



The Study of Motivation and Satisfaction Factors Influencing Repeat Visitation of Thai Tourists: A Case Study of Koh Kradan, Trang Province

Sadanan Benpet¹ and Aswin Sangpikul²

¹ Master's Degree Student in the Master of Arts Program in Tourism Management, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Thailand

² Associate Professor, Program Director of the Master's Degree in Tourism Management, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Thailand

¹E-mail: 66130109@dpu.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-4524-0390>

²E-mail: aswin.sal@dpu.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6574-6028>

Received 22/01/2025

Revised 05/02/2025

Accepted 05/03/2025

Abstract

Background and Aims: Tourism motivation and satisfaction play an important role in influencing tourists' behavior and experience. This research aimed to study the behavior, motivation, satisfaction, and revisit tendency of Thai tourists to Koh Kradan, Trang Province, including the factors influencing repeat visits.

Methodology: The sample group was 420 Thai tourists aged 20 years and over who traveled to Koh Kradan, Trang Province. The sampling method was non-probability by accidental sampling. This research was quantitative by collecting data from questionnaires and analyzing data using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

Results: It was found that 1. Most tourists travel for 2-3 days with their families, receive information from social media, use personal cars, travel during public holidays, have a budget of 3,001 - 5,000 baht, and travel 3-5 times a year. 2. The pull factors have a higher influence than the push factors in traveling. 3. The highest satisfaction was with the attractions, followed by friendliness, accessibility, facilities, tourist activities, and service from staff. 4. The tendency to revisit is high, as tourists will tell others, return when they have the chance, and spend more time on the island. 5. The push and pull factors influence the intention to revisit. 6. The satisfaction with accessibility, facilities, tourist activities, friendliness, and attractions influences the intention to revisit.

Conclusion: Tourists travel to Koh Kradan during holidays, using private cars, traveling for 2-3 days, budget of 3,001-5,000 baht, 3-5 times a year. The main motivation is the beauty of the beach, satisfaction with tourism resources, hospitality, accessibility, and facilities. There is a tendency to recommend and return. Resources and facilities should be developed sustainably.

Keywords: Motivation; Satisfaction; Revisit; Thai Tourists; Koh Kradan



การศึกษาแรงจูงใจและปัจจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะกระดาน จังหวัดตรัง

ศดานันท์ แบนเพชร¹ และอศวิณ แสงพิกุล²

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิตย์

² รองศาสตราจารย์, ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: แรงจูงใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมและ
ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และแนวโน้ม
การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เกาะกระดาน จังหวัดตรัง รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมา
ท่องเที่ยวซ้ำ

ระเบียบวิธีการวิจัย: กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะ
กระดาน จังหวัดตรัง จำนวน 420 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็นโดยวิธีการแบบ
บังเอิญ ในการวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และวิเคราะห์
ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย: พบว่า 1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทาง 2-3 วันกับครอบครัว ได้รับข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย ใช้รถยนต์
ส่วนบุคคล เดินทางช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ มีงบประมาณ 3,001 - 5,000 บาท และเดินทางท่องเที่ยว 3-5 ครั้งต่อปี 2.
แรงจูงใจปัจจัยดั่งมีอิทธิพลสูงกว่าปัจจัยผลึกในการเดินทางมาท่องเที่ยว 3.ความพึงพอใจสูงสุดด้านสิ่งดึงดูดใจ
รองลงมาคืออัยาศัยไมตรี การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมท่องเที่ยว และการบริการของเจ้าหน้าที่ 4.
แนวโน้มการกลับมาเยือนซ้ำสูง โดยนักท่องเที่ยวจะบอกต่อ กลับมาเมื่อมีโอกาส และใช้เวลาท่องเที่ยวที่เกาะนานขึ้น
5. แรงจูงใจปัจจัยผลึกและปัจจัยดั่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาเยือน 6.ความพึงพอใจด้านการเข้าถึง สิ่ง
อำนวยความสะดวก กิจกรรมท่องเที่ยว อัยาศัยไมตรี และสิ่งดึงดูดใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาเยือน

สรุปผล: นักท่องเที่ยวเดินทางมาเกาะกระดานช่วงวันหยุด ใช้รถส่วนตัว เที่ยว 2-3 วัน งบประมาณ 3,001-5,000
บาท ปีละ 3-5 ครั้ง แรงจูงใจหลักคือความสวยงามของชายหาด พึงพอใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อัยาศัย
การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก มีแนวโน้มแนะนำและกลับมาเยือน ควรพัฒนาทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: แรงจูงใจ; ความพึงพอใจ; การกลับมาเยือนซ้ำ; นักท่องเที่ยวชาวไทย; เกาะกระดาน

บทนำ

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน ซึ่งรวมถึง
จังหวัดระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ และตรัง ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมทางธรรมชาติ เช่น การดำน้ำดู
ปะการัง และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พื้นที่นี้ได้รับการขนานนามว่า "มรกตเมืองใต้" (สำนักงานการท่องเที่ยวและ
กีฬาจังหวัดตรัง, 2565) เกาะกระดาน ซึ่งตั้งอยู่ในอ่าวตรังและเป็นส่วนหนึ่งของอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม มี

