

การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน

The Development of Tourist's Motivation towards Tourism in Sa Kaeo as Frontier Tourism Destination

Krittika Sainaratchai
Komsit Kianwatana
Srinakharinwirot University

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว เพื่อนำผลการศึกษามาช่วยสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามโดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวสระแก้วเป็นครั้งแรกกับครอบครัว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยว/นันทนาการในช่วงวันหยุดพักผ่อน ตลาดโรงเกลือถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามระลึกถึงและคิดว่าเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของจังหวัดสระแก้ว และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจังหวัดสระแก้วมาจากอินเทอร์เน็ต
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ($\bar{x} = 3.56$, S.D.= 0.70) ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ($\bar{x} = 3.70$, S.D.= 0.73) ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ($\bar{x} = 3.61$, S.D.= 0.69) และด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง ($\bar{x} = 3.58$, S.D.= 0.70)

คำสำคัญ : แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว จังหวัดสระแก้ว เมืองท่องเที่ยวชายแดน

Abstract

The purposes of this research were to study tourists' behaviors in travelling and travel motivation and to develop tourism motivation in Sa Kaeo as the frontier tourism destination. The samples were 400 Thai tourists responded to the survey. Data were analyzed statistically.

Results

1. Respondents were the female aged between 20–30 years old, who were undergraduate students having their salary less than 5,000 bath.
2. Respondents had traveled to Sa Kaeo for the first time with their family. Their main purpose of visiting was travelling or leisure on holidays. The Rong Kluea Market is the place that tourists had reminded and they also had thought as Sa Kaeo's symbol. The internet was used to search for information regarding to Sa Kaeo.
3. The opinion of respondents on tourist's motivation towards tourism in Sa Kaeo was ranked in a high level in terms of physical motivation ($\bar{x} = 3.56$, S.D.= 0.70), culture motivation ($\bar{x} = 3.70$, S.D.= 0.73), interpersonal motivation ($\bar{x} = 3.61$, S.D.= 0.69), and status and prestige motivation ($\bar{x} = 3.58$, S.D.= 0.70) respectively.

Keywords : tourist's motivation towards tourism, Sa Kaeo, frontier tourism destination

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องมาจากการท่องเที่ยวนอกจากจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความสุข สนุกสนานจากการเดินทางท่องเที่ยวแล้วยังทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการเดินทางท่องเที่ยว และยังทำให้คนในประเทศได้รับประโยชน์อย่างมหาศาลทั้งการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ กระจายรายได้ให้กับทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และยังทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตได้อีกด้วย

จังหวัดสระแก้วเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ตั้งอยู่ริมชายแดนด้านตะวันออกของประเทศไทย มีพรมแดนติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชาทางทิศตะวันออก สภาพพื้นที่มีทั้งที่ราบ ที่ราบสูงและภูเขาสูงสลับซับซ้อน โดยมีทิวเขาบรรทัดอยู่ทางตอนบนของจังหวัดเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำบางปะกง อีกทั้งสระแก้วเป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรด้านศิลปวัฒนธรรม มีประวัติความเป็นมายาวนานตั้งแต่สมัยทวารวดี โดยปรากฏหลักฐานร่องรอยของอารยธรรมโบราณกระจายอยู่ในพื้นที่เป็นแหล่งรวมวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของชนพื้นเมืองหลายเผ่าพันธุ์ มีการติดต่อค้าขายกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นเวลานาน มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ก่อให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายกระจายอยู่ทุกอำเภอ

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดสระแก้ว พบว่าประเด็นด้านจุดแข็งและจุดอ่อนของจังหวัดสระแก้วที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สินค้าและของที่ระลึก ได้แก่ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงวัฒนธรรมระหว่างไทยกับกัมพูชา มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ มีสินค้าและของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Websakaeo, 2016) เป็นจุดพักสินค้าส่งและสินค้าปลีกทุกประเภทสู่กลุ่มอินโดจีน มียานการค้าขายแดนชื่อดัง และมีทำเลที่ตั้งที่เอื้อประโยชน์ทุกด้าน แต่ในจังหวัดสระแก้วยังถือว่ามีย่านนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวไม่มากเท่าที่ควร ดังจังหวัดอื่นๆ ในภาคตะวันออก อีกทั้งคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วยังนิยมเดินทางออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านในการท่องเที่ยวมากกว่าท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสระแก้วยังขาดความเชื่อมั่นทางด้านความปลอดภัย การขาดการดูแลเอาใจใส่ การส่งเสริมและพัฒนาทางการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วอีกด้วย (Sa Kaeo Tripod, 2012)

