



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาเหตุผลการเลือกชายหาดท่องเที่ยว
และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งอ่าวไทย

เสนอต่อ

กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง

ดำเนินการโดย

คณะเทคโนโลยีทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาเหตุผลการเลือกชายหาดท่องเที่ยวและ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งอ่าวไทย

เสนอต่อ

กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง

ดำเนินการโดย

คณะเทคโนโลยีทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี

กันยายน 2553

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

การท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งนโยบายหลักในการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย ขยายการท่องเที่ยวถือเป็นแหล่งทรัพยากรที่สร้างรายได้มหาศาล คุณภาพของประสบการณ์ท่องเที่ยว นับว่ามีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความพึงพอใจและโอกาสการกลับมาเยือนขยายการท่องเที่ยวแห่งนั้นอีกครั้ง โดยคุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการศึกษานี้ได้แบ่งการพิจารณา ออกเป็น 2 องค์ประกอบหลัก อันได้แก่ (1) ทักษะคตินักท่องเที่ยวในการเลือกขยายการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นบรรทัดฐานเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือนขยายการท่องเที่ยว โดยใช้การสำรวจลำดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของปัจจัยที่เป็นเหตุผลในการเลือกขยายหาด และ (2) ผลกระทบทางด้านจิตวิทยาต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอิทธิพลของคุณภาพสิ่งแวดล้อมขยายหาด ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว โดยการสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัด และผลกระทบสิ่งแวดล้อมบริเวณขยายการท่องเที่ยว

การสำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 600 ตัวอย่าง บริเวณ 6 ขยายการท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดชายฝั่งอ่าวไทยตอนใน ได้แก่ ตราด จันทบุรี ระยอง ชลบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ เพื่อสำรวจลำดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่มีต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกขยายการท่องเที่ยว พบว่าเหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้น้ำหนักความสำคัญสูงสุด 5 ลำดับแรก คือ ทิวทัศน์/ภูมิประเทศ ระยะเวลา ความปลอดภัย ความสะอาดของน้ำทะเล และความสะอาดของหาดทราย ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เหตุผลสูงสุด 5 ลำดับแรก คือ ทิวทัศน์/ภูมิประเทศ ความสะอาดของน้ำทะเล ความสะอาดของหาดทราย ความปลอดภัย และระยะเวลา ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพื้นฐานทัศนคติ ในเชิงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีบรรทัดฐานด้านคุณภาพ สิ่งแวดล้อมในระดับที่ค่อนข้างสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

ด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่รู้สึกรู้สึกแออัดเลย และไม่มีบรรทัดฐานเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวอื่นที่พบเห็นบริเวณขยายการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การรับรู้ต่อความแออัดมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวรับรู้ได้ว่าจะมีความแออัดมาก การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้นมากขึ้นเช่นกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกรู้สึกแออัดมากจะมีระดับความพึงพอใจน้อย

ด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ได้ว่าชายหาดเกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม และรู้สึกว่าคุณภาพของประสบการณ์ท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นนั้น การรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวม นั่นคือ นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมากจะมีการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวในระดับมากเช่นกัน และถ้าการรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมากจะยังมีระดับความพึงพอใจน้อย

ด้านโอกาสในการกลับมาเยือน การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวมนั้นมีอิทธิพลต่อโอกาสในการกลับมาเยือนชายหาดท่องเที่ยวแห่งนั้นอีกครั้ง แต่การรับรู้ต่อความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวพบว่าไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อโอกาสในการกลับมาเยือน นั่นคือ นักท่องเที่ยวยังคงอยากกลับมาเยือนชายหาดท่องเที่ยวแห่งนั้นอีก แม้ว่ารับรู้ได้ถึงความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม การรับรู้ดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลทางอ้อมต่อโอกาสในการกลับมาเยือน นั่นเอง

