

แรงจูงใจปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
ของนักท่องเที่ยวเรือสำราญ

MOTIVATIONAL FACTORS THAT DRIVE AND ATTRACT AFFECT THE CHOICE
OF TRAVEL IN THAILAND OF CRUISE TOURISTS.

ชญานิศา วงษ์พันธุ์¹ ณัฐกฤตา นันทะสิน² และศิริพา นันทกิจ³
Chayanisa Wongphan¹, Nutkritta Nuntasin² and Siripa Nantakit³

¹ หลักสูตรศิลปศาสตร สาขาวิชาการจัดการบริการธุรกิจเรือสำราญ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

¹ Liberal Arts, Major in Cruise lines Business, Sripatum University
E-mail: chayanisa.wo@spu.ac.th, nutkritta.nu@spu.ac.th, Brave2001@gmail.com

Received August 21, 2021
Revised December 1, 2021
Accepted December 7, 2021

บทคัดย่อ

ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญเพื่อการวางแผนด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศ แต่ทว่างานวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางเรือสำราญ ยังมีไม่มากนักและอาจทำให้ขาดโอกาสส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ในอนาคต ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจปัจจัยผลักดันกับปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวเรือสำราญในประเทศไทย โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 400 คน โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติอ้างอิงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาความสัมพันธ์ Pearson's Correlation ในการหาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจทั้ง 2 ด้าน

ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการเติมเต็มในชีวิตและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและคนไทยเป็นมิตร ส่วนแรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการเรียนรู้และเห็นวัฒนธรรมใหม่ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการด้านอารมณ์ต่าง ๆ มากกระตุ้น มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูด ด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดทั้ง 4 ด้าน

คำสำคัญ

แรงจูงใจปัจจัยผลักดัน, แรงจูงใจปัจจัยดึงดูด; นักท่องเที่ยวเรือสำราญ; ท่าเรือแวะพัก

ABSTRACT

Tourism motivate push-pull are important for national tourism planning. But research on the incentives for cruise tourism. There are still not many and this may lead to a lack of opportunities to promote this form of tourism in the future. Therefore this research aims to study the relationship between motivation push factors and pull factors of cruise tourists in Thailand. The data were collected with a questionnaire from 400 foreign tourists using accidental sampling selection method. Interviews with relevant agencies quantitative data analysis and use of reference statistics analyzed the data with Pearson's Correlation. To find the relationship between the two aspects of motivation.

The results showed that motivation, demanding factors for fulfillment in life and prestige were related to motivation, attraction factor in basic amenities and friendly Thai It is related to the motivation factor of attraction for the diversity of tourist attractions. As for motivation, factors that drive the need to learn and see a new culture. The motivation of various emotional needs driven factors was related to the motivation factor of the cruise ship tourists to travel to Thailand. In terms of diversity of tourist attractions and motivation, factors driving the need to escape the monotony there was no correlation with all four attractive factors motivation.

Keywords

Motivation push - pull, Cruise Tourist, Port of Call

บทนำ

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศยอดนิยมอันดับต้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกให้ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย ผู้คนเป็นมิตร อาหารอร่อยมีความหลากหลาย แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม ค่าครองชีพที่ไม่แพง จึงทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะเลือกเส้นทางท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นจุดแวะพักในการท่องเที่ยวเรือสำราญ ด้วยความที่ประเทศไทยมีพื้นที่ติดกับทะเลจึงทำให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเรือสำราญ มีจุดแวะพักที่ได้รับความนิยมอย่างมาก นักท่องเที่ยวเดินทางมาในลักษณะท่าเรือแวะพัก (Port of Call) ในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก โดยจำนวนเรือที่ให้บริการในเอเชียและแปซิฟิกจำนวน 62 ลำ ลักษณะเส้นทางของเรือสำราญที่เข้ามาแวะเยือนประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ในการแวะเยือน 2 ลักษณะ คือ 1) เป็นเมืองท่าแวะผ่าน (Transit Port หรือ Port of Call) โดยแวะเทียบท่าประมาณ 8-48 ชั่วโมง และ 2) เป็นท่าเรือหลัก (Turnaround Port หรือ Home Port) คือเป็นท่าเรือศูนย์กลางในการเปลี่ยนถ่ายผู้โดยสาร (ไพฑูรย์ มนต์พานทอง และเทิดชาย ช่วยบำรุง, 2558) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจได้แก่ วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ หาดป่าตอง วดฉลอง อ่าวพังงา และการล่องเรือที่แม่น้ำเจ้าพระยา นอกจากนี้ยังมีเรือสำราญที่เข้ามาในลักษณะเป็นแบบจุดเริ่มต้น และจุดสุดท้ายของทริประยะสั้น (Turn-Around Port) ซึ่งเส้นทางแวะพักของเรือ คือ 1) ท่าเรือแหลมฉบังและเกาะสมุย มีปริมาณเรือ

