	0.716	มาก
3. ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว อื่น ๆ	4.01	0.745	มาก
4. ความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/ สถานที่พัก	4.12	0.671	มาก
รวม	4.09	0.631	มาก

จากตารางที่ 4.26 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 4.09 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อสถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวกมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาด้านความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ด้านสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
จังหวัดตราด

n=100

ความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.95	0.657	มาก
2. สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร	4.14	0.427	มาก
3. ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว อื่น ๆ	3.80	0.816	มาก
4. ความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/ สถานที่พัก	3.61	0.737	มาก
รวม	3.87	0.542	มาก

จากตารางที่ 4.27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.87 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อด้านสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาสถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และด้านความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด

n=400

ความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การได้รับส่วนลดค่าอาหาร	3.64	0.864	มาก
2. การได้รับส่วนลดค่าที่พัก	3.76	0.705	มาก
3. ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	3.77	0.698	มาก
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/ อินเทอร์เน็ต	3.76	0.736	มาก
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ	3.70	0.770	มาก
รวม	3.73	0.651	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.73 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 รองลงมาการได้รับส่วนลดค่าที่พักและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ด้านการได้รับส่วนลดค่าอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด จังหวัดชลบุรี

n=100			
ความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การได้รับส่วนลดค่าอาหาร	3.82	0.575	มาก
2. การได้รับส่วนลดค่าที่พัก	3.86	0.532	มาก
3. ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	4.03	0.481	มาก
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/ อินเทอร์เน็ต	3.84	0.692	มาก
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ	3.93	0.607	มาก
รวม	3.94	0.629	มาก

จากตารางที่ 4.29 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.94 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมาด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 การได้รับส่วนลดค่าที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ด้านการได้รับส่วนลดค่าอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด
จังหวัดระยอง

n=100

ความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การได้รับส่วนลดค่าอาหาร	3.12	0.935	ปานกลาง
2. การได้รับส่วนลดค่าที่พัก	3.43	0.728	มาก
3. ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	3.41	0.712	มาก
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/ อินเทอร์เน็ต	3.66	0.742	มาก
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ	3.35	0.744	ปานกลาง
รวม	3.39	0.660	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.30 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.39 ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ตมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาการได้รับส่วนลดค่าที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และด้านการได้รับส่วนลดค่าอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด
จังหวัดจันทบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การได้รับส่วนลดค่าอาหาร	4.00	0.752	มาก
2. การได้รับส่วนลดค่าที่พัก	4.04	0.695	มาก
3. ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	3.91	0.668	มาก
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/ อินเทอร์เน็ต	3.87	0.734	มาก
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ	3.86	0.792	มาก
รวม	3.94	0.629	มาก

จากตารางที่ 4.31 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.94 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการได้รับส่วนลดค่าที่พักมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาด้านการได้รับส่วนลดค่าอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด
จังหวัดตราด

n=100

ความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การได้รับส่วนลดค่าอาหาร	3.63	0.895	มาก
2. การได้รับส่วนลดค่าที่พัก	3.72	0.712	มาก
3. ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	3.74	0.747	มาก
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/ อินเทอร์เน็ต	3.69	0.761	มาก
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ	3.64	0.798	มาก
รวม	3.68	0.689	มาก

จากตารางที่ 4.32 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.68 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมาการได้รับส่วนลดค่าที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และด้านการได้รับส่วนลดค่าอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านบุคลากร

n=400

ความคาดหวังต่อด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ	3.76	0.853	มาก
2. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้	3.74	0.820	มาก
3. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ	3.83	0.747	มาก
4. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว	3.76	0.772	มาก
5. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.93	0.656	มาก
รวม	3.81	0.690	มาก

จากตารางที่ 4.33 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.81 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมา พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ กับพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านบุคลากรจังหวัดชลบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ	3.86	0.697	มาก
2. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้	3.77	0.617	มาก
3. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ	3.84	0.677	มาก
4. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว	3.77	0.723	มาก
5. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.99	0.522	มาก
รวม	4.19	0.591	มาก

จากตารางที่ 4.34 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.19 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมา เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านบุคลากรจังหวัดระยอง

n=100

ความคาดหวังต่อด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ	3.25	0.845	ปานกลาง
2. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้	3.36	0.859	ปานกลาง
3. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ	3.49	0.772	มาก
4. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว	3.37	0.677	ปานกลาง
5. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.60	0.651	มาก
รวม	3.41	0.658	มาก

จากตารางที่ 4.35 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.41 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 รองลงมา พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านบุคลากรจังหวัดจันทบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ	4.26	0.661	มาก
2. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้	4.14	0.752	มาก
3. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ	4.17	0.604	มาก
4. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว	4.19	0.706	มาก
5. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.18	0.642	มาก
รวม	4.19	0.591	มาก

จากตารางที่ 4.36 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.19 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านบุคลากรจังหวัดตราด

n=100			
ความคาดหวังต่อด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ	3.68	0.875	มาก
2. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้	3.71	0.844	มาก
3. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ	3.82	0.770	มาก
4. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว	3.73	0.763	มาก
5. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.93	0.671	มาก
รวม	3.77	0.713	มาก

จากตารางที่ 4.37 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.77 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกายภาพ

n=400			
ความคาดหวังต่อด้านกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ	3.99	0.637	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์	3.98	0.559	มาก
3. ที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย	3.83	0.661	มาก
4. มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน	3.90	0.641	มาก
5. ความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว	3.83	0.796	มาก
รวม	3.91	0.522	มาก

จากตารางที่ 4.38 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.91 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมาสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ที่จอดรถมีความเพียงพอ ปลอดภัย และความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกายภาพจังหวัดชลบุรี

n=100			
ความคาดหวังต่อด้านกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ	3.90	0.560	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์	3.86	0.532	มาก
3. ที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย	3.83	0.637	มาก
4. มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน	4.00	0.471	มาก
5. ความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว	4.04	0.549	มาก
รวม	4.14	0.555	มาก

จากตารางที่ 4.39 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.14 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมามีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ที่จอดรถมีความเพียงพอ ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกายภาพจังหวัดระยอง

N=100

ความคาดหวังต่อด้านกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ	3.79	0.591	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์	3.94	0.445	มาก
3. ที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย	3.67	0.604	มาก
4. มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน	3.65	0.730	มาก
5. ความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว	3.38	0.862	ปานกลาง
รวม	3.69	0.484	มาก

จากตารางที่ 4.40 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.69 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมาร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ที่จอดรถมีความเพียงพอ ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกายภาพจังหวัดจันทบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อด้านกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ	4.34	0.623	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์	4.20	0.636	มาก
3. ที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย	4.02	0.724	มาก
4. มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน	4.01	0.674	มาก
5. ความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว	4.13	0.691	มาก
รวม	4.14	0.555	มาก

จากตารางที่ 4.41 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.14 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ที่จอดรถมีความเพียงพอ ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และมีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกายภาพจังหวัดตราด

n=100

ความคาดหวังต่อด้านกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ	3.91	0.637	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์	3.93	0.555	มาก
3. ที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย	3.80	0.636	มาก
4. มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน	3.94	0.600	มาก
5. ความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว	3.79	0.832	มาก
รวม	3.87	0.516	มาก

จากตารางที่ 4.42 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.87 ระดับมาก

เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อมีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ที่จอดรถมีความเพียงพอ ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ

n=400			
ความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การอำนวยความสะดวกการจราจรให้นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล	3.83	0.741	มาก
2. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน	3.79	0.712	มาก
3. ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ	3.86	0.659	มาก
4. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก	3.86	0.714	มาก
5. ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก	3.82	0.704	มาก
รวม	3.83	0.593	มาก

จากตารางที่ 4.43 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.83 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการและความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพักมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมาด้านการอำนวยความสะดวกการจราจรให้นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกระบวนการจังหวัด
ชลบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยว ช่วงเทศกาล	3.75	0.657	มาก
2. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิด เหตุฉุกเฉิน	3.79	0.656	มาก
3. ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยัง สถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ	3.82	0.642	มาก
4. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก	3.88	0.671	มาก
5. ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก	3.78	0.596	มาก
รวม	4.13	0.634	มาก

จากตารางที่ 4.44 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 4.13 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพักมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 รองลงมาความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และด้านการอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ตาลำดับ

ตารางที่ 4.45 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกระบวนการจังหวัด
ระยอง

n=100

ความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล	3.63	0.774	มาก
2. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน	3.55	0.657	มาก
3. ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ	3.70	0.595	มาก
4. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก	3.60	0.651	มาก
5. ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก	3.51	0.643	มาก
รวม	3.60	0.545	มาก

จากตารางที่ 4.45 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.60 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมาด้านการอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และ ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกระบวนการจังหวัด
จันทบุรี

n=100

ความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยว ช่วงเทศกาล	4.13	0.720	มาก
2. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิด เหตุฉุกเฉิน	4.13	0.747	มาก
3. ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยัง สถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ	4.09	0.698	มาก
4. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก	4.12	0.756	มาก
5. ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก	4.18	0.702	มาก
รวม	4.13	0.634	มาก

จากตารางที่ 4.46 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 4.13 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พักมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 รองลงมาด้านการอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล กับความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ต่ำลำดับ

ตารางที่ 4.47 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อด้านกระบวนการจังหวัด
ตราด

n=100			
ความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยว ช่วงเทศกาล	3.80	0.725	มาก
2. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิด เหตุฉุกเฉิน	3.69	0.662	มาก
3. ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยัง สถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ	3.84	0.647	มาก
4. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก	3.85	0.687	มาก
5. ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก	3.80	0.711	มาก
รวม	3.80	0.569	มาก

จากตารางที่ 4.47 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เท่ากับ 3.80 ระดับมาก เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพักมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 รองลงมาความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ด้านการอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล กับความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ต่ำลำดับ

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมและความคาดหวังการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ chi – square

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
(ด้านวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการเดินทาง)

จังหวัด	วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเดินทางในครั้งนี้		
	ท่องเที่ยวหรือ พักผ่อน	เยี่ยมเยือนญาติ พี่น้อง	การประชุม สัมมนา
ชลบุรี	100	-	-
ระยอง	99	1	-
จันทบุรี	54	2	44
ตราด	81	10	9
รวม	334	13	53
χ^2		135.169	
Sig.		0.000	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการเดินทาง) พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว(ด้านวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการเดินทาง) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยว

ในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร)

จังหวัด	ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร		
	คนเดียว	ครอบครัว	เพื่อน
ชลบุรี	-	60	40
ระยอง	-	92	8
จันทบุรี	2	15	83
ตราด	3	52	45
รวม	5	219	176
χ^2		124.654	
Sig.		0.000	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว(ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร) พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
(ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด)

จังหวัด	ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด		
	เพื่อนหรือญาติ	โฆษณาจากสื่อ โทรทัศน์หรือ อินเทอร์เน็ต	การจัดนิทรรศการ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว
ชลบุรี	100	-	-
ระยอง	65	35	-
จันทบุรี	77	20	3
ตราด	45	53	2
รวม	287	108	5
χ^2		83.737	
Sig.		0.000	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด) พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
(ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว)