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีบรรทัดฐานด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับที่ค่อนข้างต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นผ่านทัศนคติพื้นฐานในเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ดังนั้นจึงควรเร่งวางยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการยกระดับความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อสร้างความรับผิดชอบร่วมกันในการดูแลรักษาทรัพยากรชายหาดท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน การรับรู้ต่อความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวจัดว่าเป็นการประเมินผลกระทบทางจิตวิทยาที่ใช้ในการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับทางจิตวิทยาของพื้นที่ชายหาด อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่าอิทธิพลของผลกระทบสิ่งแวดล้อมมีน้ำหนักมากกว่าความแออัด ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพประสบการณ์ท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และโอกาสในการกลับมาเยือน ดังนั้นจึงควรวางมาตรการและแผนปฏิบัติงานในการอนุรักษ์ชายหาดท่องเที่ยวที่เน้นมิติของการฟื้นฟูผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างเร่งด่วน เพื่อยกระดับคุณภาพประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวพึงได้รับ

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญรูป	จ
บทที่	
1 บทนำ	1
2 กรอบแนวคิดและวิธีดำเนินการศึกษา	4
3 ผลการศึกษาและอภิปราย	12
4 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	26
เอกสารอ้างอิง	29
ภาคผนวก	30
ก ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยว	
ข ตัวอย่างแบบสอบถามนักท่องเที่ยว	

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1.1	ระยะเวลาในการดำเนินงาน	3
2.1	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในการทดสอบสมมติฐาน	5
2.2	จำนวนนักท่องเที่ยวในการสำรวจแบบสอบถามแต่ละชายหาด	8
3.1	การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม	12
3.2	ลำดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว	13
3.3	ระดับความพึงพอใจต่อเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว	14
3.4	กิจกรรมนันทนาการในบริเวณชายหาดท่องเที่ยว	15
3.5	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดในภาพรวม	16
3.6	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดในแต่ละชายหาดท่องเที่ยว	18
3.7	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมในภาพรวม	20
3.8	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมในแต่ละชายหาดท่องเที่ยว	20
3.9	ความพึงพอใจโดยรวมและโอกาสในการกลับมาเยือนในภาพรวม	22
3.10	ความพึงพอใจโดยรวมและโอกาสในการกลับมาเยือนในแต่ละชายหาดท่องเที่ยว	22
3.11	ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐาน 1	23
3.12	ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐาน 2	24
3.13	ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกเพื่อทดสอบสมมติฐาน 3	25

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา	5

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งนโยบายหลักในการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศ การท่องเที่ยวทางทะเลถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศไทย ในแต่ละปีชายหาดท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ความท้าทายของการจัดการชายหาดท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (carrying capacity) และระดับของการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ (limits of acceptable change) ควบคู่ไปกับการตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (preferences) เพื่อให้มิติของการพัฒนาและการอนุรักษ์สามารถดำเนินไปในทิศทางที่สร้างความรับผิดชอบร่วมกัน

ลักษณะชายหาดมีผลต่อการตัดสินใจมาเยือนและประสบการณ์นั้นหนาของการของนักท่องเที่ยว (Lew and Larson, 2005) ปัจจัยหลักที่เป็นเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยวในประเทศแถบยุโรป คือ ความสะอาดและปราศจากขยะของหาดทรายและน้ำทะเล (Roca and Villares, 2008; Marin et al., 2009) ในการวางแผนจัดการชายหาดท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องสำรวจและพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกมาเยือนชายหาดของนักท่องเที่ยว (Tudor and Williams, 2005) เพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาชายหาดท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