เทียบต่ำกว่า 8,118 ลำ มีเส้นทางเรือที่มาแวะพักและเป็นเส้นทางเรือไปยังประเทศอื่น เช่น จากท่าเรือแหลมฉบังไปยังประเทศกัมพูชา แวะเกาะฟูกัวในเวียดนาม แวะเกาะสมุย แล้วมาจบที่ท่าเรือแหลมฉบัง หรือจากท่าเรือแหลมฉบังไปแวะเกาะสมุย ไปจบที่ประเทศสิงคโปร์ (วิลาวลัย แก้วเขียวบริสุทธิ์, 2562) 2) ท่าเรือภูเก็ตอยู่ในทะเลอันดามัน เป็นท่าเรือสินค้าทั่วไปที่ใหญ่ที่สุดในชายแดนฝั่งอันดามัน โดยเรือสำราญจะจอดที่ท่าหาดป่าตอง ท่าเรื่อน้ำลึก อ่าวมะขาม ซึ่งบริษัทเรือสำราญที่แวะพักพำนักรถท่องเที่ยวมาเที่ยวยังท่าเรือภูเก็ตที่มีศักยภาพที่มีเสน่ห์ เช่น บริษัทเรือ Royal Caribbean Cruises, Princess Cruises, Dream Cruise เป็นต้น (วิลาวลัย แก้วเขียวบริสุทธิ์, 2562) 3) ท่าเรือกรุงเทพ หรือที่เรียกว่า ท่าเรือคลองเตย เป็นท่าเรือหลักของประเทศไทยที่มีความสำคัญและมีสายเดินเรือมาแวะพัก บริษัทเรือที่มาให้บริการ คือ Princes Cruise, Carnival, Costa Victoria จะเดินเรือเป็นเวลา 4 คืน ในการเดินทางเพื่อไปยังจุดหมายปลายทาง เช่น สหราชอาณาจักร กัมพูชา ฟูกัวในเวียดนาม และเกาะสมุยประเทศไทย ซึ่งบทบาทการเป็นท่าเรือหลัก (Homeport) ของไทยยังมีน้อย เพราะยังติดปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน การตลาดประชาสัมพันธ์ การตรวจคนเข้าเมือง ด้านศุลกากร และด้านกฎหมาย จึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยทางด้านการแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นเรือสำราญเพื่อการวางแผนด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศต่อไป

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นเรือสำราญเพื่อการวางแผนด้านกาของท่องเที่ยวของประเทศไทย แต่ทว่างานวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางเรือสำราญยังมีไม่มากนัก และอาจทำให้ขาดโอกาสส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทนี้ในอนาคต ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดของนักท่องเที่ยวด้านเรือสำราญประเทศไทย ผู้วิจัยทำการศึกษาลงงานทางด้านนี้เพื่อจะได้นำผลงานไปใช้เป็นประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐบาลและเอกชน อันจะเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาและการส่งเสริมทางการตลาดของการท่องเที่ยวจุดแวะพักเรือสำราญในประเทศไทย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าชาวต่างชาติที่เดินทางมาแวะพักในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย หากงานวิจัยเรื่องนี้จะมีประโยชน์ต่อประเทศชาติและการตลาดทางการท่องเที่ยวเรือสำราญไม่มากนักด้วยข้อจำกัดบางประการที่กล่าวข้างต้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจปัจจัยผลักดันกับปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวเรือสำราญในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมากับเรือสำราญและแวะพัก ณ ท่าเรือ ในประเทศไทย ใช้วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวเรือสำราญที่กำลังล่องเรือหรือเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในขณะทำการวิจัยว่ามีจำนวนเท่าใดอย่างแน่ชัด ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวเรือสำราญที่เดินทางมายังท่าเรือแวะพักของประเทศไทย 4 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือ

แหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ท่าเรือแฉะพักคลองเตย กรุงเทพมหานคร ท่าเรือแฉะพักภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต และท่าเรือแฉะพักเกาะ สมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรของ W.G. Conhran (1953)

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384.16 เพื่อความสะดวกของผู้วิจัยจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างสามารถเก็บได้ 400 คน เนื่องจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากอธิบดีกรมเจ้าท่า มีเรือ 393 ลำ มีจำนวนนักท่องเที่ยวราว ๆ 441,600 คน อ้างอิงจาก (กรมเจ้าท่า, 2562) ผู้วิจัยจึงเลือกการสุ่มเก็บข้อมูล โดยการแบ่งโควตาในการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเรือสำราญ ท่าเรือละ 100 ชุด เก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2561- เมษายน 2562