พื้นที่ประมาณ 600 ไร่ และตั้งอยู่ใกล้เกาะมุกและเกาะลิบง เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยว (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง, 2565)

เกาะกระดาน จังหวัดตรัง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศ ด้วยความงดงามของธรรมชาติและกิจกรรมทางน้ำที่หลากหลาย โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลวันวาเลนไทน์ที่จัดงานวิวาทใต้สมุทร ซึ่งมีชื่อเสียงระดับโลก (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง, 2565) เกาะกระดานได้รับการจัดอันดับให้เป็นชายหาดที่ดีที่สุดในโลกในปี พ.ศ. 2566 โดย World Beach Guide (มติชนออนไลน์, 2566) ความสวยงามของเกาะประกอบด้วยชายหาดทรายขาวละเอียด น้ำทะเลใส และแนวปะการังที่อุดมสมบูรณ์ เหมาะสำหรับกิจกรรมดำน้ำดูปะการัง นอกจากนี้ เกาะกระดานยังเป็นต้นแบบในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

จากสาเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแรงจูงใจและปัจจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เกาะกระดาน จังหวัดตรัง โดยศึกษาใน 2 มิติหลัก คือ ปัจจัยแรงจูงใจที่ประกอบด้วยปัจจัยผลักและปัจจัยดึง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกาะกระดานใน 6 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ / ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมทางการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อธิปไตยไม่ตรีของคนในชุมชน และการต้อนรับและบริการของเจ้าหน้าที่อุทยาน ผู้วิจัยยังศึกษาเพิ่มเติมว่าแรงจูงใจและความพึงพอใจในด้านใดมีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว รวมถึงแนวโน้มการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำ ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้และยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรัง
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรัง
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง
4. เพื่อศึกษาแนวโน้มการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง
5. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกาะกระดาน จังหวัดตรัง
6. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกาะกระดาน จังหวัดตรัง

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจและปัจจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา เกาะกระดาน จังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

Maslow (1943) กล่าวถึง ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ว่ามนุษย์มีความต้องการ 5 ระดับจากพื้นฐานไปจนถึงการพัฒนาศักยภาพสูงสุด โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงกับความต้องการเหล่านี้ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (ความต้องการทางกายภาพ) หรือเพื่อการพัฒนา (Self-Actualization)

Dann (1977) กล่าวถึงทฤษฎีแรงผลักดันและแรงดึงดูด (Push and Pull Theory) โดยระบุว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีสองประเภทหลัก Push Factors (แรงผลักดัน) คือ ปัจจัยภายในที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทาง เช่น การหลีกเลี่ยงจากความเครียด หรือการต้องการพักผ่อนจากชีวิตประจำวัน และ Pull Factors (แรงดึงดูด) คือ ปัจจัยภายนอกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง เช่น ความงามของสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือสิ่งอำนวยความสะดวก

เลิศพร ภาระสกุล (2560) หมายถึง กระบวนการที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมบางอย่าง โดยกระตุ้นให้บุคคลมีความต้องการหรือปรารถนาที่จะบรรลุผลลัพธ์บางอย่าง ในบริบทของการท่องเที่ยว แรงจูงใจอาจเกิดจากปัจจัยผลักดันจากความต้องการภายใน เช่น การพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงจากความจำเจและปัจจัยดึงดูดที่เกิดจากลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูด เช่น ความสวยงามของธรรมชาติหรือสิ่งอำนวยความสะดวก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Oliver, R.L. (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ สภาวะทางอารมณ์ที่เกิดจากการที่บุคคลบรรลุความคาดหวังหรือความต้องการหลังจากประสบการณ์การได้รับบริการหรือสินค้าที่ตอบสนองหรือเกินคาดหวัง ในบริบทของการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับความสะดวกสบาย การบริการ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว หรือความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย

อนเนก สุวรรณบัณฑิต และคณะ (2548) กล่าวว่า ความพึงพอใจ ที่เกิดจากการประเมินบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก, และสถานที่ท่องเที่ยวมีผลโดยตรงต่อ การกลับมาเยือนซ้ำ โดยเฉพาะเมื่อบริการที่ได้รับมีคุณภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดี

Kim & Lee (2007) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ โดยปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ การจองที่สะดวกและคุณภาพของบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ หากบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตอบสนองความคาดหวัง จะทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

รุ่งรัตน์ วรรณอยู่ (2563) อธิบายว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือการประเมินความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ซึ่งจะวิเคราะห์จากการเปรียบเทียบระหว่าง ความคาดหวัง ความต้องการ สิ่งกระตุ้น และความเชื่อของนักท่องเที่ยวในระหว่างการท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกลับมาเยือนซ้ำ