ในปัจจุบันเมื่อธุรกิจการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ส่งผลกระทบให้ชายหาดท่องเที่ยวประสบปัญหาความเสื่อมโทรม ความแออัด และผลกระทบสิ่งแวดล้อมสาเหตุเนื่องจากการใช้ประโยชน์พื้นที่มากเกินไปเกินระดับความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) รวมไปถึงทิศทางของการพัฒนาที่ไม่สอดคล้องกับศักยภาพและช่วงชั้นโอกาสด้านนั้นหนาของการของพื้นที่ (นภวรรณ ฐานะกาญจน์ และคณะ, 2549) ด้วยเหตุนี้ การรับรู้ต่อความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อม (crowding perception and environmental impact perception) จึงถือเป็นกรอบแนวคิดในการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับทางด้านจิตวิทยา ซึ่งนักจัดการพื้นที่ควรตระหนักและให้ความสำคัญเพื่อลดผลกระทบทางจิตวิทยา อันนำไปสู่การได้รับประสบการณ์นั้นหนาของการที่มีคุณภาพของนักท่องเที่ยว และเพิ่มโอกาสในการกลับมาเยือนชายหาดนั้นอีกในอนาคต (ชชนรัฐ ภัทรสถาพรกุล และคณะ, 2551; แสงจันทร์ วายทุกซ์ และนภวรรณ ฐานะกาญจน์, 2549; ธนกฤต สังข์เฉย และนภวรรณ ฐานะกาญจน์, 2549)

ดังนั้น โครงการนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อสำรวจเหตุผลในการตัดสินใจเลือกชายหาดท่องเที่ยว ตลอดจนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อม ระดับความพึงพอใจและโอกาสในการกลับมาเยือน โดยการศึกษาในรายชื่อยหาดท่องเที่ยวเขตจังหวัดชายฝั่งอ่าวไทยตอนใน ได้แก่ ตราด จันทบุรี ระยอง ชลบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่ใช้สนับสนุน มาตรการและกิจกรรมในโครงการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะทะเลและฟื้นฟูคุณภาพชายหาดท่องเที่ยว ในความดูแลของ สำนักงานอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- (1) เพื่อสำรวจลำดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกชายหาดของนักท่องเที่ยว
- (2) เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของเหตุผลในการเลือกชายหาดของนักท่องเที่ยว
- (3) เพื่อประเมินการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อม
- (4) เพื่อประเมินความต้องการในการกลับมาเยือนชายหาดของนักท่องเที่ยว

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

- (1) ออกแบบและทดสอบตัวแบบสอบถามที่ใช้การสำรวจ ซึ่งมีองค์ประกอบหลัก 7 ส่วน ดังนี้
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว
ส่วนที่ 2 ลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว
ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว
ส่วนที่ 4 กิจกรรมนันทนาการ ณ ชายหาดท่องเที่ยว
ส่วนที่ 5 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัด
ส่วนที่ 6 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม
ส่วนที่ 7 ภาพรวมต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว
- (2) พื้นที่ศึกษา ได้แก่ ชายหาดท่องเที่ยวของบริเวณอ่าวไทยตอนในในเขตพื้นที่ 6 จังหวัด ได้แก่ ตราด จันทบุรี ระยอง ชลบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้เกณฑ์พิจารณา เป็นชายหาดท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยวสูง
- (3) สำรวจแบบสอบถามในภาคสนามโดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 600 ชุดแบบสอบถาม ด้วยวิธีการสุ่มแบบเป็นระบบ (systematic sampling)

1.4 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินงานเป็นระยะเวลา 150 วัน (5 เดือน) ตามรายละเอียดในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

รายละเอียด	เดือน				
	1	2	3	4	5
กิจกรรมที่ 1 ออกแบบร่างแบบสอบถาม	→				
กิจกรรมที่ 2 ทดสอบและปรับปรุงแบบสอบถาม	→				
กิจกรรมที่ 3 สำรวจแบบสอบถามในภาคสนาม		→	→		
กิจกรรมที่ 4 วิเคราะห์และประมวลผลสำรวจ				→	
กิจกรรมที่ 5 จัดทำเล่มรายงานและส่งมอบ					→

1.5 ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| (1) อาจารย์ธชชณัฐ ภัทรสถาพรกุล | คณะเทคโนโลยีทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา |
| (2) นางสาวกิติมา อินทิแสง | ผู้ร่วมวิจัย (นักวิชาการอิสระ) |
| (3) นางสาวปฎิยาพร ผาสุข | ผู้ช่วยวิจัย |
| (4) นางสาวจุฑาภรณ์ เรืองทวี | ผู้ช่วยวิจัย |
| (5) นางสาวศัชรธรณ หานุกภาพ | ผู้ช่วยวิจัย |
| (6) นายรตพร มะลิวัลย์ | ผู้ช่วยวิจัย |