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ข้อความในแบบสอบถามสร้างขึ้นภายหลังจากที่ผู้วิจัย ทบทวนวรรณกรรมทั้งทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วจึงสร้างข้อคำถามที่สะท้อนถึง ตัวแปรทุกตัวในการวิจัยเรื่องนี้ แบบสอบถามถูกสร้างขึ้นเป็นภาษาไทยก่อนแล้วจึงให้ผู้เชี่ยวชาญ ด้านภาษาอังกฤษแปลแบบสอบถามเป็นภาษาอังกฤษแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งหนึ่งหลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ เดินทางท่องเที่ยวมาเกี่ยวกับเรือสำราญ จำนวน 30 คน ก่อนการเก็บข้อมูลจริง เพื่อทดสอบ ความเหมาะสมของข้อความในแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาลงรหัสและ วิเคราะห์ข้อมูลโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือของสเกลที่ใช้วัด แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอนดังต่อไปนี้ 1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป 2) คำถามที่วัดแรงจูงใจด้านปัจจัย ผลัก 3) คำถามที่วัดแรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูด 4) คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยกำหนดค่า คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับที่วัดระดับแรงจูงใจ ได้แก่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และการวัดความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ในการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิตินี้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วย การหาความสัมพันธ์ Pearson's Correlation ในการหาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจทั้ง 2 ด้าน คือแรงจูงใจผลักดันและดึงดูด

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเรือสำราญด้านปัจจัยผลักดันมีความสัมพันธ์ กับปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวเรือสำราญในประเทศไทย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจปัจจัยผลักดันกับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวเรือสำราญในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยผลักดัน	ปัจจัยดึงดูด			
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและคนไทยเป็นมิตร	ด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	ด้านราคาที่ถูกกว่า	ด้านแหล่งบันเทิงยามราตรีและสถานที่เคยเห็นในภาพยนตร์
ด้านความต้องการเติมเต็มในชีวิตและเกียรติภูมิ	.532**	.383*	.431*	.286
ด้านความต้องการเรียนรู้และเห็นวัฒนธรรมใหม่	.588**	.613**	.367*	.196
ด้านความต้องการด้านอารมณ์ต่าง ๆ มากกระตุ้น	.258	.377*	.303	.654**
ด้านความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ	.209	.182	.159	.185

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Pearson's moment correlation analysis แสดงว่า แรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการเติมเต็มในชีวิตและเกียรติภูมิ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและคนไทยเป็นมิตร ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ส่วนด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และด้านราคาที่ถูกลง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ส่วนด้านแหล่งบันเทิงยามราตรีและสถานที่เคยเห็นในภาพยนตร์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

แรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการเรียนรู้และเห็นวัฒนธรรมใหม่ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ส่วนด้านราคาที่ถูกลง มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ ส่วนด้านแหล่งบันเทิงยามราตรีและสถานที่เคยเห็นในภาพยนตร์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

แรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการด้านอารมณ์ต่าง ๆ มากกระตุ้น มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวเรือสำราญในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และด้านแหล่งบันเทิงยามราตรีและสถานที่เคยเห็นในภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ส่วนอีก 2 ด้านคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและด้านราคาที่ถูกลง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

แรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดทั้ง 4 ด้าน

อภิปรายผล

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเรือสำราญในด้านปัจจัยผลักดัน กับปัจจัยดึงดูด ความสัมพันธ์ของปัจจัยผลักดันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยดึงดูดในระดับปานกลาง และระดับต่ำ แรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการเติมเต็มในชีวิตและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและคนไทยเป็นมิตร มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งจะต้องผลักดันให้สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ให้ได้รับการพัฒนาเพื่อให้เกิดความทันสมัยและสะดวกสบาย จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวทางด้านเรือสำราญได้ง่ายขึ้นและหลากหลายช่องทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพร มุลฤณี (2560) ที่ได้ศึกษากระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านพิธีการในการยืนยันเรือสำราญในการเข้าเทียบท่ายังท่าเรือแหลมฉบังยังเป็นข้อจำกัด เนื่องจากระบบการยืนยันการจองท่าเรือใช้การจองและยืนยันล่วงหน้าเพียง 1 เดือน ซึ่งก่อให้เกิดความไม่สะดวกสบายต่อการขายที่มีเรือขายโปรแกรมและเส้นทางการเดินเรือสำราญเป็นระยะเวลาล่วงหน้าค่อนข้างนาน ดังนั้นการทำเรือควรปรับปรุงการจอง และยืนยันผ่านระบบออนไลน์เพื่อความสะดวกรวดเร็วและป้องกันความผิดพลาดได้สูง เพื่อลดข้อจำกัดและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเรือสำราญของประเทศไทย

สำหรับด้านเอกลักษณ์ในความเป็นมิตรของคนไทยต้องรักษาไว้เพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยผ่านเส้นทางเดินเรือสำราญที่ถือได้ว่าเป็นอีกด้านที่สร้างแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเรียนรู้และต้องการที่จะเห็นวัฒนธรรมใหม่ ๆ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ส่วนแรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการด้านอารมณ์ต่าง ๆ มากกระตุ้น มีความสัมพันธ์กับกับแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวเรือสำราญในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ด้านแหล่งบันเทิงยามราตรีและสถานที่เคยเห็นในภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง จะเห็นได้ว่า ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยและแหล่งท่องเที่ยวบันเทิงยามราตรีก็มีความสัมพันธ์กับปัจจัยผลักดันที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและมาแวะพักยังจุดแวะพักของประเทศไทย ในท่าเรือที่เป็นจุดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางด้านเรือสำราญของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผู้ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวเรือสำราญควรตระหนักถึงความต้องการหรือแรงจูงใจที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยการทำการตลาดทางสื่อออนไลน์ โซเชียล ในเรื่องการส่งเสริมทางการตลาดที่นำเอาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม เกาะ แก่ง หาดทราย และวัฒนธรรมที่โดดเด่นของไทย ไปทำการตลาดประชาสัมพันธ์และสร้างแบรนด์ทางการตลาดที่เป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากมาแวะพักยังประเทศไทยไทย เมื่อเรือจอดเทียบท่า นักท่องเที่ยวก็มีความต้องการที่จะซื้อแพคเกจท่องเที่ยว เราต้องทำการตลาดนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ และเส้นทางวัฒนธรรม รวมถึงการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

2. ปัจจัยทางด้านการผลักดัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเรือที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ความหรูหรา และเส้นทางการท่องเที่ยวเรือสำราญ ที่นำเสนอประเทศไทย เป็นจุดแวะพักหลักที่สำคัญ สำหรับการท่องเที่ยวทางด้านการเรือสำราญ ไม่ว่าจะเป็น การนำเสนอทางด้านรูปภาพ สื่อการตลาด การท่องเที่ยว วีดีโอ ที่เป็นตัวล่อใจให้เกิดแรงผลักดัน ทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะมาท่องเที่ยว ยังประเทศไทยในเส้นทางการท่องเที่ยวเรือสำราญ

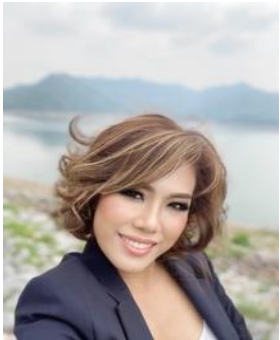
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเรื่องความต้องการ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและแนวโน้มของ นักท่องเที่ยวเรือสำราญ ที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังท่าเรือของประเทศไทย
2. ควรมีการศึกษาเจาะลึกถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเรือสำราญอย่างละเอียดว่าแรงจูงใจ ด้านใดบ้างมีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายอย่างไรบ้าง
3. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาการรองรับนักท่องเที่ยวเรือสำราญและเส้นทางใน แต่ละท่าเรือแวะพักของประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- กรมเจ้าท่า. (2562). แนวโน้มธุรกิจทางด้านเรือสำราญและนโยบายพัฒนาท่าเรือสำราญ. สืบค้น จาก <http://md.go.th/md/>.
- ไพฑูรย์ มนต์พานทอง และ เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2558). การวิเคราะห์การจัดการท่าเรือแวะพัก จังหวัดภูเก็ตสำหรับการท่องเที่ยวเรือสำราญ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. 11(2), 165-188.
- วิลาวัลย์ แก้วเขียวบริสุทธิ์. (2562). ท่าเรือสำราญหลักในไทย ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือภูเก็ต ท่าเรือ กรุงเทพฯ ท่าเรือสมุย. สืบค้นจาก <https://www.yingpook.com/blogs/cruises/thailand-cruise-port-terminal>
- สุรพร มุลฤณี. (2560). แนวทางการพัฒนาการจัดการท่าเรือสำหรับการท่องเที่ยวเรือสำราญของ ประเทศไทย. กรณีศึกษาท่าเรือแหลมฉบัง. วิทยานิพนธ์. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York : John Wiley & Sons. Inc.

ประวัติแนบท้ายบทความ (ภาษาอังกฤษ)

	Name and Surname: Chayanisa Wongphan Highest Education: Master's degree University or Agency: Sripatum Field of Expertise: Tourism Management Address: 2410/2 Phaholyothin Road, Jatujak, Bangkok
	Name and Surname: Nutkritta Nuntasin Highest Education: Master's degree University or Agency: Sripatum Field of Expertise: Service Management Address: 2410/2 Phaholyothin Road, Jatujak, Bangkok
	Name and Surname: Siripa Nantakit Highest Education: Master's degree University or Agency: Sripatum Field of Expertise: Tourism and Hospitality Management Address: 2410/2 Phaholyothin Road, Jatujak, Bangkok