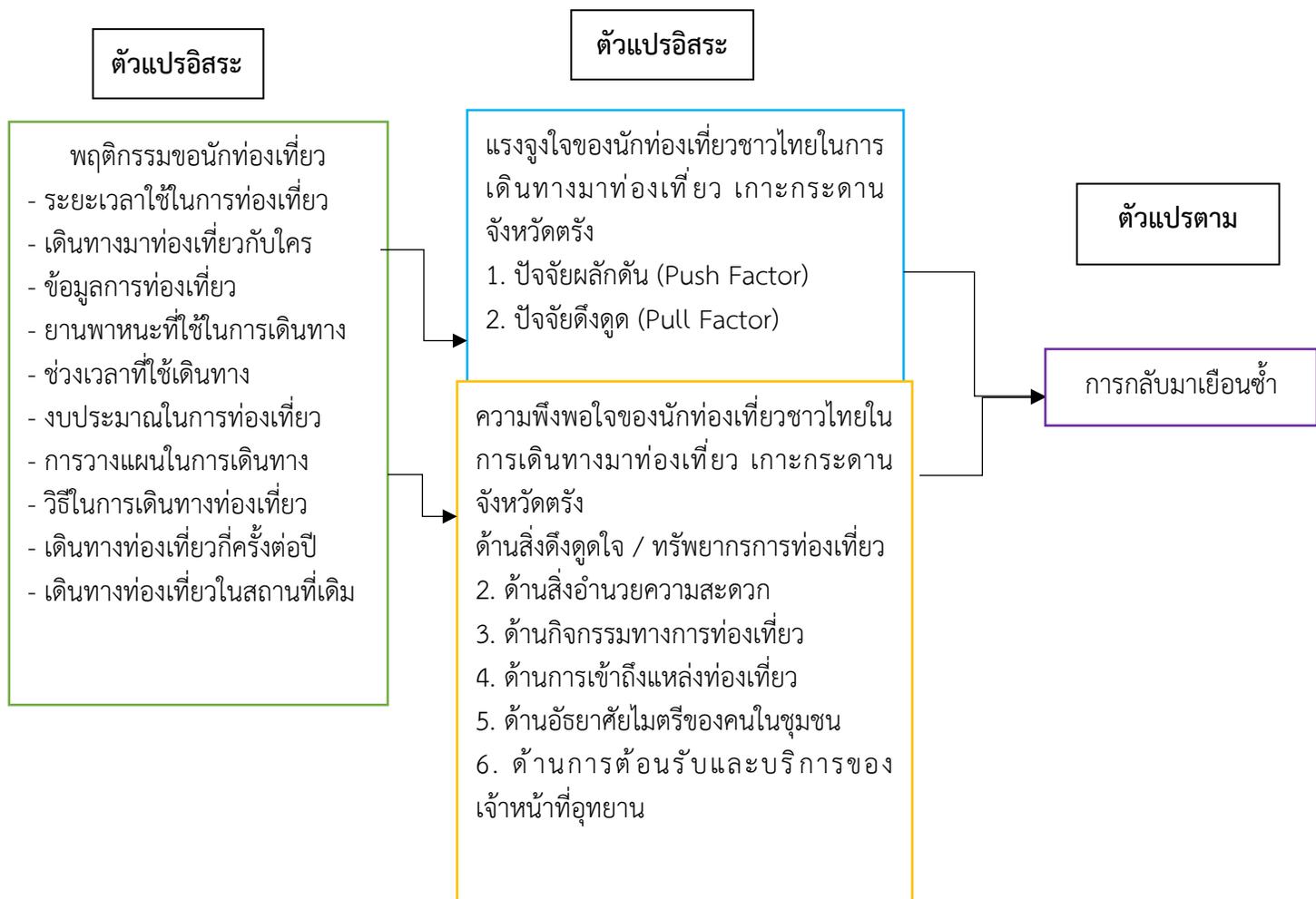
Bywater, M. (1993) กล่าวว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการเยือนครั้งแรก ซึ่งความพึงพอใจและการบริการที่ตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำในอนาคต

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) ได้กล่าวถึงการกลับมาเยือนซ้ำว่า เกิดจากความพึงพอใจในประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับการเดินทาง ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาอีกครั้ง การบริการที่ดี ความสะดวกสบาย และความคุ้มค่าที่ได้รับล้วนมีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ

พรพิมล ลอแพ และมนตรี พิริยะกุล (2562) กล่าวว่า การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวเกิดจากการประสบความสำเร็จในการท่องเที่ยวครั้งแรก ซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้บริการที่มีคุณภาพและประสบการณ์ที่ดี โดยเฉพาะการได้รับการดูแลและบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแรงจูงใจและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาเกาะกระดาน จังหวัดตรัง พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย ปัจจัยผลัก (Push Factors) เช่น ความต้องการพักผ่อน และปัจจัยดึง (Pull Factors) เช่น ความงามของสถานที่และการบริการที่ดี ซึ่งมีผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ส่วนความพึงพอใจ เกิดจากการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนอง ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติที่ดีและประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการกลับมาเยือนซ้ำ และการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวเกิดจากการที่แรงจูงใจได้รับการตอบสนองและความพึงพอใจที่สูง โดยความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำ สรุปได้ว่า แรงจูงใจและความพึงพอใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลโดยตรงต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่