จังหวัด	ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว		
	วันจันทร์ - วันศุกร์	วันเสาร์ - วันอาทิตย์	วันหยุด นักขัตฤกษ์
ชลบุรี	-	100	-
ระยอง	-	100	-
จันทบุรี	5	76	19
ตราด	12	68	20
รวม	17	344	39
χ^2		71.304	
Sig.		0.000	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว(ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว) พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
(แหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่ท่านสนใจ)

จังหวัด	แหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่ท่านสนใจ		
	ชายหาด	หมู่เกาะ	ภูเขา
ชลบุรี	100	-	-
ระยอง	68	30	2
จันทบุรี	90	-	10
ตราด	73	26	1
รวม	331	56	13
χ^2		83.888	
Sig.		0.000	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว(แหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่ท่านสนใจ) พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว(แหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่ท่านสนใจ) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว(แหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่ท่านสนใจ)แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและค่าความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
(ถ้ามีโอกาสท่านจะมาท่องเที่ยวทะเลภาคตะวันออกอีกหรือไม่)

จังหวัด	ถ้ามีโอกาสท่านจะมาท่องเที่ยวทะเลภาคตะวันออกอีกหรือไม่	
	มา	ไม่แน่ใจ
ชลบุรี	100	-
ระยอง	100	-
จันทบุรี	100	-
ตราด	99	1
รวม	399	1
χ^2	3.008	
Sig.	0.390	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว(ถ้ามีโอกาสท่านจะมาท่องเที่ยวทะเลภาคตะวันออกอีกหรือไม่) พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ถ้ามีโอกาสท่านจะมาท่องเที่ยวทะเลภาคตะวันออกอีกหรือไม่) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.390 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ถ้ามีโอกาสท่านจะมาท่องเที่ยวทะเลภาคตะวันออกอีกหรือไม่)ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังที่ต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว F – test (One Way ANOVA) และทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

H_0 : นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง

ความคาดหวังใน การท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ภาพรวมความ คาดหวัง	ระหว่างกลุ่ม	701.923	3	233.974	21.217	0.000*
	ภายในกลุ่ม	4366.916	396	11.028		
	รวม	5068.839	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว เมื่อดูในภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4.55 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
จำแนกตามจังหวัด

ภาพรวมความ คาดหวัง	จังหวัดชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัดตราด
ค่าเฉลี่ย	28.83	27.11	26.43	25.16
จังหวัดชลบุรี	28.83	1.718*	2.399*	3.671*
		0.000	0.000	0.000
จังหวัดระยอง	27.11		0.681	1.953*
			0.148	0.000
จังหวัดจันทบุรี	26.43			1.272*
				0.007
จังหวัดตราด	25.16			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของภาพรวมความคาดหวังการท่องเที่ยว จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างทางด้านกระบวนการ มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดชลบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.718 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดชลบุรีต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.399 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดชลบุรีต่างกับจังหวัดตราด โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.671 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดตราด โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.953 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.272 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.007

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว (ต่อ)

ความคาดหวังในการท่องเที่ยวโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	15.823	3	5.274	18.348	0.000*
	ภายในกลุ่ม	113.834	396	0.287		
	รวม	129.657	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	17.8	3	5.933	12.465	0.000*
	ภายในกลุ่ม	188.5	396	0.476		
	รวม	206.3	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.784	3	1.595	4.766	0.003*
	ภายในกลุ่ม	132.514	396	0.335		
	รวม	137.299	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	18.498	3	6.166	16.209	0.000*
	ภายในกลุ่ม	150.64	396	0.380		
	รวม	169.138	399			

ตารางที่ 4.56 (ต่อ) แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว

ความคาดหวังในการท่องเที่ยวโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	30.221	3	10.074	24.95	0.000*
	ภายในกลุ่ม	159.887	396	0.404		
	รวม	190.108	399			
ด้านกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	10.458	3	3.486	14.04	0.000*
	ภายในกลุ่ม	98.325	396	0.248		
	รวม	108.783	399			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	14.564	3	4.855	15.308	0.000*
	ภายในกลุ่ม	125.586	396	0.317		
	รวม	140.15	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพด้านกระบวนการ เมื่อดูในภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.57-4.63

ตารางที่ 4.57 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด

ความคาดหวังด้าน		จังหวัดชลบุรี	จังหวัดระยอง	จังหวัดจันทบุรี	จังหวัดตราด
ผลิตภัณฑ์และ					
บริการโดยรวม					
	ค่าเฉลี่ย	4.17	3.84	3.71	3.66
จังหวัดชลบุรี	4.17		0.334*	0.456*	0.513*
			0.000	0.000	0.000
จังหวัดระยอง	3.84			0.121	0.179*
				0.111	0.019
จังหวัดจันทบุรี	3.71				0.580
					0.447
จังหวัดตราด	3.66				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.334 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.456 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.513 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.179 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.019

ตารางที่ 4.58 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด

ความคาดหวัง		จังหวัดชลบุรี	จังหวัดระยอง	จังหวัดจันทบุรี	จังหวัดตราด
ด้านราคา					
โดยรวม	ค่าเฉลี่ย	4.18	3.86	3.72	3.62
จังหวัดชลบุรี	4.18		0.314*	0.460*	0.558*
			0.001	0.000	0.000
จังหวัดระยอง	3.86			0.146	0.244*
				0.135	0.013
จังหวัดจันทบุรี	3.72				0.098
					0.316
จังหวัดตราด	3.62				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างทางด้านราคา มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.314 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.001 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.460 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.558 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.244 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.013

ตารางที่ 4.59 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) จำแนกตามจังหวัด

ความคาดหวัง					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	โดยรวม	จังหวัดชลบุรี	จังหวัดระยอง	จังหวัดจันทบุรี	จังหวัดตราด
		ค่าเฉลี่ย			
		4.09	3.95	3.88	3.80
จังหวัดชลบุรี	4.09		0.148	0.218*	0.298*
			0.072	0.008	0.000
จังหวัดระยอง	3.95			0.070	0.015
				0.393	0.067
จังหวัดจันทบุรี	3.88				0.080
					0.329
จังหวัดตราด	3.80				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างทางด้านการจัดจำหน่าย มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.218 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.298 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.60 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด

ความคาดหวัง ด้านการส่งเสริม การตลาด โดยรวม		จังหวัดชลบุรี	จังหวัดระยอง	จังหวัดจันทบุรี	จังหวัดตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.94	3.90	3.68	3.39
จังหวัดชลบุรี	3.94		0.040	0.252*	0.542*
			0.647	0.004	0.000
จังหวัดระยอง	3.90			0.212*	0.502*
				0.016	0.000
จังหวัดจันทบุรี	3.68				0.290*
					0.001
จังหวัดตราด	3.39				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างทางด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.252 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.004 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.542 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.004 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.212 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.016 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.502 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.290 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.001

ตารางที่ 4.61 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด

ความคาดหวัง		จังหวัดชลบุรี	จังหวัดระยอง	จังหวัดจันทบุรี	จังหวัดตราด
ด้านบุคลากร					
โดยรวม					
	ค่าเฉลี่ย	4.19	3.85	3.77	3.41
จังหวัดชลบุรี	4.19		0.342*	0.414*	0.774*
			0.000	0.000	0.000
จังหวัดระยอง	3.85			0.072	0.432*
				0.423	0.000
จังหวัดจันทบุรี	3.77				0.360*
					0.000
จังหวัดตราด	3.41				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.61 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างทางด้านบุคลากร มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.342 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.414 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.774 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.432 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.360 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.62 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด

ความคาดหวังด้านกายภาพโดยรวม		จังหวัดชลบุรี	จังหวัดระยอง	จังหวัดจันทบุรี	จังหวัดตราด
	ค่าเฉลี่ย	4.14	3.93	3.87	3.69
จังหวัดชลบุรี	4.14		0.214*	0.266*	0.454*
			0.003	0.000	0.000
จังหวัดระยอง	3.93			0.052	0.240*
				0.461	0.070
จังหวัดจันทบุรี	3.87				-0.266*
					0.000
จังหวัดตราด	3.69				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างทางด้านกายภาพ มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.214 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.003 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.266 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.454 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.240 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.070 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.266 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.63 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด

ความคาดหวัง		จังหวัดชลบุรี	จังหวัดระยอง	จังหวัดจันทบุรี	จังหวัดตราด
ด้านกระบวนการ	โดยรวม				
	ค่าเฉลี่ย	4.13	3.80	3.80	3.60
จังหวัดชลบุรี	4.13		0.326*	0.334*	0.532*
			0.000	0.000	0.000
จังหวัดระยอง	3.80			0.008	0.203*
				0.920	0.010
จังหวัดจันทบุรี	3.80				0.198*
					0.013
จังหวัดตราด	3.60				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.63 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างทางด้านการกระบวนการ มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดชลบุรี ต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.326 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรี ต่างกับกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.334 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราด ต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.532 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.203 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.010 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.198 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.013

ตารางที่ 4.64 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง
การท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) (ต่อ)

ความคาดหวังในการ ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ความสด และ สะอาดของ อาหาร/เครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	14.208	3	4.736	10.160	0.000*
	ภายในกลุ่ม	184.590	396	0.466		
	รวม	198.798	399			
2. ความอร่อยและ รสชาติอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	7.748	3	2.583	5.691	0.001*
	ภายในกลุ่ม	179.690	396	0.454		
	รวม	187.438	399			
3. ร้านอาหารมี เพียงพอต่อความ ต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	15.868	3	5.289	12.923	0.000*
	ภายในกลุ่ม	162.070	396	0.409		
	รวม	177.938	399			
4. ที่พักเพียงพอต่อ ความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	28.820	3	9.607	15.329	0.000*
	ภายในกลุ่ม	248.180	396	0.627		
	รวม	277.000	399			
5. ความสะอาดของ สถานที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	18.890	3	6.297	11.290	0.000*
	ภายในกลุ่ม	220.860	396	0.558		
	รวม	239.750	399			
6. ความปลอดภัยของ สถานที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	28.430	3	9.477	16.348	0.000*
	ภายในกลุ่ม	229.560	396	0.580		
	รวม	257.990	399			
7. สถานที่ท่องเที่ยว สะอาด	ระหว่างกลุ่ม	35.300	3	11.767	22.220	0.000*
	ภายในกลุ่ม	209.700	396	0.530		
	รวม	245.000	399			

ตารางที่ 4.64 (ต่อ) แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง
การท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ)

ความคาดหวังในการ ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
8. สภาพแวดล้อม สวยงาม มีความเป็น ธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	10.827 152.17 162.997	3 396 399	3.609 0.384	9.392	0.000*
9. ความพร้อมของ ระบบสาธารณูปโภค ของสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	14.947 193.250 208.197	3 396 399	4.982 0.488	10.210	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เมื่อดูในรายข้อ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4.65 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด

1. ความสดและสะอาด ของอาหาร/เครื่องดื่ม	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
ค่าเฉลี่ย	3.99	3.84	4.28	3.80
จังหวัดชลบุรี	3.99	0.150	- 0.290*	0.190*
		0.121	0.003	0.050
จังหวัดระยอง	3.84		- 0.440*	0.040
			0.000	0.679
จังหวัดจันทบุรี	4.28			0.480*
				0.000
จังหวัดตราด	3.80			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.65 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างในความสดและสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.290 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.003 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.190 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.050 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.440 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.480 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.66 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด

2. ความอร่อยและรสชาติอาหาร		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.97	3.84	4.15	3.79
จังหวัดชลบุรี	3.97		0.130	- 0.180	0.180
			0.173	0.060	0.060
จังหวัดระยอง	3.84			- 0.310*	0.050
				0.001	0.600
จังหวัดจันทบุรี	4.15				0.360*
					0.000
จังหวัดตราด	3.79				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.66 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างในความอร่อยและรสชาติอาหาร มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.310 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.001 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.360 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.67 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด

3. ร้านอาหารมีเพียงพอ ต่อความต้องการ		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.88	3.65	4.20	3.82
จังหวัดชลบุรี	3.88		0.230*	- 0.320*	0.060
			0.011	0.000	0.508
จังหวัดระยอง	3.65			- 0.550*	-0.170
				0.000	0.061
จังหวัดจันทบุรี	4.20				0.380*
					0.000
จังหวัดตราด	3.82				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.67 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างในร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.230 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.011 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.320 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.550 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.380 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.68 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด

4. ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.55	3.71	4.20	3.54
จังหวัดชลบุรี	3.55		- 0.160	- 0.650*	0.010
			0.154	0.000	0.929
จังหวัดระยอง	3.71			- 0.490*	0.170
				0.000	0.130
จังหวัดจันทบุรี	4.20				0.660*
					0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.68 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างในที่พักเพียงพอต่อความต้องการ มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.650 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.490 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.660 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.69 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด

5. ความสะอาดของ สถานที่พัก		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.53	3.68	4.09	3.60
จังหวัดชลบุรี	3.53		- 0.150	- 0.560*	-0.070
			0.156	0.000	0.508
จังหวัดระยอง	3.68			- 0.410*	0.080
				0.000	0.449
จังหวัดจันทบุรี	4.09				- 0.490*
					0.000
จังหวัดตราด	3.60				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.69 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างในความสะอาดของสถานที่พัก มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.560 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.410 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.490 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.70 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด

6. ความปลอดภัยของ สถานที่พัก		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.84	3.40	4.12	3.62
จังหวัดชลบุรี	3.84		0.440*	- 0.280*	0.220*
			0.000	0.010	0.042
จังหวัดระยอง	3.40			- 0.720*	- 0.220*
				0.000	0.042
จังหวัดจันทบุรี	4.12				0.500*
					0.000
จังหวัดตราด	3.62				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.70 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างในความปลอดภัยของสถานที่พัก มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.440 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.280 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.010 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.220 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.042 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.720 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.220 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.042 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.500 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.71 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด

7. สถานที่ท่องเที่ยว		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
สระอาด	ค่าเฉลี่ย	4.06	3.43	4.19	3.72
จังหวัดชลบุรี	4.06		0.630*	- 0.130	0.340*
			0.000	0.207	0.001
จังหวัดระยอง	3.43			- 0.760*	0.290*
				0.000	0.005
จังหวัดจันทบุรี	4.19				- 0.470*
					0.000
จังหวัดตราด	3.72				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.71 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างในสถานที่ท่องเที่ยวสระอาด มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.630 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.340 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.001 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.760 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.290 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.005 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.470 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.72 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด

8. สภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	4.04	3.81	4.25	3.91
จังหวัดชลบุรี	4.04		0.230*	- 0.210*	0.130
			0.009	0.017	0.139
จังหวัดระยอง	3.81			- 0.440*	- 0.100
				0.001	0.255
จังหวัดจันทบุรี	4.25				0.340*
					0.000
จังหวัดตราด	3.91				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.72 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างในสภาพแวดล้อมสวยงามมีความเป็นธรรมชาติ มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.230 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.009 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.210 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.017 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.440 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.001 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.340 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.73 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด

9. ความพร้อมของระบบ สาธารณูปโภค ของ สถานที่ท่องเที่ยว		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.66	3.55	4.05	3.63
จังหวัดชลบุรี	3.66		0.110	- 0.390*	0.030
			0.266	0.000	0.762
จังหวัดระยอง	3.55			- 0.500*	-0.080
				0.000	0.419
จังหวัดจันทบุรี	4.05				0.420*
					0.000
จังหวัดตราด	3.63				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.73 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างในความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ของสถานที่ท่องเที่ยว มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.390 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.500 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.420 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.74 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง
การท่องเที่ยว (ด้านราคา)

ความคาดหวังใน การท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ราคาอาหาร เหมาะสมกับ คุณภาพ และ ปริมาณ	ระหว่างกลุ่ม	17.000	3	5.667	12.520	0.000*
	ภายในกลุ่ม	179.240	396	0.453		
	รวม	196.240	399			
2. ราคาเครื่องดื่ม เหมาะสมกับ คุณภาพและ ปริมาณ	ระหว่างกลุ่ม	18.500	3	6.167	13.855	0.000*
	ภายในกลุ่ม	176.260	396	0.445		
	รวม	194.760	399			
3. ราคาของที่พักมี ความเหมาะสม กับคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	17.13	3	5.710	12.536	0.000*
	ภายในกลุ่ม	180.380	396	0.456		
	รวม	197.51	399			
4. ราคาเหมาะสมกับ การบริการของ สถานที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	16.147	3	5.382	12.514	0.000*
	ภายในกลุ่ม	170.330	396	0.430		
	รวม	186.478	399			
5. ราคาอุปกรณ์หรือ บริการของ กิจกรรม บริเวณ สถานที่ท่องเที่ยว มีความเหมาะสม	ระหว่างกลุ่ม	5.840	3	1.947	4.186	0.006*
	ภายในกลุ่ม	184.160	396	0.465		
	รวม	190.000	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.74 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว ด้านราคา เมื่อดูในรายข้อ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยว

ในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4.75 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด

1. ราคาอาหารเหมาะสม กับคุณภาพ และปริมาณ	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
ค่าเฉลี่ย	3.97	3.59	4.15	3.81
จังหวัดชลบุรี	3.97	0.380*	- 0.180	0.160
		0.000	0.059	0.093
จังหวัดระยอง	3.59		- 0.560*	- 0.220*
			0.000	0.021
จังหวัดจันทบุรี	4.15			0.340*
				0.000
จังหวัดตราด	3.81			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.75 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างทางด้านราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.380 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.560 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.220 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.021 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.340 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.76 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด

2. ราคาเครื่องดื่ม เหมาะสมกับคุณภาพและ ปริมาณ		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	4.06	3.61	4.16	3.81
จังหวัดชลบุรี	4.06		0.450*	- 0.100	0.250*
			0.000	0.290	0.008
จังหวัดระยอง	3.61			- 0.550*	- 0.200*
				0.000	0.035
จังหวัดจันทบุรี	4.16				0.350*
					0.000
จังหวัดตราด	3.81				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.76 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างทางด้านราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.450 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.250 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.008 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.550 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.200 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.035 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.350 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.77 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด

3. ราคาของที่พักรมีความ เหมาะสม กับคุณภาพ	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
ค่าเฉลี่ย	3.86	3.58	4.09	3.61
จังหวัดชลบุรี	3.86	0.280*	- 0.230*	0.250*
		0.004	0.016	0.009
จังหวัดระยอง	3.58		- 0.510*	- 0.030
			0.000	0.753
จังหวัดจันทบุรี	4.09			0.480*
				0.000
จังหวัดตราด	3.61			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.77 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างทางด้านราคาของที่พักรมีความเหมาะสม กับคุณภาพมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.280 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.004 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.230 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.016 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.250 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.009 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.510 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.480 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.78 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด

4. ราคาเหมาะสมกับการ บริการของสถานที่พัก		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.64	3.63	4.09	3.61
จังหวัดชลบุรี	3.64		0.010	- 0.450*	0.030
			0.914	0.000	0.747
จังหวัดระยอง	3.63			- 0.460*	0.020
				0.000	0.829
จังหวัดจันทบุรี	4.09				0.480*
					0.000
จังหวัดตราด	3.61				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.78 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างทางด้านราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พักมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.450 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.460 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.480 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.79 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด

5. ราคาอุปกรณ์หรือ					
บริการของกิจกรรม					
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว					
มีความเหมาะสม					
	ค่าเฉลี่ย	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
		3.78	3.68	4.00	3.74
จังหวัดชลบุรี	3.78		0.100	- 0.220*	0.040
			0.300	0.023	0.679
จังหวัดระยอง	3.68			- 0.320*	-0.060
				0.001	0.534
จังหวัดจันทบุรี	4.00				0.260*
					0.007
จังหวัดตราด	3.74				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.79 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านราคา) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างทางด้าน ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.220 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.023 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.320 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.001 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.260 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.007

ตารางที่ 4.80 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง
การท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

ความคาดหวังในการ ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. สถานที่พักตั้งอยู่ใน ทำเลที่เดินทาง สะดวก	ระหว่างกลุ่ม	11.790	3	3.93	9.867	0.000*
	ภายในกลุ่ม	157.720	396	0.398		
	รวม	169.510	399			
2. สถานที่พักอยู่ใกล้ แหล่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	0.850	3	0.283	0.899	0.441
	ภายในกลุ่ม	124.740	396	0.315		
	รวม	125.590	399			
3. ความสะดวกใน การเดินทางไปยัง สถานที่ท่องเที่ยว อื่น ๆ	ระหว่างกลุ่ม	8.687	3	2.896	4.800	0.003*
	ภายในกลุ่ม	238.890	396	0.603		
	รวม	247.578	399			
4. ความปลอดภัยใน การเดินทางไปยัง สถานที่ท่องเที่ยว/ สถานที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	20.340	3	6.780	11.548	0.000*
	ภายในกลุ่ม	232.500	396	0.587		
	รวม	252.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.80 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเมื่อดูในรายข้อ พบว่า สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหารมีค่า Sig. เท่ากับ 0.441 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนข้ออื่นมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4.81 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) จำแนกตามจังหวัด

1. สถานที่พักตั้งอยู่ใน ทำเลที่เดินทางสะดวก	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
ค่าเฉลี่ย	4.01	3.71	4.19	3.95
จังหวัดชลบุรี	4.01	0.300*	- 0.180*	0.060
		0.001	0.044	0.502
จังหวัดระยอง	3.71		- 0.480*	- 0.240*
			0.000	0.007
จังหวัดจันทบุรี	4.19			0.240*
				0.007
จังหวัดตราด	3.95			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.81 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างในสถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวกมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.180 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.044 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.480 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.240 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.007 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.240 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.007

ตารางที่ 4.82 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) จำแนกตามจังหวัด

3. ความสะดวกในการ เดินทางไปยังสถานที่ ท่องเที่ยวอื่น ๆ		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	4.09	3.73	4.01	3.80
จังหวัดชลบุรี	4.09		0.360*	0.080	0.290*
			0.001	0.467	0.009
จังหวัดระยอง	3.73			0.280*	0.210
				0.011	0.057
จังหวัดจันทบุรี	4.01				-0.210
					0.057
จังหวัดตราด	3.80				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.82 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างต่อความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.360 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.001 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.290 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.009 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.280 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.011

ตารางที่ 4.83 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) จำแนกตามจังหวัด