บทที่ 2

กรอบแนวคิดและวิธีดำเนินการศึกษา

2.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา

คุณภาพของประสบการณ์นั้นหนาการศึกษาบริเวณชายหาดท่องเที่ยวว่ามีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความพึงพอใจโดยรวมและความต้องการกลับมาเยือนชายหาดท่องเที่ยวแห่งนั้นอีกครั้งในอนาคต โดยคุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการศึกษานี้ได้แบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 องค์ประกอบหลัก ดังแสดงในรูปที่ 2.1 อันได้แก่

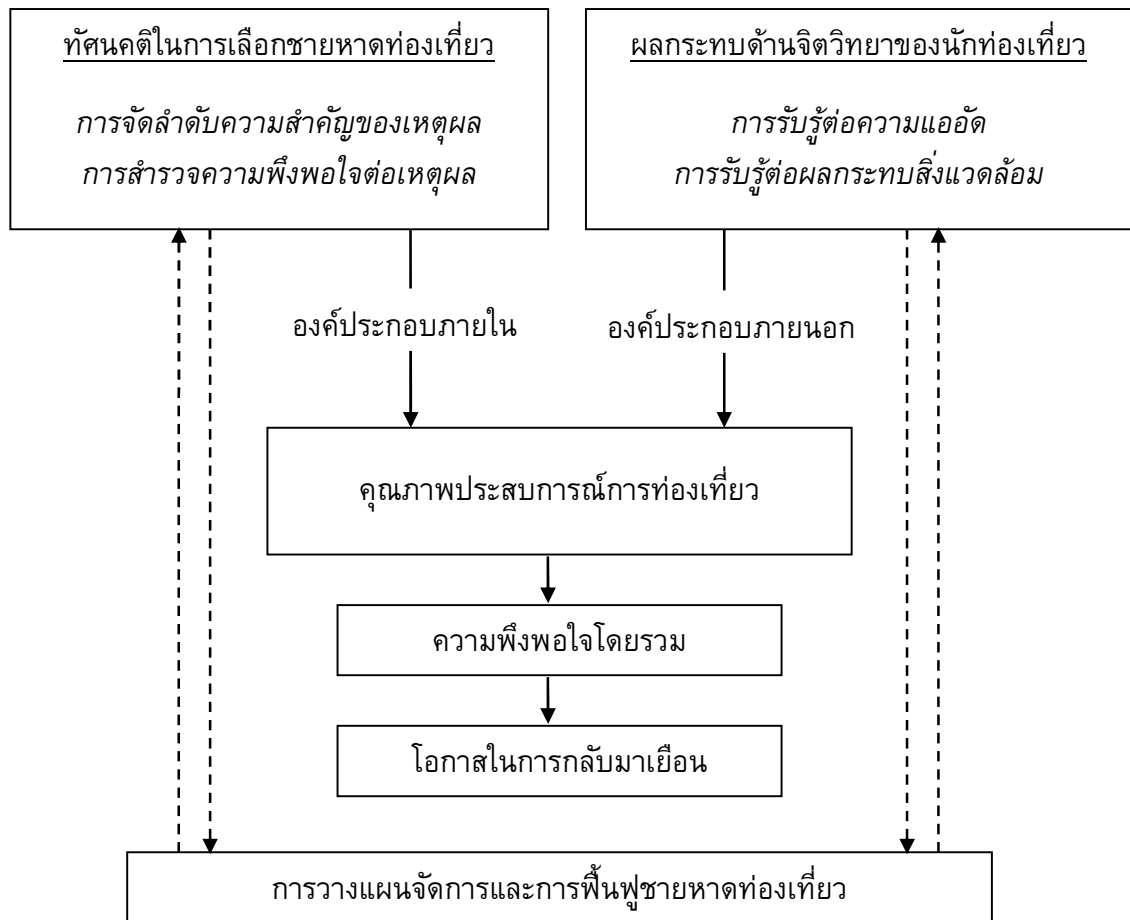
- (1) องค์ประกอบภายใน หรือ ทักษะคตินักท่องเที่ยวในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว ซึ่งเป็นบรรทัดฐานเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือนชายหาดท่องเที่ยว โดยใช้ในการสำรวจลำดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของปัจจัยที่เป็นเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว
- (2) องค์ประกอบภายนอก หรือ ผลกระทบทางด้านจิตวิทยาต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอิทธิพลของคุณภาพสิ่งแวดล้อมชายหาดท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยใช้ในการสำรวจการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดท่องเที่ยว ในการศึกษานี้ได้ตั้งสมมติฐานด้านผลกระทบทางด้านจิตวิทยาไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว และความพึงพอใจโดยรวม