1.1 ประชากร ได้แก่ ประชากรในการวิจัยนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง ระหว่างเดือนตุลาคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2567 ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เนื่องจากไม่มีข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวเฉพาะสำหรับเกาะกระดาน ผู้วิจัยจึงใช้ข้อมูลประชากรของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตรังเป็นตัวแทนการ

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะกระดาน จังหวัดตรัง อายุ 20 ปีขึ้นไป โดยกำหนดตัวอย่าง 400 คน และเก็บเพิ่มอีก 20 คน รวมเป็น 420 คน เพื่อให้ข้อมูลครบถ้วน การเลือกตัวอย่างใช้วิธีแบบบังเอิญ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากร การคำนวณขนาดตัวอย่างใช้สูตร Taro Yamane (อ้างถึงใน อัครวิณ แสงพิบูล, 2556) โดยใช้ฐานประชากรจากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง ในเดือนมกราคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2567 ซึ่งมีจำนวน 1,055,891 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) เนื่องจากไม่มีการจัดเก็บข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะกระดาน จังหวัดตรังเป็นการเฉพาะที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ในการประมาณการ วิธีนี้ช่วยลดความเสี่ยงข้อมูลไม่สมบูรณ์และเพิ่มความน่าเชื่อถือในบริบทของพื้นที่

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 7 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบมีข้อความคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกคำตอบ จำนวน 2 ข้อ ตอนที่ 2 ตอนที่ 2 รวบรวมข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและภูมิภาค มีข้อความคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกคำตอบ จำนวน 7 ข้อ ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีข้อความคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกคำตอบ จำนวน 10 ข้อ ตอนที่ 4 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า เป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (ธานินทร์ ศิลป์ จารุ, 2560) ดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด จำนวน 24 ข้อ ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรัง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า เป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (ธานินทร์ ศิลป์ จารุ, 2560) ดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด จำนวน 25 ข้อ ตอนที่ 6 แนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางกลับมาเยือนเกาะกระดาน จังหวัดตรังซ้ำอีกครั้ง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า เป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (ธานินทร์ ศิลป์ จารุ, 2560) ดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด จำนวน 4 ข้อตอนที่ 7 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะกระดาน จังหวัดตรัง มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด ตลอดจน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยทำตามขั้นตอนดังนี้ ผู้วิจัยเลือกผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านที่มีความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวและการออกแบบแบบสอบถาม เพื่อให้คำแนะนำที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยกำหนดค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยกำหนดค่าความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้น ไป (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556) พบว่า แบบสอบถามมีค่า IOC เท่ากับ 0.91 และนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) จำนวน 30 ชุด กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง โดยไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัย ครั้งนี้ และนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยวิธีการครอนบัค (Cronbach, 1974) โดยค่าความเที่ยงของมาตราวัดค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาต้องมีค่าตั้งแต่ .70ขึ้นไป ซึ่งจากการวิเคราะห์ผล พบว่าแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.975 แบบสอบถามนี้จึงมีความเชื่อมั่นสามารถนำไปเก็บ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลนี้ได้มาจากการใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามกับกลุ่มตัวอย่างที่เกาะกระดาน จังหวัดตรัง โดยพื้นที่ที่ทำการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์จะครอบคลุมชายหาดหลัก 4 พื้นที่ ได้แก่ ชายหาดเกาะกระดาน ชายหาดอ่าวช่องลม ชายหาดอ่าวเนียง และชายหาดอ่าวไผ่ ระหว่างเดือนตุลาคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2567 การเก็บข้อมูลดำเนินการโดยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองที่จุดบริการนักท่องเที่ยว 4 พื้นที่ จุดบริการนักท่องเที่ยว และท่าเรือ โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเกาะกระดาน และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ เช่น หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ งานวิจัย และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการค้นหาและรวบรวมเอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์และการสังเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมถึงการตรวจสอบและประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลและการจัดหมวดหมู่ข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้ผู้วิจัยมีข้อมูลเชิงลึกและรอบด้าน รวมถึงช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของผลการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติทางการวิจัยเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวโดยประมาณ 2 - 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 62.9 เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 41.2 ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวของเกาะกระดาน จังหวัดตรัง จากโซเชียลมีเดีย (Facebook/Line/Instagram/TikTok ฯลฯ) คิดเป็นร้อยละ 39.8 ใช้จ่ายพาหนะในการเดินทางไปท่าเรือ เกาะกระดาน จังหวัดตรัง โดยรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 48.8 เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 55.7 มีงบประมาณในการท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ในช่วง 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.2 ก่อนการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งได้มีการวางแผนล่วงหน้าในการจองที่พักและจุดแวะท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 92.4 เลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วยวิธีโดยการซื้อแพ็คเกจจากบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40.2 เดินทางท่องเที่ยว 3 - 5 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 50.2 นิยมเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่เดิม คิดเป็นร้อยละ 75.7 ตามลำดับ