4. ความปลอดภัยในการ เดินทางไปยังสถานที่ ท่องเที่ยว/สถานที่พัก		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.61	3.58	4.12	3.61
จังหวัดชลบุรี	3.61		0.030	- 0.510*	0.000
			0.782	0.000	1.000
จังหวัดระยอง	3.58			- 0.540*	-0.030
				0.000	0.782
จังหวัดจันทบุรี	4.12				0.510*
					0.000
จังหวัดตราด	3.61				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.83 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างต่อความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.510 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.540 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.510 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.84 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง
การท่องเที่ยว (ด้านการส่งเสริมการตลาด)

ความคาดหวังในการ ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. การได้รับส่วนลด ค่าอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	43.247	3	14.416	22.419	0.000*
	ภายในกลุ่ม	254.630	396	0.643		
	รวม	297.878	399			
2. การได้รับส่วนลด ค่าที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	19.887	3	6.629	14.703	0.000*
	ภายในกลุ่ม	178.550	396	0.451		
	รวม	198.437	399			
3. ศูนย์บริการข้อมูล ข่าวสารด้านการ ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	21.768	3	7.256	16.654	0.000*
	ภายในกลุ่ม	172.530	396	0.436		
	รวม	194.298	399			
4. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อโทรทัศน์/วิทยุ/ อินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	3.330	3	1.110	2.068	0.104
	ภายในกลุ่ม	212.580	396	0.537		
	รวม	215.910	399			
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่าน การจัดกิจกรรม ต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	20.450	3	6.817	12.478	0.000*
	ภายในกลุ่ม	216.340	396	0.546		
	รวม	236.790	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.84 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดเมื่อดูในรายข้อรวม พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ตมีค่า Sig. เท่ากับ 0.104 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ส่วนข้ออื่นมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง

มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4.85 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด

1. การได้รับส่วนลด ค่าอาหาร	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
ค่าเฉลี่ย	3.82	3.12	4.00	3.63
จังหวัดชลบุรี	3.82	0.700*	- 0.180	0.190
		0.000	0.113	0.095
จังหวัดระยอง	3.12		- 0.880*	- 0.510*
			0.000	0.000
จังหวัดจันทบุรี	4.00			0.370*
				0.001
จังหวัดตราด	3.63			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.85 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างทางการได้รับส่วนลดค่าอาหาร มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.700 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.880 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.510 มีค่า Sig.

เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.370 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001

ตารางที่ 4.86 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด

2. การได้รับส่วนลดค่าที่พัก		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.86	3.43	4.04	3.72
จังหวัดชลบุรี	3.86		0.430*	- 0.180	0.140
			0.000	0.059	0.141
จังหวัดระยอง	3.43			- 0.610*	- 0.290*
				0.000	0.002
จังหวัดจันทบุรี	4.04				0.320*
					0.001
จังหวัดตราด	3.72				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.86 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างทางการได้รับส่วนลดค่าที่พัก มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.430 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.610 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.290 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.320 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001

ตารางที่ 4.87 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด

3. ศูนย์บริการข้อมูล ข่าวสารด้านการ ท่องเที่ยว		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	4.03	3.41	3.91	3.74
จังหวัดชลบุรี	4.03		0.620*	0.120	0.290*
			0.000	0.199	0.002
จังหวัดระยอง	3.41			- 0.500*	- 0.330*
				0.000	0.093
จังหวัดจันทบุรี	3.91				0.170
					0.069
จังหวัดตราด	3.74				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.87 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างต่อศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.620 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.290 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.002 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.500 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.330 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.093

ตารางที่ 4.88 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด

5. การโฆษณา					
ประชาสัมพันธ์ ผ่านการจัด กิจกรรมต่าง ๆ		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.93	3.35	3.86	3.64
จังหวัดชลบุรี	3.93		0.580*	0.070	0.290*
			0.000	0.503	0.006
จังหวัดระยอง	3.35			- 0.510*	- 0.290*
				0.000	0.006
จังหวัดจันทบุรี	3.86				0.220*
					0.036
จังหวัดตราด	3.64				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.88 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านการส่งเสริมการตลาด) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดชลบุรี ต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.580 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.290 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.510 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.290 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.220 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.036

ตารางที่ 4.89 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง
การท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร)

ความคาดหวังในการ ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. เจ้าหน้าที่ดูแลด้าน การท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	52.647 237.790 290.438	3 396 399	17.549 0.600	29.225	0.000*
2. เจ้าหน้าที่ดูแลด้าน การท่องเที่ยว มี ความรู้ ให้ คำแนะนำและให้ ข้อมูลการท่องเที่ยว ได้	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	30.610 237.380 267.990	3 396 399	10.203 0.599	17.021	0.000*
3. พนักงานสถาน ประกอบการ ท่องเที่ยวแต่งกาย สะอาด พุดจาสุภาพ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	23.14 199.300 222.44	3 396 399	7.713 0.503	15.326	0.000*
4. พนักงานสถาน ประกอบการ ท่องเที่ยวให้ความ จริงใจ ไม่เอาเปรียบ นักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	33.790 204.120 237.910	3 396 399	11.263 0.515	21.851	0.000*
5. พนักงานสถาน ประกอบการ ท่องเที่ยว มีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	17.490 154.260 171.750	3 396 399	5.83 0.390	14.966	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.89 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรเมื่อดูในรายข้อ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4.90 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด

1. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
ค่าเฉลี่ย	3.86	3.25	4.26	3.68
จังหวัดชลบุรี	3.86	0.610*	- 0.400*	0.180
		0.000	0.000	0.101
จังหวัดระยอง	3.25		- 1.010*	- 0.430*
			0.000	0.000
จังหวัดจันทบุรี	4.26			0.580*
				0.000
จังหวัดตราด	3.68			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.90 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.610 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.400 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.010 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000

จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.430 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000
จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.580 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.91 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด

2. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้					
	ค่าเฉลี่ย	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.77	3.36	4.14	3.71
จังหวัดชลบุรี	3.77		0.410*	- 0.370*	0.060
			0.000	0.001	0.584
จังหวัดระยอง	3.36			- 0.780*	- 0.350*
				0.000	0.002
จังหวัดจันทบุรี	4.14				0.430*
					0.000
จังหวัดตราด	3.71				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.91 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.410 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.370 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.001 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.780 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย

เท่ากับ -0.350 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.002 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.430 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.92 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด

3. พนักงานสถาน					
ประกอบการ		จังหวัด	จังหวัด	จังหวัด	จังหวัด
ท่องเที่ยวแต่งกาย		ชลบุรี	ระยอง	จันทบุรี	ตราด
สะอาด พุดจาสุภาพ					
	ค่าเฉลี่ย	3.84	3.49	4.17	3.82
จังหวัดชลบุรี	3.84		0.350*	- 0.330*	0.020
			0.001	0.001	0.842
จังหวัดระยอง	3.49			- 0.680*	- 0.330*
				0.000	0.001
จังหวัดจันทบุรี	4.17				0.350*
					0.001
จังหวัดตราด	3.82				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.92 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.350 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.001 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.330 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.001 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.680 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.330 มีค่า

Sig.เท่ากับ 0.001 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.350 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001

ตารางที่ 4.93 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด

4. พนักงานสถาน					
ประกอบกร ท่องเที่ยวให้ความ จริงใจ ไม่เอาเปรียบ นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	จังหวัด	จังหวัด	จังหวัด	จังหวัด
		ชลบุรี	ระยอง	จันทบุรี	ตราด
		3.77	3.37	4.19	3.73
จังหวัดชลบุรี	3.77		0.400*	- 0.420*	0.040
			0.000	0.000	0.694
จังหวัดระยอง	3.37			- 0.820*	- 0.360*
				0.000	0.000
จังหวัดจันทบุรี	4.19				0.460*
					0.000
จังหวัดตราด	3.73				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.93 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.400 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.420 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.820 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย

เท่ากับ -0.360 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.460 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.94 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด

5. พนักงานสถาน					
ประกอบการท่องเที่ยว		จังหวัด	จังหวัด	จังหวัด	จังหวัด
มีความกระตือรือร้นใน		ชลบุรี	ระยอง	จันทบุรี	ตราด
การให้บริการ					
	ค่าเฉลี่ย	3.99	3.60	4.18	3.93
จังหวัดชลบุรี	3.99		0.390*	- 0.190*	0.060
			0.000	0.032	0.497
จังหวัดระยอง	3.60			- 0.580*	- 0.330*
				0.000	0.000
จังหวัดจันทบุรี	4.18				0.250*
					0.005
จังหวัดตราด	3.93				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.94 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.390 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.190 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.032 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.580 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -

0.330 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.250 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005

ตารางที่ 4.95 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง
การท่องเที่ยว (ด้านกายภาพ)

ความคาดหวังในการ ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ ท่องเที่ยวมีความ เป็นธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	17.690	3	5.897	16.191	0.000*
	ภายในกลุ่ม	144.220	396	0.364		
	รวม	161.910	399			
2. สถานที่ท่องเที่ยวมี ความเป็นเอกลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	6.688	3	2.229	7.469	0.000*
	ภายในกลุ่ม	118.190	396	0.298		
	รวม	124.878	399			
3. ที่จอดรถมีความ เพียงพอ และ ปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	6.260	3	2.087	4.913	0.002*
	ภายในกลุ่ม	168.180	396	0.425		
	รวม	174.440	399			
4. มีป้ายชี้บ่งเส้นทางใน การเดินทางที่ ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	8.620	3	2.873	7.323	0.000*
	ภายในกลุ่ม	155.380	396	0.392		
	รวม	164.000	399			
5. ความสะอาด บริเวณ สถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	33.810	3	11.27	20.351	0.000*
	ภายในกลุ่ม	219.300	396	0.554		
	รวม	253.110	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.95 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว ด้านกายภาพเมื่อดูในรายข้อ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4.96 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด

1. ร้านอาหาร ที่พัก และ สถานที่ท่องเที่ยวมี ความเป็นธรรมชาติ	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
ค่าเฉลี่ย	3.90	3.79	4.34	3.91
จังหวัดชลบุรี	3.9	0.110	- 0.440*	- 0.010
		0.198	0.000	0.907
จังหวัดระยอง	3.79		- 0.550*	- 0.120
			0.000	0.160
จังหวัดจันทบุรี	4.34			0.430*
				0.000
จังหวัดตราด	3.91			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.96 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.440 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.550 มีค่า Sig.

เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.430 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.97 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด

2. สถานที่ท่องเที่ยวมี ความเป็นเอกลักษณ์	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
ค่าเฉลี่ย	3.86	3.94	4.20	3.93
จังหวัดชลบุรี	3.86	-0.080	- 0.340*	- 0.070
		0.301	0.000	0.365
จังหวัดระยอง	3.94		- 0.260*	0.010
			0.001	0.897
จังหวัดจันทบุรี	4.20			0.270*
				0.001
จังหวัดตราด	3.93			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.97 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.340 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.260 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.270 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001

ตารางที่ 4.98 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด

3. ที่จอดรถมีความ เพียงพอ และ ปลอดภัย		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.83	3.67	4.02	3.80
จังหวัดชลบุรี	3.83		0.160	- .0190*	0.030
			0.083	0.040	0.745
จังหวัดระยอง	3.67			- 0.350*	- 0.130
				0.000	0.092
จังหวัดจันทบุรี	4.02				0.220*
					0.017
จังหวัดตราด	3.80				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.98 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่ที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัยมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.190 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.040 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.350 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.220 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.017

ตารางที่ 4.99 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด

4. มีป้ายชี้บ่งเส้นทางใน การเดินทางที่ชัดเจน		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	4.00	3.65	4.01	3.94
จังหวัดชลบุรี	4.00		0.350*	- 0.010	0.060
			0.000	0.910	0.499
จังหวัดระยอง	3.65			- 0.360*	- 0.290*
				0.000	0.001
จังหวัดจันทบุรี	4.01				0.070
					0.430
จังหวัดตราด	3.94				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.99 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อมีย้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจนมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.350 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.360 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.290 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001

ตารางที่ 4.100 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด

5. ความสะอาด บริเวณ สถานที่ท่องเที่ยว	จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
ค่าเฉลี่ย	4.04	3.38	4.13	3.79
จังหวัดชลบุรี	4.04	0.660*	- 0.090	0.250*
		0.000	0.393	0.018
จังหวัดระยอง	3.38		- 0.750*	- 0.410*
			0.000	0.000
จังหวัดจันทบุรี	4.13			0.340*
				0.001
จังหวัดตราด	3.79			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.100 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกายภาพ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.250 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.018 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.750 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.410 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.340 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001

ตารางที่ 4.101 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวัง
การท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ)

ความคาดหวังในการ ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. การอำนวยความสะดวก สะดวกการจราจร ให้นักท่องเที่ยว ช่วงเทศกาล	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	13.728 205.370 219.097	3 396 399	4.576 0.519	8.823	0.000*
2. ความรวดเร็วในการ ช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว กรณี เกิดเหตุฉุกเฉิน	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	18.320 184.040 202.360	3 396 399	6.107 0.465	13.140	0.000*
3. ความรวดเร็วในการ ให้บริการรับส่ง นักท่องเที่ยวไปยัง สถานที่ท่องเที่ยว ของผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	8.047 165.390 173.438	3 396 399	2.682 0.418	6.423	0.000*
4. ความรวดเร็วและ ความถูกต้องในการ จองห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	13.568 189.870 203.438	3 396 399	4.523 0.479	9.432	0.000*
5. ความรวดเร็วในการ บริการ ของ ร้านอาหารและที่พัก	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	22.767 174.910 197.677	3 396 399	7.589 0.442	17.182	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.101 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อความคาดหวังการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการเมื่อดูในรายข้อ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4.102 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด

1. การอำนวยความสะดวก					
สะดวกการจราจร ให้แก่นักท่องเที่ยว ช่วงเทศกาล		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.75	3.63	4.13	3.80
จังหวัดชลบุรี	3.75		0.120	- 0.380*	-0.050
			0.239	0.000	0.624
จังหวัดระยอง	3.63			- 0.500*	- 0.170
				0.000	0.096
จังหวัดจันทบุรี	4.13				0.330*
					0.001
จังหวัดตราด	3.80				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.102 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อการอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.380

มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.500 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.330 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001

ตารางที่ 4.103 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด

2. ความรวดเร็วในการ ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.79	3.55	4.13	3.69
จังหวัดชลบุรี	3.79		0.240*	- 0.340*	0.100
			0.013	0.000	0.300
จังหวัดระยอง	0.36			- 0.580*	- 0.140*
				0.000	0.147
จังหวัดจันทบุรี	4.13				0.440*
					0.000
จังหวัดตราด	3.69				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.103 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน มากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.240 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.013 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.340 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.580 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.140 มีค่า

Sig. เท่ากับ 0.147 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.440 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000

ตารางที่ 4.104 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด

3. ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.82	3.70	4.09	3.84
จังหวัดชลบุรี	3.82		0.120	- 0.270*	-0.020
			0.190	0.003	0.827
จังหวัดระยอง	3.70			- 0.390*	- 0.140
				0.000	0.126
จังหวัดจันทบุรี	4.09				0.250*
					0.007
จังหวัดตราด	3.84				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.104 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.270 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.003 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย

เท่ากับ -0.390 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.250 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.007

ตารางที่ 4.105 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด

4. ความรวดเร็วและ ความถูกต้องในการ จองห้องพัก		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.88	3.60	4.12	3.85
จังหวัดชลบุรี	3.88		0.280* 0.004	- 0.240* 0.015	0.030 0.759
จังหวัดระยอง	3.60			- 0.520* 0.000	- 0.250* 0.011
จังหวัดจันทบุรี	4.12				0.270* 0.006
จังหวัดตราด	3.85				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.105 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพักมากกว่าทุกกลุ่มจังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.280 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.004 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.240 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.015 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.520 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.250 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.270 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006

ตารางที่ 4.106 แสดงการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว
(ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด

5. ความรวดเร็วในการ บริการ ของ ร้านอาหารและที่พัก		จังหวัด ชลบุรี	จังหวัด ระยอง	จังหวัด จันทบุรี	จังหวัด ตราด
	ค่าเฉลี่ย	3.78	3.51	4.18	3.80
จังหวัดชลบุรี	3.78		0.270*	- 0.400*	-0.020
			0.000	0.004	0.832
จังหวัดระยอง	3.51			- 0.670*	- 0.290*
				0.000	0.002
จังหวัดจันทบุรี	4.18				- 0.380*
					0.000
จังหวัดตราด	3.80				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.106 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ) จำแนกตามจังหวัด ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดจันทบุรี ต่อความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พักมากกว่าทุกกลุ่ม จังหวัด จังหวัดระยองต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.270 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดชลบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.400 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.004 จังหวัดจันทบุรีต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.670 มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดระยอง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.290 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 จังหวัดตราดต่างกับจังหวัดจันทบุรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.380 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก โดยศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวทะเลในภาคตะวันออก 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตราด ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน โดยสามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก ผู้วิจัยได้แบ่งสรุปผลเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานตามกรอบแนวคิด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

จากข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 250 คน มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีสถานภาพโสด จำนวน 306 คน มีอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ตั้งแต่ 10,001 -20,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

การวิเคราะห์พฤติกรรมในการท่องเที่ยวทะเลภาคตะวันออก พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.50 เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 ได้รับข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติ จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.80 เดินทางมาท่องเที่ยววันเสาร์ – วันอาทิตย์จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.00 นักท่องเที่ยวสนใจชายหาด จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.80 และถ้ามีโอกาสจะมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 399 คน คิดเป็นร้อยละ 99.80

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

การวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ มีระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ โดยจังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด มีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ และจังหวัดชลบุรีมีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด ส่วนจังหวัดชลบุรี จังหวัดตราดมีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ จังหวัดจันทบุรี มีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคของสถานที่ท่องเที่ยว และจังหวัดระยอง มีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ความปลอดภัยของสถานที่พัก

ด้านราคาโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ โดยจังหวัดชลบุรี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตราด มีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และจังหวัดระยองมีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม รองลงมา ราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พัก ส่วนจังหวัดระยอง จังหวัดตราดมีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ราคาของที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ จังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังน้อยที่สุด คือราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พัก และจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังน้อยที่สุด คือ ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร โดยจังหวัดระยอง จังหวัดตราด มีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร จังหวัดชลบุรี มีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จังหวัดจันทบุรี มีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก ส่วนจังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดตราดมีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก และจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังน้อยที่สุด คือความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ศูนย์บริการ

ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว โดยจังหวัดชลบุรี จังหวัดตราด มีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว จังหวัดจันทบุรีมีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การได้รับส่วนลดค่าที่พัก จังหวัดระยองมีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต ส่วนจังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดตราด มีความคาดหวังน้อยที่สุด คือการได้รับส่วนลดค่าอาหาร และจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังน้อยที่สุด คือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

ด้านบุคลากรโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ โดยจังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดตราด มีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ จังหวัดจันทบุรี มีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ ส่วนจังหวัดชลบุรี จังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังน้อยที่สุด คือเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้ จังหวัดระยอง จังหวัดตราดมีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ

ด้านกายภาพโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ โดยจังหวัดจันทบุรีมีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ จังหวัดระยอง มีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ จังหวัดตราดมีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน ส่วนจังหวัดระยอง จังหวัดตราดมีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว จังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน และจังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย

ด้านกระบวนการโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการและความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก โดยจังหวัดชลบุรี จังหวัดตราดมีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก จังหวัดจันทบุรีมีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล จังหวัดระยองมีนักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ ส่วนจังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ การอำนวยความสะดวก

สะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล จังหวัดระยองมีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก จังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ และจังหวัด ตราด มีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานตามกรอบแนวคิด

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์รายด้านมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

n = 400

จังหวัด	มีความแตกต่าง	ไม่มีความแตกต่าง
4 จังหวัด - ชลบุรี - ระยอง - จันทบุรี - ตราด	- วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเดินทางในครั้งนี้ - ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร - ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด - ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว - แหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่ท่านสนใจ	- ถ้ามีโอกาสท่านจะมาท่องเที่ยวทะเลภาคตะวันออกอีกหรือไม่

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกับความคาดหวังการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์รายด้านมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกับความคาดหวังการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

n = 400

จังหวัด	มีความแตกต่าง	ไม่มีความแตกต่าง
4 จังหวัด - ชลบุรี - ระยอง - จันทบุรี - ตราด	- ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	-
	- ด้านราคา	
	- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
	- ด้านการส่งเสริมการตลาด	
	- ด้านบุคลากร	
	- ด้านกายภาพ	
	- ด้านกระบวนการ	

ตารางที่ 5.3 ผลวิเคราะห์การทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความคาดหวังการ
ท่องเที่ยว ภาคตะวันออก

n = 400

จังหวัด	มีความแตกต่าง	ไม่มีความแตกต่าง
จังหวัดระยอง กับ จังหวัดชลบุรี	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ, ด้านราคา, ด้านบุคลากร, ด้านกายภาพ, ด้านกระบวนการ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด
จังหวัดจันทบุรี กับ จังหวัดชลบุรี	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคลากร, ด้านกายภาพ, ด้านกระบวนการ	
จังหวัดระยอง กับ จังหวัดจันทบุรี	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย, ด้านบุคลากร, ด้านกายภาพ, ด้านกระบวนการ
จังหวัดระยอง กับ จังหวัดตราด	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ, ด้านราคา, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคลากร, ด้านกายภาพ, ด้าน กระบวนการ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
จังหวัดจันทบุรี กับ จังหวัดตราด	ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคลากร, ด้านกายภาพ, ด้านกระบวนการ	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