ดังนั้นองค์การภาครัฐควรมีความสำคัญในการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถสร้างความสนใจ ดึงดูดใจและสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วมากยิ่งขึ้น เพื่อช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และกระจายรายได้ให้กับคนในจังหวัดสระแก้วได้อีกด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยในเรื่องนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว
2. เพื่อนำผลการศึกษามาช่วยสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว
2. ทำให้ทราบการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน
3. ผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งสำนักงานพัฒนาชุมชน วิทยาลัยชุมชน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เพื่อส่งเสริมและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ดึงดูดใจ และสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วมากยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างมาจากประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2558 จำนวน 711,539 คน (Department of Tourism, 2015) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากขนาดประชากรโดยใช้สูตรของทาคิยามาเนะ (Yamane, 1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 399.76 ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ 400 คน ในการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเต็มใจตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยว แบบสอบถามแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วและแบบสอบถามข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2. การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

2.1 ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน พิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีหาความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ (IOC, Item Objective Congruence) และนำค่าดัชนีที่คำนวณได้มาเทียบเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Rovinelli & Hambleton, 1977) โดยได้ค่าเท่ากับ 0.89

2.2 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Nunnally & Bernstein, 1994) โดยได้ค่าเท่ากับ 0.88 หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อให้เหมาะสม ก่อนนำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยวางแผนการดำเนินงานเก็บข้อมูล และกำหนดวันเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละสถานที่โดยกระจายวันและช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ตามที่ได้กำหนดไว้ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกและเก็บแบบสอบถามด้วยทีมวิจัยในตลาดโรงเกลือ ปราสาทสตึกก็อทรม อุทยานแห่งชาติปางสีดาและละลุ หลังจากที่ได้ตอบแบบสอบถามได้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว และนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูล และนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยว นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และการหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
2. แบบสอบถามแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
3. แบบสอบถามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์ความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน ทำการแจกแจงความถี่ นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อพร้อมความถี่

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (N = 400)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	184	46.0
	หญิง	216	54.0
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	53	13.3
	20 – 30 ปี	196	49.0
	31 – 40 ปี	66	16.5
	41 – 50 ปี	36	9.0
	51 – 60 ปี	27	6.7
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	22	5.5
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	120	30.0
	ปริญญาตรี	250	62.5
	สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.5
อาชีพ	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	184	46.0
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	10.5
	พนักงานบริษัทเอกชน	69	17.3
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	65	16.2
	อื่นๆ	40	10.0

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (N = 400)	ร้อยละ
รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	123	30.8
	5,000 – 10,000 บาท	73	18.2
	10,001 – 15,000 บาท	70	17.5
	15,001 – 20,000 บาท	42	10.5
	20,001 – 25,000 บาท	25	6.5
	มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	67	16.8

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20–30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรรท่งเที่ยว

พฤติกรรมท่องเที่ยว		จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (N = 400)	ร้อยละ
ความถี่	ครั้งแรก	143	35.8
	2 – 3 ครั้ง	132	33.0
	มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	125	31.2
วัตถุประสงค์	ท่องเที่ยว/นันทนาการ	210	52.5
	ธุรกิจ	42	10.5
	ประชุมสัมมนา	22	5.5
	เยี่ยมญาติ/เพื่อน	35	8.8
	ซื้อสินค้าและของที่ระลึก	49	12.2
	อื่นๆ	42	10.5
ช่วงเวลา	ช่วงวันหยุดพักผ่อน	173	43.3
	ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์	158	39.5
	ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์	25	6.2
	อื่นๆ	44	11.0
สถานที่	ตลาดโรงเกลือ	296	74.0
ท่องเที่ยว	ปราสาทสตักก้อม	33	8.3

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรมท่องเที่ยว		จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (N = 400)	ร้อยละ
สถานที่ ท่องเที่ยว (ต่อ)	อุทยานแห่งชาติปางสีดา	95	23.8
	ละลุ	2	0.5
	เขานกกระรอก	9	2.2
	อื่นๆ	10	2.5
ตัวแทน ภาพลักษณ์	ตลาดโรงเกลือ	239	59.8
	ปราสาทสตึกก๊กอ้อม	51	12.7
	อุทยานแห่งชาติปางสีดา	95	23.8
	ละลุ	2	0.5
	เขานกกระรอก	8	2.0
	อื่นๆ	5	1.2
ผู้ร่วมเดินทาง	มาคนเดียว	37	9.2
	มากับเพื่อน	97	24.3
	มากับครอบครัว	187	46.8
	มากับบริษัททัวร์	62	15.5
	อื่นๆ	17	4.2
แหล่งข้อมูล ข่าวสาร	โทรทัศน์	54	13.5
	อินเทอร์เน็ต	135	33.8
	นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว	27	6.7
	ครอบครัว/ญาติ	95	23.8
	เพื่อน	70	17.5
	อื่นๆ	19	4.7

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวสระแก้วเป็นครั้งแรกกับครอบครัว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยว/นันทนาการในช่วงวันหยุดพักผ่อน ตลาดโรงเกลือถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามระลึกถึงและคิดว่าเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของจังหวัดสระแก้ว และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจังหวัดสระแก้วมาจากอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ	3.56	0.70	มาก
ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม	3.70	0.73	มาก
ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล	3.61	0.69	มาก
ด้านแรงจูงใจทางกายภาพและชื่อเสียง	3.58	0.70	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61	0.63	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้แบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ($\bar{x} = 3.56$, S.D.= 0.70) ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ($\bar{x} = 3.70$, S.D.= 0.73) ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ($\bar{x} = 3.61$, S.D.= 0.69) และด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง ($\bar{x} = 3.58$, S.D.= 0.70)

การอภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20–30 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler, 2000) ที่ได้กล่าวไว้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์ทางด้านเพศและอายุ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของครินท์ทิพย์ คาวานอบะ (Kawanobe, S., 2011) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวสระแก้วเป็นครั้งแรกกับครอบครัว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยว/นันทนาการ ในช่วงวันหยุดพักผ่อน ตลาดโรงเกลือถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามระลึกถึงและคิดว่าเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของจังหวัดสระแก้ว และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจังหวัดสระแก้วมาจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิกิเนีย มายอร์ (Mayor, 2012) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและยังสอดคล้องกับแนวคิดของฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (Pimonsompong, C., 1999) ที่ได้กล่าวไว้ว่าบุคคลมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเพราะต้องการเดินทางท่องเที่ยว การเรียนรู้ และการหาประสบการณ์ใหม่ๆ

ผู้แบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสูงที่สุดในเรื่องการเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสูงที่สุดในเรื่องการตระหนักและเห็นคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสูงที่สุดในเรื่องเพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกัน การมีส่วนร่วมในสังคมและด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสูงที่สุดในเรื่องส่งเสริมการเพิ่มพูนความรู้และความสามารถของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแมคอินทอช

และโกลด์เลอร์ (McIntosh & Goeldler, 1986) ที่ได้กล่าวไว้ว่าแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปกาศิต พันธุ์เพ็ง (Punpeng, P., 2010) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทั้งแรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเกิดศิริ เจริญวิศาลและจุฑามาศ จันทรัตน์ (Jaroenwisan, K., & Jantararat, J. 1999) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อไปเรียนรู้ และต้องการความแปลกใหม่ และยังสอดคล้องกับการวิจัยของฟลูคเกอร์ และเทอร์เนอร์ (Fluker & Turner, 2004) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในการหาประสบการณ์ใหม่ๆ และยังต้องการพบปะเพื่อนใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยส่งเสริมและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วให้เป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น
2. องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัด รวมไปถึงการจัดงานประเพณี เทศกาลเพื่อสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วให้เป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น
3. องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว ทั้งแรงจูงใจทางกายภาพ ทางวัฒนธรรมระหว่างบุคคล และสถานภาพและชื่อเสียงในการส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถของนักท่องเที่ยว ช่วยสร้างเสริมประสบการณ์ใหม่ทางการท่องเที่ยว มีงานเทศกาลประเพณีที่แสดงถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัด ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในจังหวัด และนักท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุนสนับสนุนการวิจัยจากเงินงบประมาณ เงินรายได้คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประจำปีงบประมาณ 2560

References

- Department of Tourism. (2015). **Tourist Statistic**. Retrieved January 21, 2015, from <http://www.tourism.go.th/>
- Fluker, M. R. & Turner, L. W. (2004). Needs, Motivation and Expectations of the Commercial Whitewater Tourism. *Journal of Travel Research*, 38, 380–389.
- Gulick, L. (1937). Paper on the Science of Administration. In the Gulick, L. & Urwick, L. (eds.), **Notes on the Theory of Organization**. New York: Institute of Public Administration.
- Jaroenwisan, Kaedsiri. & Jantararat, Jutamas. (1999). **Understanding Travel Motivations: Toward the Promotion of Domestic Tourism to Thai Tourists**. Master's Thesis, Prince of Songkla University.
- Kawanobe, Sarintip. (2011). **The Motivations and Behaviors of Thai Tourists: A Case Study of Mueang District, Nan Province**. Master's Thesis, Ralamangala University of Technology Thanyaburi.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. New Jersey : Prentice–Hall.
- Mayor, V. (2012). **A Study of Motivations and Satisfactions of Tourists Visiting Raksawarin and Pornrang Hot Springs in Ranong Province**. Master's Thesis, Dhurakij Pundit University.
- McIntosh, R. W. & Goelder, C. R. (1986). **Tourism Principles, Practices, Philosophies**. 5th ed. New York : John Wiley & Sons.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric Theory**. 3rd ed. New York : McGraw–Hill.
- Pimonsompong, Chalongsri. (1999). **Tourism Planning and Marketing Development**. Bangkok : Kasetsart University Press.
- Punpeng, Pagasit. (2010). **Motivations to visit Chatuchak Weekend Market of Foreign Tourists**. Master's Thesis, Chulalongkorn University.
- Sa Kaeo Tripod. (2012). **Sa Kaeo SWOT Analysis**. Retrieved October 5, 2016, from <http://sakaeko2531.tripod.com/swot.htm>.
- Websakaeko. (2016). **Sa Kaeo Province**. Retrieved October 5, 2016, from <http://www.sakaeko.go.th>
- Yamane, T. (1973). **Statistic: An Introductory Analysis**. Tokyo : Harper International Edition.