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรัง พบว่า ในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.66) โดยพบว่าด้านปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D. = 0.70) สูงกว่า ด้านปัจจัยผลลึกลับที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (S.D. = 0.64)

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง พบว่า ในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 (S.D. = 0.55) และสามารถเรียงตามลำดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรังจากระดับมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ/ทรัพยากรการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.52) ด้านอรรถาธิบายไมตรีของคนในชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. = 0.73) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 (S.D. = 0.78) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 (S.D. = 0.70) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.73) และด้านการต้อนรับและบริการของเจ้าหน้าที่อุทยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (S.D. = 0.80) ตามลำดับ

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 เพื่อศึกษาแนวโน้มการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรัง พบว่า ในภาพรวม แนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางกลับมาเยือนเกาะกระดาน จังหวัดตรัง ซ้ำอีกครั้ง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางกลับมาเยือนเกาะกระดาน จังหวัดตรังมากที่สุด คือ ท่านจะแนะนำบอกต่อให้คนรู้จักมาท่องเที่ยว เกาะกระดานจังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 (S.D. = 0.72) รองลงมา คือ ท่านจะกลับมาเยือน เกาะกระดาน จังหวัดตรัง อีกครั้ง เมื่อมีโอกาส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (S.D. = 0.76) ท่านมีความประทับใจในการท่องเที่ยวของเกาะกระดาน จังหวัดตรัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (S.D. = 0.82) และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางกลับมาเยือนเกาะกระดาน จังหวัดตรัง ซ้ำอีกครั้ง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ หากท่านได้มาเยือน เกาะกระดาน จังหวัดตรัง อีกครั้ง ท่านจะใช้เวลาท่องเที่ยวที่นี่ให้นานขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 (S.D. = 0.81) ตามลำดับ

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 5 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกาะกระดาน จังหวัดตรัง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกาะกระดาน จังหวัดตรัง

Dependent Variable	การกลับมาเยือนซ้ำ (Y)			
Independent Variable	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลลึกลับ (X1) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด (X2)			
Model Summary				
R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate	Durbin-Watson
0.649 ^a	0.421	0.417	0.47350	2.183

Analysis of Variance	Sum of Squares	df	MS	F	Sig.
Regression	67.692	3	22.564	100.643	0.000 ^a
Residual	93.043	415	0.224		
Total	160.735	418			

Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
	B	Std. Error			
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ปัจจัยผลึก(X1)	0.688	0.125	0.787	5.515*	.000*
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ปัจจัยดิ่ง(X2)	0.504	0.137	0.525	3.677*	.000*
ค่าคงที่ (Constant)	3.639	0.199		18.324	.000*

*นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรความถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกาะกระดาน จังหวัดตรัง พบว่า $F = 100.643$, $Sig. = .000$, ซึ่งแสดงว่าผลการวิเคราะห์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรอิสระสามารถอธิบาย การกลับมาเยือนซ้ำได้ 42.1% ($R^2 = 0.421$) สมการที่ได้จากการวิเคราะห์คือ $Y = 3.639 + 0.688X_1 + 0.504X_2$ โดยที่ X_1 คือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลึก และ X_2 คือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดิ่ง การวิเคราะห์แสดงว่า แรงจูงใจปัจจัยผลึก ($b = 0.688$) และ แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง ($b = 0.504$) มีผลบวกต่อ การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง ($Beta = 0.787$) มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำมากกว่า แรงจูงใจปัจจัยผลึก ($Beta = 0.525$)

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 6 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อ การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกาะกระดาน จังหวัดตรัง

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถดถอยเชิงพหุคูณของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกาะกระดาน จังหวัดตรัง

Dependent Variable	การกลับมาเยือนซ้ำ(Y)				
Independent Variable	ด้านสิ่งดึงดูดใจ / ทรัพยากรการท่องเที่ยว (X1) สิ่งอำนวยความสะดวก(X2) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว(X3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X4) อัยาศัยไมตรีของคนในชุมชน(X5) การต้อนรับและบริการของเจ้าหน้าที่อุทยาน (X6)				
Model Summary					
	R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate	Durbin-Watson
	0.863 ^a	0.745	0.740	0.31599	2.200
Analysis of Variance	Sum of Squares	df	MS	F	Sig.
Regression	119.696	7	17.099	171.249	.000 ^a
Residual	41.039	411	0.100		
Total	160.735	418			
Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
	B	Std. Error			
ด้านสิ่งดึงดูดใจ / ทรัพยากรการท่องเที่ยว (X1)	0.252	0.054	0.213	4.632	0.000*
สิ่งอำนวยความสะดวก(X2)	0.455	0.092	0.518	4.963	0.000*
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (X3)	0.356	0.042	0.424	8.556	0.000*
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X4)	0.508	0.094	0.642	5.422	0.000*
อัยาศัยไมตรีของคนในชุมชน(X5)	0.298	0.058	0.352	5.109	0.000*
การต้อนรับและบริการของเจ้าหน้าที่อุทยาน (X6)	0.059	0.066	0.076	0.899	0.369
ค่าคงที่ (Constant)	1.048	0.193		5.441	0.000

* ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรความถดถอยเชิงพหุคูณของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกาะกระดาน จังหวัดตรัง พบว่า

$F = 171.249$, $Sig. = .000$ ซึ่งแสดงว่าผลการวิเคราะห์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการกลับมาเยือนซ้ำได้ 74.5 % ($R^2 = 0.745$) สมการที่ได้จากการวิเคราะห์คือ $Y = 1.048 + 0.252X_1 + 0.455X_2 + 0.356X_3 + 0.508X_4 + 0.298X_5$ โดยที่ X_1 คือ ความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ / ทรัพยากรการท่องเที่ยว X_2 คือ ความพึงพอใจสิ่งอำนวยความสะดวก X_3 คือ ความพึงพอใจกิจกรรมทางการท่องเที่ยว X_4 คือ ความพึงพอใจการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว X_5 คือ ความพึงพอใจอัยาศัยไมตรีของคนในชุมชน การวิเคราะห์แสดงว่า คือ ความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ / ทรัพยากรการท่องเที่ยว ($b = 0.252$) ความพึงพอใจ สิ่งอำนวยความสะดวก ($b = 0.455$) ความพึงพอใจกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($b = 0.356$) ความพึงพอใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($b = 0.508$) และความพึงพอใจอัยาศัยไมตรีของคนในชุมชน ($b = 0.298$) มีผลบวกต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($Beta = 0.642$) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($Beta = 0.518$) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($Beta = 0.424$) ด้านอัยาศัยไมตรีของคนในชุมชน ($Beta = 0.352$) และความพึงพอใจด้าน สิ่งดึงดูดใจ / ทรัพยากรการท่องเที่ยว ($Beta = 0.213$)

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวเกาะกระดานในระยะเวลา 2-3 วัน ซึ่งสอดคล้องกับงานเลิศพร ภาวะสกุล (2560) ที่พบว่านักท่องเที่ยวระยะสั้นในช่วงวันหยุดเป็นที่นิยม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวกับครอบครัว และ งานวิจัยวิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง (2562) ที่เน้นการเดินทางในกลุ่มครอบครัวเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ การใช้โซเชียลมีเดีย (เช่น Facebook, Instagram) เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ซึ่งตรงกับการศึกษาของ พุฒธันดรธาดา คชา เกตุอยู่เย็น (2564) ที่พบว่าโซเชียลมีเดียช่วยให้การตัดสินใจง่ายขึ้น และมีบทบาทในการเพิ่มโอกาสกลับมาเยือนสถานที่เดิม จากการได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและกระตุ้นความสนใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ อัคริน แสงพิบูล (2559) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวและการเยือนซ้ำ โดยเน้นบทบาทของโซเชียลมีเดียในการกระตุ้นการตัดสินใจและการสร้างประสบการณ์ดีๆ ซึ่งช่วยสร้างความผูกพันและความภักดี ทำให้มีแนวโน้มกลับมาเยือนสถานที่เดิม

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง ผลการวิจัยพบว่า ด้านปัจจัยดึงดูดที่ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรังสูงกว่า ด้านปัจจัยผลลัพท์ที่ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิวัช คงทอง และ ญัฐกฤษฏี เอกวรรณัง (2565) ที่พบว่าในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ เช่น เกาะในภาคใต้ของประเทศไทย ปัจจัยดึงดูดมีบทบาทสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและการกลับมาเยือนซ้ำมากกว่าปัจจัยผลลัพท์และการศึกษานี้สอดคล้องกับ ทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Theory) ของ Maslow (1943) ที่กล่าวถึงการตอบสนองความต้องการขั้นสูง เช่น การพัฒนาและการยอมรับ ซึ่งมักได้รับการตอบสนองจากปัจจัยดึงดูด และ ทฤษฎีแรงผลลัพท์และดึงดูดของ Dann (1977) ที่อธิบายว่า การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมักได้รับอิทธิพลจากปัจจัยดึงดูดมากกว่าปัจจัยผลลัพท์ที่ทำให้หลีกเลี่ยงจากสถานการณ์ไม่พึงประสงค์