5.2 การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ผลจากการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนาส่วนจังหวัดอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดระยองเดินทางมากับครอบครัวส่วนจังหวัดอื่นเดินทางมากับเพื่อน การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีได้จากเพื่อนหรือญาติส่วนจังหวัดอื่นที่รู้จักจากโฆษณาสื่อโทรทัศน์หรืออินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่มักเดินทางมาท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง เดินทางมาวันเสาร์ – วันอาทิตย์ ส่วนจังหวัดอื่นเลือกเดินทางมาท่องเที่ยววันจันทร์ - วันศุกร์ กับวันหยุด นักชดถุข แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจในจังหวัดชลบุรีเลือกท่องเที่ยวชายหาดส่วนจังหวัดอื่นบางส่วนสนใจมาท่องเที่ยวหมู่เกาะกับภูเขา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิเชฐ คูหะเพ็ญแสง (2546) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า โดยมากใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง ส่วนใหญ่จะเดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน หมู่เกาะในจังหวัดระยองที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประทับใจ คือ เกาะเสม็ด ถ้ามีโอกาสนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดจะกลับมาอีกครั้งแน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวภาพ ประภาสสวัสดิ์ (2554) พบว่า ความคิดเห็นว่าจะกลับมาเที่ยวอีกหรือไม่คำตอบที่ได้ส่วนใหญ่คือ กลับมาเที่ยวอีกแน่นอน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบางแสนยังไม่เสื่อมมนต์ขลังง่ายๆ แต่กระนั้นก็มีเรื่องให้ต้องปรับปรุงอีกมากมาย ก่อนที่การจัดการและความเป็นระเบียบต่างๆจะถูกปล่อยปะละเลยจนเกิดเป็นมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมและทางจิตใจ จนนักท่องเที่ยวหันหน้าไปเที่ยวที่อื่นๆที่ใกล้เคียง เช่น พัทยา หรือ สัตหีบกันหมด

จากการสรุปผลวิจัยข้างต้นผู้วิจัยมีความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก อาจเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาพักผ่อนกับเพื่อนและครอบครัวโดยได้รับข่าวสารจากเพื่อนและสื่อออนไลน์ เลือกเดินทางมาวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางกลับมาเที่ยวอีกครั้งอาจเป็นความประทับใจในการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน ผลจากการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด มีความคาดหวังการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันในระดับมาก โดยสามารถจำแนกรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของนักท่องเที่ยว จังหวัดจันทบุรีกับจังหวัดระยองมีความคาดหวังในด้านความสด ความสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่มมากที่สุดและเป็นลำดับรองลงมาของจังหวัดตราด ส่วนจังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังในด้านสถานที่ท่องเที่ยวสะอาดมากที่สุด จังหวัดตราดมีความคาดหวังในด้านร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการมากที่สุด รองลงมาจังหวัดชลบุรีกับจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังด้านสภาพแวดล้อมสวยงามมีความเป็นธรรมชาติ ส่วนจังหวัดระยองมีความคาดหวังรองลงมาในด้านความอร่อยและรสชาติอาหาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 4 จังหวัดมีความต้องการพักผ่อนในสถานที่สวยงามที่มีความโดดเด่น ทั้งยังต้องการอาหารทะเลที่สดสะอาด และมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนิษฐา เกตุฤทธิ์ (2560) โดยผลวิจัยพบว่าด้านของสินค้าและบริการพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในประเด็นนี้มากที่สุด จึงควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้าที่จำหน่ายในถนนคนเดินเพิ่มมากขึ้น รวมถึงนักท่องเที่ยวยังให้ความเห็นเกี่ยวกับการมีสินค้า เช่น ของที่ระลึก เมนูอาหารที่มีลักษณะที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ตให้มากขึ้นและหลากหลายขึ้น

ด้านราคาของนักท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตราดมีความคาดหวังในด้านราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณมากที่สุด ส่วนจังหวัดระยองมีความคาดหวังต่อราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาจังหวัดชลบุรีกับจันทบุรีมีความคาดหวังต่อราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ ส่วนจังหวัดระยองกับจังหวัดตราดมีความคาดหวังต่อราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ราคาและคุณภาพเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหรือสถานที่นั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญภา เพ็งประไพ (2558) โดยผลวิจัยพบว่าด้านราคา กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญต่อด้านราคาสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาพรวมพบว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 โดยสูงสุด ความเหมาะสมของราคาที่พัก รองลงมา ความเหมาะสมของราคาอาหาร และเครื่องดื่ม และความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จังหวัดระยองกับจังหวัดตราดมีความคาดหวังต่อสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหารมากที่สุดและเป็นลำดับรองลงมาของจังหวัดชลบุรี ส่วนจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อสถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวกมากที่สุดและเป็นลำดับรองลงมาของจังหวัดตราด จังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังต่อความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆมากที่สุดและเป็นลำดับรองลงมาของจังหวัดระยอง ส่วนจังหวัดจันทบุรีลำดับรองลงมามีความคาดหวังต่อความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักท่องเที่ยว

ต้องการความสะดวกในการพักผ่อนทั้งอาหารที่หารับประทานง่าย ติดกับที่พัก และไปยังสถานที่ใกล้เคียงได้โดยไม่ยุ่งยากต่อการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพ ประภาสวัสดี (2554) โดยผลวิจัยพบว่าด้านสถานที่ (Place) มีความพึงพอใจในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในปัจจัยการตลาดทั้ง 4 ด้าน เนื่องมาจากหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 100 กิโลเมตรเท่านั้น อีกทั้งยังใช้เวลาในการเดินทางมาแค่เพียง 1 ชั่วโมงเศษ และที่สำคัญที่สุด มีถนนหลากหลายเส้นทางให้เลือกเดินทางมายังหาดบางแสน ไม่ว่าจะเป็นมอเตอร์เวย์กรุงเทพ -ชลบุรี ถนนสุขุมวิท ถนนบางนา-ตราด ทางด่วนสายบูรพาวิถี เป็นต้น ซึ่งนับว่ามีความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นอย่างมาก อีกทั้งถนนหนทางในเขตบางแสนก็มีระเบียบที่ดี มีป้ายบอกทางชัดเจน สามารถขับรถได้ง่าย ไม่กวนจนอาจทำให้หลงทาง และรวมถึงมีความปลอดภัยสูงและมีศูนย์ประชาสัมพันธ์ที่เด่นชัดอีกด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด จังหวัดชลบุรีกับจังหวัดตราดมีความคาดหวังต่อศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อการได้รับส่วนลดค่าที่พักมากที่สุดและเป็นอันดับรองลงมาของจังหวัดระยองกับจังหวัดตราด ส่วนจังหวัดระยองมีความต้องการต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต มากที่สุด ส่วนจังหวัดชลบุรีรองลงมามีความต้องการต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และจังหวัดจันทบุรีรองลงมามีความต้องการต่อการได้รับส่วนลดค่าอาหาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการรับรู้ข้อมูลก่อนเดินทางมา และการได้ร่วมกิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์หรือรับโปรโมชั่นของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญพร มาตผล (2557) โดยผลวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริม ให้ความสำคัญในระดับมากคือ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ส่งเสริมให้เดินทางไปท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมด้านวัฒนธรรม การโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญผ่านสื่อต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง และการจัดโปรโมชั่นท่องเที่ยวในราคาพิเศษ

ด้านบุคลากร จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดตราดมีความคาดหวังต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากที่สุด ส่วนจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพมากที่สุดและเป็นลำดับรองลงมาของจังหวัดชลบุรี ส่วนลำดับรองลงมาของจังหวัดระยอง กับจังหวัดตราดมีความคาดหวังต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ และรองลงมาของจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้พนักงานบริการอย่างเต็มที่ ใส่ใจและให้ความสำคัญกับผู้มาใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อานุภาพ จิรัฐติกาล (2551) โดยผลวิจัยพบว่าด้านพนักงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้าน พนักงานร้านอาหารมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีโดยให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ด้านกายภาพ จังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติมากที่สุดและเป็นลำดับรองลงมาของจังหวัดระยอง ส่วนจังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังต่อความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือความคาดหวังต่อมีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจนและเป็นความคาดหวังมากที่สุดของจังหวัดตราด ส่วนจังหวัดระยองมีความคาดหวังต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์มากที่สุดและเป็นอันดับรองลงมาของจังหวัดจันทบุรีกับจังหวัดตราด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดยการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวต้องการเข้าถึงเอกลักษณ์ต่าง ๆ เช่น ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพ ประภาสวดี (2554) โดยผลวิจัยพบว่าด้านลักษณะสภาพแวดล้อมทางภายนอก (Psychical Evidence) มีระดับความพึงพอใจมากเช่นกัน ซึ่งในส่วนนี้เป็นลักษณะและจุดเด่นเฉพาะที่ใครมองก็รู้ว่าเป็นหาดบางแสน ทั้งวงเวียนบางแสน แหลมแท่น อีกทั้งการบริการที่จอดรถก็มีเพียงพอ ทุกสิ่งทุกอย่างที่จา เป็นทั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ ห้องน้ำ ที่จอดรถ ร้านค้าต่าง ๆ ตู้ ATM และการให้บริการอินเทอร์เน็ตก็สามารถมองเห็นได้ชัดเจนรวมทั้งมีป้ายบอกทางและสถานที่ตั้งที่ชัดเจนอีกด้วย ดังนั้นในส่วนนี้จึงทำให้บางแสนมีชื่อเสียงที่ดีไม่เสื่อมคลาย และเป็นจุดเด่นที่ทุกคนสามารถจำได้ทันที

ด้านกระบวนการ จังหวัดชลบุรีกับจังหวัดตราดมีความคาดหวังต่อความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพักมากที่สุดและเป็นลำดับรองลงมาของจังหวัดจันทบุรี ส่วนจังหวัดระยองมีความคาดหวังต่อความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการมากที่สุดและเป็นลำดับรองลงมาของจังหวัดชลบุรีกับจังหวัดตราด ส่วนจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อการอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาลมากที่สุดและเป็นลำดับรองลงมาของจังหวัดระยอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการความแน่นอนและความชัดเจนเกี่ยวกับที่พัก การบริการต่าง ๆ ตามที่ได้มีการยืนยันก่อนการมาถึงของนักท่องเที่ยว เช่น ลักษณะที่พักตรงตามรูปแบบที่มีการนำเสนอบริการที่นักท่องเที่ยวได้ยืนยันมา เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2540, หน้า 18) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อบริการหรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะคาดหวังว่า จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้ และเรียนรู้เกี่ยวกับ ความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจ ความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของนักท่องเที่ยว คาดหวังในด้านสภาพแวดล้อมสวยงามมี ความเป็นธรรมชาติ ความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่มความอร่อยและรสชาติอาหาร ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ รวมไปถึงความปลอดภัย และความสะอาดของสถานที่พัก ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคของ สถานที่ท่องเที่ยวเพราะสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ

2) ด้านราคาของนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญในด้านราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณและมีคุณภาพ ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ราคาของที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพ เพราะค่าใช้จ่าย ในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งสูง ดังนั้นค่าใช้จ่ายจึงเป็นปัจจัยหลักในการมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญต่อสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร สถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ และความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก เพราะความสะดวกรวดเร็วและ ความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญของนักท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด คาดหวังต่อศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว การได้รับส่วนลดค่าที่พักและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต ด้านการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ และการได้รับส่วนลดค่าอาหาร จากการวิจัย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามในโลกยุค ปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก ดังนั้นช่องทางการขายควรมุ่งเน้นผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ตให้มากขึ้นมีการเข้าถึงสื่อโซเชียลเพิ่มขึ้นเพื่อสื่อสารและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชอบตาม ทีวีหรือบล็อกเกอร์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

5) ด้านบุคลากร ให้ความสำคัญต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้ จากการวิจัย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เน้นในเรื่องของการบริการที่มีคุณภาพ การแต่งกายสะอาด ดังนั้น พนักงานควร สวมชุดยูนิฟอร์มเพื่อบอกถึงสัญลักษณ์ได้อย่างชัดเจน ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงพนักงานบริการได้อย่าง รวดเร็วหากต้องการความช่วยเหลือ

6) ด้านกายภาพ ให้ความสำคัญต่อความเป็นเอกลักษณ์ ของสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และที่พัก มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน ที่จอดรถมีความเพียงพอ ปลอดภัย และความสะอาด จากการวิจัยจะเห็นว่าเอกลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญในการไปท่องเที่ยวเพื่อสัมผัส

เอกลักษณ์ในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ หรือเรียกอีกอย่างว่า จุดขาย ดังนั้นทั้งสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร สถานที่พัก ของพื้นที่นั้น ๆ ควรมีการสร้างจุดขาย หรือเอกลักษณ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยว

7) ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญต่อความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการและความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก การอำนวยความสะดวกการจราจรแก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล และความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน จากการวิจัยวิจัยจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวต้องการความชัดเจนและรวดเร็วตรงเวลาในการท่องเที่ยว ดังนั้นหากสถานที่ท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีการจัดตารางการบริการต่าง ๆ ไว้ และมีการแจ้งล่วงหน้าไปยังนักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ อาจจะสามารถลดความกังวลเกี่ยวเวลาและสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลในภาคตะวันออกว่าหากนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอย่างหนึ่งจะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมอีกอย่างหนึ่ง

2) เลือกศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทะเลภาคอื่นๆ



บรรณานุกรม

- กนิษฐา เกิดฤทธิ์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต. 3(3), 74.
- ชนินทร์ เก่งกล้า และ อิติ มีปลื้ม. (2555). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- นาวิ ชื่นใจ และ กนกวดี พิงโพธิ์ทอง. (2555). พฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.พ.
- ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวกรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. (สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- พรทิพย์ บุญญาณ และ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ. (2560). ระดับการรับรู้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการต่อผลิตภัณฑ์โทรศัพท์มือถือของผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- พรศิริ บินนาราวี. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวใน อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- พิเชฐ คูหะเพ็ญแสง. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยอง. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- พิมพ์พร งามศรีวิเศษ. (2555). ปัจจัยส่วนผสมด้านการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิตและสวนสัตว์เขาฟ้ารีเวิลด์ของนักท่องเที่ยว. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- เพ็ญภา เพ็งประไพ (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- รักบ้านเกิด. (2560). **อ่าวตาลคู่ เมืองตราด**. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก: <https://www.rakbankerd.com/travel/view.php?id=468&type=2>. (วันที่สืบค้น 8 มีนาคม 2561).
- วรรณมน จันทิษฐ์. (2552). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณี ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิกิพีเดีย. (2561). **หาดบางแสน**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/หาดบางแสน> (วันที่สืบค้น 10 มีนาคม 2561).
- ศศิโสรม ดวงรักษา. (2558). **เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี**. สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. คณะโลจิสติกส์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2557). **การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ**. ฉบับที่ 2. วารสารบริหารธุรกิจ. เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร.
- ศิริวรรณ จันทวงศ์. (2557). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด**. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สำนักงานสถิติจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก. (2555). **รายงานวิเคราะห์สถานการณ์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก**.
- สุมาลี เดชานุรักษ์นุกุล. (2555). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคตะวันออก**. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ที่ปรึกษาด้านนโยบายและแผนงาน, วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- สุภาพ ประภาสวัสดิ. (2554). **ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร**. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- อานุกาฬ จิรัฐติกาล. (2551). **ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด**. 2(1), 29-30.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อิงอร ยิ้มมุก. (2559). ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ceediz.com. (2559). หาดแม่พิมพ์ (แหลมแม่พิมพ์). [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.ceediz.com/th/travel/rayong/sp/a/หาดแม่พิมพ์-แหลมแม่พิมพ์-ระยอง>. 16886 (วันที่สืบค้น 8 เมษายน 2561).
- Chillpainai.com. (2559). Chao Lao Beach หาดเจ้าหลาว. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.chillpainai.com/travel/348/หาดเจ้าหลาว> (วันที่สืบค้น 23 มีนาคม 2561).
- Kotler, P. (1997). **Principles of marketing**. New Jersey: Prentice Hall.
- Thaitravelphotos. (2558). เที่ยวหาดน้ำใส อ.สตึก จ.ชลบุรี. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://www.thaitravelphotos.com/หาดน้ำใส> (วันที่สืบค้น 25 กุมภาพันธ์ 2561).
- MGR Online. (2558). มหัทธจรีย์ หาดทรายดำ หนึ่งเดียวในไทยที่ ตราด. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/travel/detail/9580000097630>. (วันที่สืบค้น 30 เมษายน 2561).

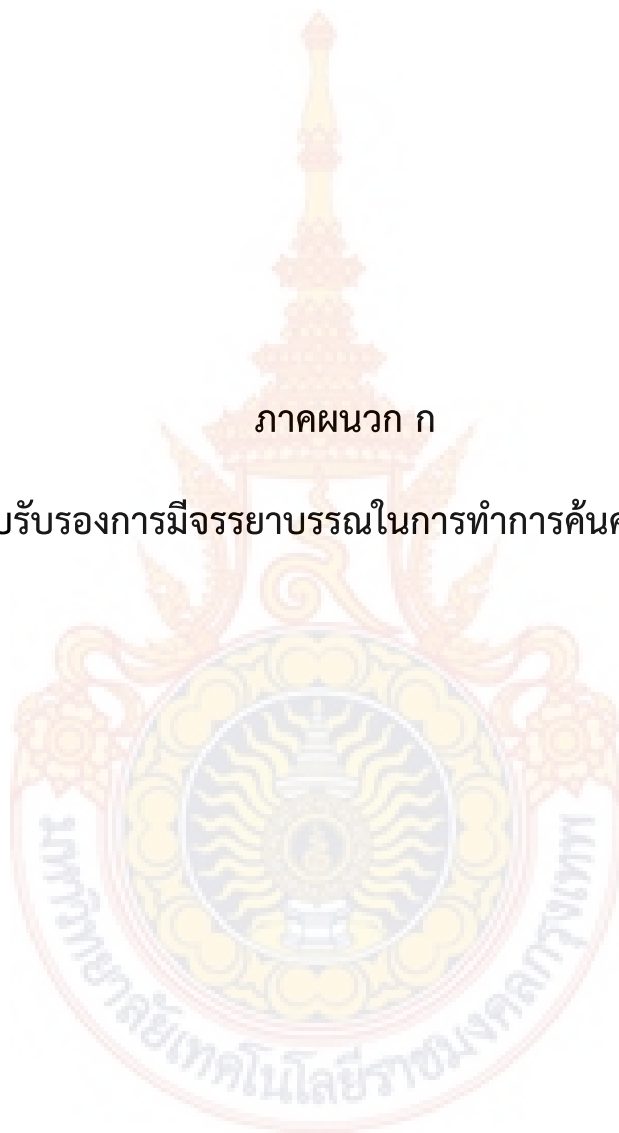


ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบรับรองการมีจรรยาบรรณในการทำการค้นคว้าอิสระ



แบบรับรองการมีจรรยาบรรณในการทำการค้นคว้าอิสระ

เพื่อให้การทำการค้นคว้าอิสระของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีคุณภาพ และมาตรฐานตามหลักวิชาการ มหาวิทยาลัยฯ ได้กำหนดให้นักศึกษาทุกคนปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณนักวิจัย 9 ข้อ ตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด ซึ่งประกอบไปด้วย

จรรยาบรรณนักวิจัย 9 ข้อ ตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด

1. นักวิจัยต้องซื่อสัตย์และมีคุณธรรมในทางวิชาการและการจัดการ นักวิจัยต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเองไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น ต้องให้เกียรติ และอ้างถึงบุคคลหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำมาใช้ในงานวิจัย ต้องซื่อตรงต่อการแสวงหาทุนวิจัย และมีความเป็นธรรมเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย
2. นักวิจัยต้องตระหนักถึงพันธกรณีในการทำงานวิจัย ตามข้อตกลงที่ทำไว้กับหน่วยงานที่สนับสนุนการวิจัย และต่อหน่วยงานที่ต้นสังกัด นักวิจัยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีและข้อตกลงการวิจัยที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายยอมรับร่วมกัน อุทิศเวลาทำงานวิจัยให้ได้ผลดีที่สุด และเป็นไปตามกำหนดเวลา มีความรับผิดชอบไม่ละทิ้งงานระหว่างดำเนินการ
3. นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัย นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัยอย่างเพียงพอ และมีความรู้ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวเนื่องกับเรื่องที่ทำวิจัย เพื่อนำไปสู่งานวิจัยที่มีคุณภาพ และเพื่อป้องกันปัญหาการวิเคราะห์ การตีความ หรือการสรุปที่ผิดพลาด อันอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่องานวิจัย
4. นักวิจัยต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ศึกษาวิจัย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต นักวิจัยต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบระมัดระวัง และเที่ยงตรงในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคน สัตว์ พืช ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม มีจิตสำนึกและมีปณิธานที่จะอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
5. นักวิจัยต้องเคารพศักดิ์ศรี และสิทธิของมนุษย์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัยนักวิจัย ต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางวิชาการจนละเลยและขาดความเคารพในศักดิ์ศรีของเพื่อนมนุษย์ ต้องถือเป็นภาระหน้าที่ที่จะอธิบายจุดมุ่งหมายของการวิจัยแก่บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่หลอกลวงหรือบีบบังคับ และไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

6. **นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด** โดยปราศจากอคติในทุกขั้นตอนของการทำวิจัย นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด ต้องตระหนักว่า อคติส่วนตัว หรือความลำเอียงทางวิชาการ อาจส่งผลให้มีการบิดเบือนข้อมูลและข้อค้นพบทางวิชาการ อันเป็นเหตุให้เกิดผลเสียหายต่องานวิจัย
7. **นักวิจัยพึงนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางที่ชอบ** นักวิจัยพึงเผยแพร่ผลงานวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและสังคม ไม่ขยายผลข้อค้นพบจนเกินความเป็นจริง และไม่ใช้ผลงานวิจัยไปในทางมิชอบ
8. **นักวิจัยพึงเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น** นักวิจัยพึงมีใจกว้าง พร้อมทั้งจะเปิดเผยข้อมูลและขั้นตอนการวิจัย ยอมรับฟัง ความคิดเห็นและเหตุผลทางวิชาการของผู้อื่น และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยของตนให้ถูกต้อง
9. **นักวิจัยพึงมีความรับผิดชอบต่อสังคมทุกระดับ** นักวิจัยพึงมีจิตสำนึกที่จะอุทิศกำลังสติปัญญาในการทำวิจัย เพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ เพื่อความเจริญและประโยชน์สุขของสังคมและมวลมนุษยชาติ

ข้าพเจ้า นางสาวชิตชนก ศรีเมือง นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
รหัสนักศึกษา 58805141003-7 ซึ่งเป็นผู้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง พฤติกรรมและความคาดหวัง
ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก ได้ทราบและปฏิบัติตามหลักจริยธรรม
และจรรยาบรรณที่กำหนดไว้ทุกประการ ข้าพเจ้าทราบดีว่าการให้ข้อความอันเป็นเท็จและการ
ละเมิดหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณนักวิจัย อาจนำมาสู่การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา หรือถูก
เพิกถอนปริญญา

(ลงชื่อ).....