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง ผลการวิจัยพบว่า นักนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรังมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ/ทรัพยากรการท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมา ด้านอรรถาธิบายไมตรีของคนในชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านการต้อนรับและบริการของเจ้าหน้าที่อุทยานตามลำดับ สอดคล้องงานวิจัยของ เจนจิรา บรรจงนิ๊ก (2555) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งดึงดูดใจ เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว และบริการต่างๆ เช่น การต้อนรับจากเจ้าหน้าที่และอรรถาธิบายไมตรีของคนในชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของการวิจัยในเกาะกระดานที่พบว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญในการเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับทฤษฎีคุณภาพการบริการ Parasuraman et al. (1988) ยังอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการ เช่น การต้อนรับและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เกาะกระดาน นอกจากนี้ ทฤษฎีของ Kotler (2003) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกิดจากการตอบสนองความคาดหวังและประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เช่น ความงามของธรรมชาติและ การบริการจากเจ้าหน้าที่ รวมถึงอรรถาธิบายไมตรีของคนในชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 เพื่อศึกษาแนวโน้มการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะกระดาน จังหวัดตรัง ผลการวิจัยพบว่า แนวโน้มที่สูงที่สุดคือการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้ผู้อื่นทราบ รองลงมา คือ ความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนเกาะกระดานอีกครั้งเมื่อมีโอกาส และความประทับใจในประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับ ในขณะที่แนวโน้มที่จะใช้เวลาท่องเที่ยวที่นั่นนานขึ้นมีค่าต่ำสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญาพร ศิริสุข (2562) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกลับมาเยือนซ้ำเมื่อพึงพอใจกับคุณภาพการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของพวกเขา เช่นเดียวกับงานวิจัยของ พิษชา ศรีสวัสดิ์ (2564) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมักจะกลับมาเยือนซ้ำเมื่อได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการบริการและความสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจและ ความภักดี (Satisfaction and Loyalty Theory) ของ Oliver (1999) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวกับการกลับมาเยือนซ้ำและการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้ผู้อื่น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกาะกระดาน จังหวัดตรัง ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจปัจจัยหลัก ($b = 0.688$) และ แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง ($b = 0.504$) มีผลบวกต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง ($Beta = 0.787$) มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำมากกว่า แรงจูงใจปัจจัยผลึก ($Beta = 0.525$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Goeldner และ Ritchie (2012) ที่กล่าวถึงปัจจัยทั้งสองที่มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวใน การกลับมาเยือนซ้ำ โดยแรงจูงใจปัจจัยดิ่งที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ หรือการสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ มักจะมีอิทธิพลมากกว่าแรงจูงใจปัจจัยผลึกที่เกี่ยวข้องกับความต้องการหลีกเลี่ยง สถานการณ์ที่ไม่ดีหรือปัญหาในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kozak (2001) ที่ได้ศึกษา การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการกลับมาเยือนซ้ำ โดยพบว่า ปัจจัยดิ่ง เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำมากกว่า ปัจจัยผลึก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 6 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกาะกระดาน จังหวัดตรัง ผลการวิเคราะห์พบว่า ความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ / ทรัพยากรการท่องเที่ยว ($b = 0.252$) ความพึงพอใจสิ่งอำนวยความสะดวก ($b = 0.455$) ความพึงพอใจกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($b = 0.356$) ความพึงพอใจการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($b = 0.508$) และความพึงพอใจอัยยาศัยไมตรีของคนในชุมชน ($b = 0.298$) มีผลบวกต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($Beta = 0.642$) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($Beta = 0.518$) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($Beta = 0.424$) ด้านอัยยาศัยไมตรีของคนในชุมชน ($Beta = 0.352$) และความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ / ทรัพยากรการท่องเที่ยว ($Beta = 0.213$) ตามลำดับสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khan (2003) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแง่ของสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยพบว่า ความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกมีผลโดยตรงต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการในจังหวัดตรังควรปรับบริการที่พักและกิจกรรมให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่เดินทาง 2-3 วัน โดยจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวที่รวมบริการครบถ้วน พร้อมใช้โซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ เช่น โปรมอชั่นและแชร์ประสบการณ์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพิ่มความรู้จักเกาะกระดานให้แพร่หลาย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรส่งเสริมการกลับมาเยือนเกาะกระดานด้วยกิจกรรมพิเศษ แพ็คเกจดึงดูดใจ และแคมเปญการตลาดที่เน้นการบอกต่อ พร้อมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและหลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในทุกฤดูกาล

หน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม และประชาชนในท้องถิ่นควรร่วมมือกันพัฒนาทิศทางการท่องเที่ยวเกาะกระดาน จังหวัดตรัง โดยเน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติ รักษาความสะอาดชายหาดและน้ำทะเล พร้อมส่งเสริมกิจกรรมทางน้ำที่ปลอดภัยและหลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างความยั่งยืนให้แหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว รวมถึงร่วมมือกันอนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรของเกาะกระดานอย่างยั่งยืน เช่น การดูแลสิ่งแวดล้อม การทำความสะอาด และการอนุรักษ์สัตว์ทะเล พร้อมส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมา อีกทั้งควรร่วมมือกันอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้เป็นจุดดึงดูด พร้อมฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เพื่อพัฒนาทักษะการบริการและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการ หน่วยงานรัฐ ภาคประชาสังคม และคนท้องถิ่นควรร่วมพัฒนาการเดินทางให้สะดวกปลอดภัย โดยเฉพาะช่วงฤดูท่องเที่ยว และส่งเสริมกิจกรรมหลากหลาย เช่น ทัวร์ดำน้ำ กีฬาทางน้ำ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการจัดการขยะและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเกาะกระดาน โดยใช้วิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพเพื่อเข้าใจความต้องการนักท่องเที่ยวและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณ อาจใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการขยะ เช่น ความพึงพอใจต่อระบบการจัดการขยะ ปัญหาที่พบเจอและข้อเสนอแนะในการปรับปรุง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ

อาจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ และคนในท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับมุมมอง ความคิดเห็นและประสบการณ์ เกี่ยวกับการจัดการขยะและการรองรับนักท่องเที่ยวบนเกาะกระดาน นอกจากนี้ ควรศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเล เช่น ผลกระทบต่อแนวปะการัง สัตว์ทะเล และคุณภาพน้ำ เพื่อนำข้อมูลไปสู่การวางแผนการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการขยะและการท่องเที่ยวบนเกาะกระดาน เช่น การใช้แอปพลิเคชันในการจองที่พัก การนำทาง การให้ข้อมูล และการรายงานปัญหา

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง เดือนมกราคม-กรกฎาคม ปี พ.ศ. 2567. Retrieved from: <https://www.mots.go.th/news/category/741>
- เจนจิรา บรรจงนึก. (2555). แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธัญญาพร ศิริสุข. (2562). การศึกษาภาวะผู้นำการจัดการเรียนรู้ยุคดิจิทัลของบุคลากรในสถานศึกษา. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 6(2), 137-154.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 17). นนทบุรี: บริษัท เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- พรพิมล ลอแท, & มนต์รี พิริยะกุล. (2562). อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่รับรู้ ความคุ้นเคย และภาพลักษณ์ที่มีต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ปลายทางประเทศไทย: การศึกษาเปรียบเทียบตัวแบบสมการโครงสร้างแบบพหุกลุ่มระหว่างเชื้อชาติของนักท่องเที่ยว. *วารสารวิทยาลัยดุสิต*, 13(3), 198-214. <https://so01.tcithaijo.org/index.php/journaldtt/article/download/241110/163973/>.
- พิชชา ศรีสวัสดิ์. (2564). แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการแบบความร่วมมือในการบริหารจัดการกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลสาคร อำเภอลำปาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พุดธันดรธาดา คชาเกตอยู่เย็น. (2564). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา อำเภอลิขิต จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มติชนออนไลน์. (2566). เกาะกระดาน จังหวัดตรัง คร่าอันดับ 1 ชายหาดดีที่สุดในโลก ปี 2023 จาก *World Beach Guide*. Retrieved from: <https://www.matichon.co.th>
- รุ่งรัตน์ วรรณะอยู่. (2563). องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน : กรณีศึกษาธนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2560). การเปรียบเทียบแรงจูงใจปัจจัยผลึกและปัจจัยดึงในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป กลุ่มประเทศอเมริกา และจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน. การค้นคว้าอิสระการท่องเที่ยวและการโรงแรม: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- วิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง และคณะ. (2562). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชมชน จังหวัดสงขลา. บทความวิจัย. *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 11 The 11th Hatyai National and International Conference*.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2556). *ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิวัช คงทอง และ ญัฐภรณ์ อีกรวรรณ์. (2565). แรงจูงใจและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต*.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง. (2565). *ข้อมูลทั่วไปเกาะกระดาน จังหวัดตรัง*. ตรัง: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง. (2565). *แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน: มรกตเมืองใต้*. จังหวัดตรัง: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต, & ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). *จิตวิทยาการบริการ (Service Psychology Comprehension Strategies and Trend)*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). *การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ: เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาเกาะภูเก็ต*. รายงานวิจัยที่ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Bywater, M. (1993). The market for cultural tourism in Europe. *Travel & Tourism Analyst*, 6, 30-46.
- Cronbach, L. J. (1974). *Test validity*. 2nd ed. Educational Testing Service.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (12th ed.). Pearson Education.
- Khan, B.H. (2003). *Web-Based Instruction*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kim, W. G., & Lee, S. (2007). Developing a new performance measurement metric in the hotel industry: Application of the balanced scorecard and the fuzzy-analytic hierarchy process model. *Proceedings of the First Hospitality and Leisure: Business Advances and Applied Research Conference*, Lausanne, Switzerland.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-800.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>



- Oliver, R. L. (1980, August). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing Research*, 63, 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Marketing*, 64, 12-40.