(นางสาวชิตชนก ศรีเมือง)

ผู้ทำการค้นคว้าอิสระ

วันที่..... เดือน พ.ศ.....

ภาคผนวก ข

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญในการประเมินแบบสอบถาม





ที่ ศธ ๐๕๗๙.๐๔/๖๕๕

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

๘๗๘ ถนนอาคารสงเคราะห์

แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ ๑๐๑๒๐

๗ มิถุนายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครวัฒน์ แสงวิภาค

ด้วย นางสาวชิตชนก ศรีเมือง นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา ๒๕๕๘ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง “เปรียบเทียบพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวชิตชนก ศรีเมือง โทรศัพท์ ๐๘๒ ๐๘๐ ๘๘๕๙

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวก่งกมล สิงห์สมบุรณ์)

อาจารย์ รักษาการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานคณบดี คณะบริหารธุรกิจ

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๘๗ ๙๖๗๓

โทรสาร ๐ ๒๒๘๖ ๘๙๖๒

ผู้ประสานงาน นางสาวแวววิเชียร ม่วงคง โทร. ๐๘๑ ๙๐๕ ๓๓๑๖



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๗๓๒๙

ที่ ศธ ๐๕๗๙.๐๔/ ๐๐๕๓ วันที่ ๗ มิถุนายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.คุณากร ไวยวุฒิ

ด้วย นางสาวจิตชนก ศรีเมือง นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา ๒๕๕๘ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “เปรียบเทียบพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวจิตชนก ศรีเมือง โทรศัพท์ ๐๘๒ ๐๘๐ ๘๘๕๙

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(นางสาวกิ่งกมล สิงห์สมบูรณ์)

อาจารย์ รักษาการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๗๓๒๔
 ที่ ศธ ๐๕๗๙.๐๔/ ๐๐๕๔ วันที่ ๗ มิถุนายน ๒๕๖๑
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ปรินทร์ โฆษิตกุลพร

ด้วย นางสาวจิตชนก ศรีเมือง นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา ๒๕๕๘ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “เปรียบเทียบพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวจิตชนก ศรีเมือง โทรศัพท์ ๐๘๒ ๐๘๐ ๘๘๕๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

กิ่งกมล สิงห์สมบุญ

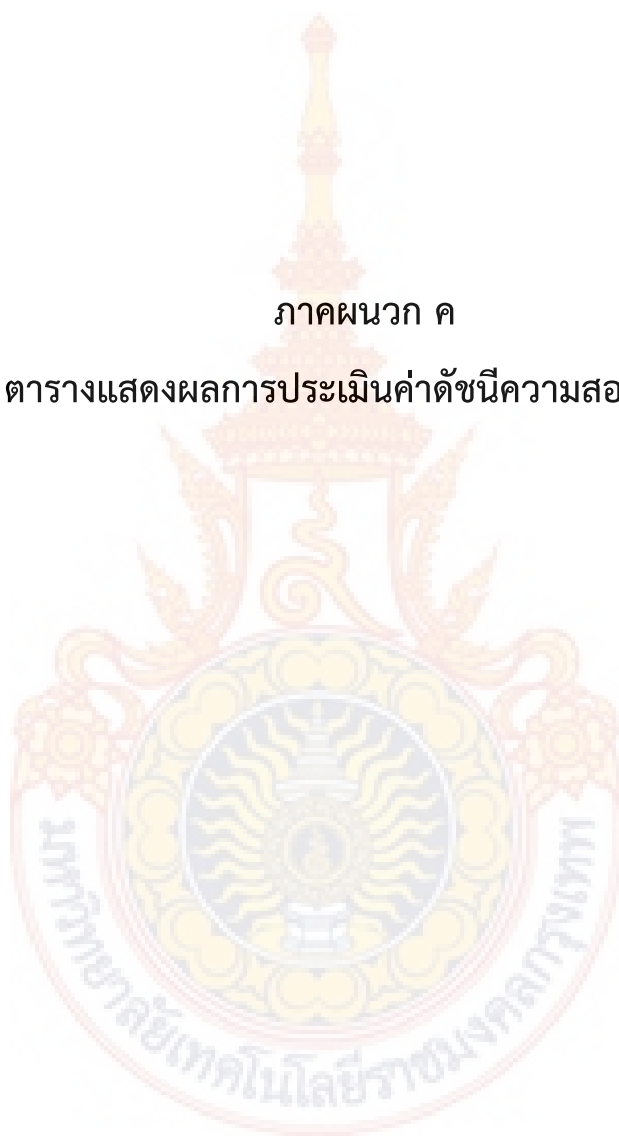
(นางสาวกิ่งกมล สิงห์สมบุญ)

อาจารย์ รักษาการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

ภาคผนวก ค

ตารางแสดงผลการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง



คำนวณ IOC แบบสอบถาม					
ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
	อ.คุณกร	อ.ปรีมิน	อ.อัครรณ		
ส่วนที่ 1					
1. เพศ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. อายุ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ระดับการศึกษา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. สถานภาพ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. อาชีพ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ส่วนที่ 2					
1. วัดดูประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเดินทางในครั้งนี้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. ช่วงเวลาใดที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้	0	1	1	0.67	ใช้ได้
5. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจที่สุด	0	1	1	0.67	ใช้ได้
6. ถ้ามีโอกาสท่านจะมาท่องเที่ยวทะเลภาคตะวันออกอีกหรือไม่	0	1	1	0.67	ใช้ได้
ส่วนที่ 3					
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
1. ความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. ความอร่อยและรสชาติอาหาร	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. ความสะอาดของสถานที่พัก	0	1	1	0.67	ใช้ได้
6. ความปลอดภัยของสถานที่พัก	0	1	1	0.67	ใช้ได้
7. สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด	1	1	1	1.00	ใช้ได้
8. สภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
9. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ของสถานที่ท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ด้านราคา					
1. ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. ราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ราคาของที่พักมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. ราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พัก	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	1	1	1	1.00	ใช้ได้

คำนวณ IOC แบบสอบถาม					
ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
	อ.คุณกร	อ.ปรเมิน	อ.อัครณัฐ		
ส่วนที่ 3					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. สถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. ความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก	0	1	1	0.67	ใช้ได้
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การได้รับส่วนลดค่าอาหาร	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. การได้รับส่วนลดค่าที่พัก	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ด้านบุคลากร					
1. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ด้านกายภาพ					
1. ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย	0	1	1	0.67	ใช้ได้
4. มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน	1	1	0	0.67	ใช้ได้
5. ความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ด้านกระบวนการ					
1. การอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ภาคผนวก ง

แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าอิสระ

เรื่อง พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

คำนิยามศัพท์ : ภาคตะวันออก หมายถึง กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกที่จะศึกษา ประกอบด้วย จังหวัด จันทบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 2) 21 - 30 ปี

☐ 3) 31 - 40 ปี

☐ 4) 41 - 50 ปี

☐ 5) 51 - 60 ปี

☐ 6) มากกว่า 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) ประถมศึกษาหรือเทียบเท่า

☐ 2) มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า

☐ 3) มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

☐ 4) ปริญญาตรี

☐ 5) สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพ

☐ 1) โสด

☐ 2) สมรส

☐ 3) หย่าร้าง

☐ 4) หม้าย

5. อาชีพ

☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา

☐ 2) พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ 3) ค้าขาย

☐ 4) พนักงานบริษัท

☐ 5) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ 6) อื่นๆโปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท

☐ 2) 10,001 - 20,000 บาท

☐ 3) 20,001 - 30,000 บาท

☐ 4) 30,001 - 40,000 บาท

☐ 5) 40,001 - 50,000 บาท

☐ 6) มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเดินทางในครั้งนี้

- | | |
|--|--|
| ☐ 1) ท่องเที่ยว / พักผ่อน | ☐ 2) เยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง |
| ☐ 3) การประชุมสัมมนา | ☐ 4) อื่นๆ โปรดระบุ |

2. ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร

- | | |
|-------------------------------------|--|
| ☐ 1) คนเดียว | ☐ 2) ครอบครัว |
| ☐ 3) เพื่อน | ☐ 4) อื่นๆ โปรดระบุ |

3. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) เพื่อน / ญาติ | ☐ 2) โฆษณาจากสื่อโทรทัศน์/อินเทอร์เน็ต |
| ☐ 3) การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว | ☐ 4) อื่นๆ โปรดระบุ |

4. ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว

- | | |
|--|--|
| ☐ 1) วันจันทร์-วันศุกร์ | ☐ 2) วันเสาร์-วันอาทิตย์ |
| ☐ 3) วันหยุดนักขัตฤกษ์ | ☐ 4) อื่นๆ โปรดระบุ |

5. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจที่สุด

- | | |
|------------------------------------|---|
| ☐ 1) ชายหาด | ☐ 2) หมู่เกาะ |
| ☐ 3) ภูเขา | ☐ 4) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

6. ถ้ามีโอกาสท่านจะมาท่องเที่ยวภาคตะวันออกอีกหรือไม่

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ 1) มา | ☐ 2) ไม่มา |
| ☐ 3) ไม่แน่ใจ | |

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออกต่อการบริการทางส่วนประสมทาง

การตลาด(7P)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

คำนิยามศัพท์ : ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การคาดการณ์เกี่ยวกับร้านอาหาร สถานที่พัก และสภาพแวดล้อม

ความคาดหวังในการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
1. ความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม					
2. ความอร่อยและรสชาติอาหาร					
3. ร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ					
4. ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ					
5. ความสะอาดของสถานที่พัก					
6. ความปลอดภัยของสถานที่พัก					
7. สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด					
8. สภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ					
ด้านราคา					
1. ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ					
2. ราคาเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ					
3. ราคาของที่พักมีความเหมาะสม กับคุณภาพ					
4. ราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พัก					
5. ราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม					

ความคาดหวังในการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. สถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก					
2. สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหาร					
3. ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ					
4. ความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การได้รับส่วนลดค่าอาหาร					
2. การได้รับส่วนลดค่าที่พัก					
3. ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว					
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต					
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ					
ด้านบุคลากร					
1. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพ					
2. เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว มีความรู้ ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้					
3. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ					
4. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้ความจริงใจ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว					
5. พนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					

ความคาดหวังในการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านกายภาพ					
1. ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ					
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์					
3. ที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย					
4. มีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน					
5. ความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว					
ด้านกระบวนการ					
1. การอำนวยความสะดวกการจราจรให้นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล					
2. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน					
3. ความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการ					
4. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก					
5. ความรวดเร็วในการบริการ ของร้านอาหารและที่พัก					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

* ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ *

ประวัติส่วนตัว

ชื่อ นามสกุล นางสาวชิตชนก ศรีเมือง
ภูมิลำเนา สมุทรปราการ
ที่อยู่ปัจจุบัน 45 หมู่ที่ 4 ถนนแพรกษา ตำบลแพรกษา
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280
E-mail : Chidchanok_39_hotmail.co.th

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2557

คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

สถานที่ทำงานปัจจุบัน

บริษัท สุทินา จำกัด (KASA)