สมมติฐานที่ 2: การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว และความพึงพอใจโดยรวม

สมมติฐานที่ 3: การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว และความพึงพอใจโดยรวม มีอิทธิพลต่อความต้องการย้ายแหล่งท่องเที่ยว

โดยตัวแปรอิสระและตัวแปรตามของสมมติฐานข้างต้นดังแสดงไว้ในตารางที่ 2.1



รูปที่ 2.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา

ตารางที่ 2.1 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในการทดสอบสมมติฐาน

	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
สมมติฐานที่ 1	การรับรู้ต่อความแออัด	1) การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว 2) ความพึงพอใจโดยรวม
สมมติฐานที่ 2	การรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม	1) การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว 2) ความพึงพอใจโดยรวม
สมมติฐานที่ 3	1) การรับรู้ต่อความแออัด 2) การรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม 3) การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว 4) ความพึงพอใจโดยรวม	ความต้องการย้ายแหล่งท่องเที่ยว

2.2 วิธีดำเนินการศึกษา

2.2.1 การออกแบบและปรับปรุงชุดแบบสอบถาม

การออกแบบชุดแบบสอบถามในส่วนของ การสำรวจเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว ได้อ้างอิงและดัดแปลงปัจจัยที่เป็นตัวเลือกตามผลงานวิจัยของ Tudor and Williams (2005) ซึ่งได้สำรวจและลำดับความสำคัญของเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชายหาดท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งเวลส์ โดยนำชุดแบบสอบถามนี้มาใช้สำรวจเบื้องต้น (preliminary survey) จำนวนทั้งสิ้น 100 ชุดแบบสอบถาม ณ บริเวณชายหาดพัทยาซึ่งจัดว่าเป็นชายหาดที่มีความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงตลอดทั้งปี แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 50 ชุดแบบสอบถาม และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 50 ชุดแบบสอบถาม ซึ่งไม่มีบรรทัดฐานต่อกลุ่มตัวอย่างในด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยได้ให้นักท่องเที่ยวจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชายหาดท่องเที่ยว การสำรวจเบื้องต้นนี้มีเป้าหมายเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของตัวเลือกดังกล่าวและอาจพิจารณาตัวเลือกอื่นที่มีนักท่องเที่ยวได้เสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการสำรวจเบื้องต้นได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติของลำดับความสำคัญของปัจจัยตัวเลือก โดยคัดเลือกให้เหลือประมาณ 10 ตัวเลือกที่มีความสำคัญสูงสุด เพื่อใช้ปรับปรุงชุดแบบสอบถามฉบับจริง พบว่าปัจจัยที่เป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกชายหาดของนักท่องเที่ยวสามารถเรียงตามลำดับดังนี้

1. ความปลอดภัย (safety)
2. การเข้าถึงชายหาด (accessibility)
3. ความหนาแน่นของการใช้งานชายหาด (intensity of beach use)
4. ทิวทัศน์ / ภูมิประเทศ (views and landscape)
5. หาดทรายสะอาด ปราศจากเศษขยะ (clean sand)
6. น้ำทะเลสะอาด ปราศจากเศษขยะ (clean water)
7. กิจกรรมเพื่อความบันเทิง (recreational activity)
8. ห้องน้ำที่จัดเตรียมบริการ (provision of toilets)
9. ระยะทางในการเดินทางมาชายหาด (distance to travel to beach)
10. สภาพการจราจรและบริการที่จอดรถ (traffic condition and car parking facilities)
11. ดัชนีคุณภาพชายหาดท่องเที่ยว “ชายหาดดีดดาว” (beach award rating scheme)

ชุดแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงจากการสำรวจในภาคสนามเบื้องต้น แสดงไว้ในภาคผนวก ข ซึ่งประกอบไปด้วยชุดคำถาม 7 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะการเดินทาง ขนาดของกลุ่มเดินทาง และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว เป็นตัวเลือกสำหรับบ่งชี้น้ำหนักและลำดับความสำคัญของเหตุผลในการตัดสินใจเลือกชายหาดท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความปลอดภัย การเข้าถึงชายหาด ความหนาแน่นของการใช้งานชายหาด ทิวทัศน์/ภูมิประเทศ หาดทรายสะอาดปราศจากขยะ น้ำทะเลสะอาดปราศจากขยะ กิจกรรมเพื่อความบันเทิง ห้องน้ำที่จัดเตรียมบริการ ระยะทางในการเดินทางมาชายหาด สภาพการจราจรและบริการที่จอดรถ และดัชนีคุณภาพชายหาดท่องเที่ยว “ชายหาดดีดิวา”

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว เป็นกรอบสำหรับประเมินระดับความพึงพอใจต่อตัวเลือกที่เป็นเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งระดับคะแนนออกเป็นน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มากและมากที่สุด

ส่วนที่ 4 กิจกรรมนันทนาการ ณ ชายหาดท่องเที่ยว เป็นการสำรวจรูปแบบลักษณะกิจกรรมนันทนาการที่นักท่องเที่ยวพึงประสงค์ต่อชายหาดท่องเที่ยว เช่น นั่งเล่น/เดินเล่น เล่นน้ำ/อาบแดด ปิกนิก/รับประทานอาหาร เล่นกีฬาทางน้ำ เล่นกีฬาชายหาด ชมทัศนียภาพ ถ่ายภาพ ดำน้ำ/ดูปะการัง ใช้เวลากับเพื่อนฝูง ใช้เวลากับคนใกล้ชิด และอยู่เงียบ ๆ คนเดียว

ส่วนที่ 5 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัด เป็นชุดคำถามในการประเมินขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยา โดยเน้นที่มิติของความแออัดเพื่อสำรวจอิทธิพลของนักท่องเที่ยวอื่นต่อประสบการณ์นันทนาการที่นักท่องเที่ยวพึงได้รับ

ส่วนที่ 6 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม เป็นชุดคำถามในการประเมินขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยา โดยเน้นที่มิติของผลกระทบสิ่งแวดล้อม เพื่อสำรวจอิทธิพลของผลกระทบสิ่งแวดล้อมต่อการเปลี่ยนแปลงคุณภาพประสบการณ์นันทนาการที่นักท่องเที่ยวพึงได้รับ

ส่วนที่ 7 ภาพรวมต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว เป็นคำถามในเชิงภาพรวมของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพประสบการณ์การท่องเที่ยวและโอกาสในการกลับมาเยือนชายหาดท่องเที่ยวแห่งนี้อีกในอนาคต

2.2.2 การสุ่มตัวอย่างในการสำรวจแบบสอบถาม

- 1) สำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวในบริเวณชายหาดจำนวนทั้งสิ้น 600 ชุดแบบสอบถาม โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมายโครงการนาร่อง 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตอนใน ได้แก่ ตราด จันทบุรี ระยอง ชลบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้เกณฑ์พิจารณาเลือกชายหาดท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงและมีความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยวมาก จังหวัดละ 1 ชายหาดท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้
 - (ก) หาดทรายขาว จังหวัดตราด
 - (ข) หาดเจ้าหลาว จังหวัดจันทบุรี
 - (ค) หาดทรายแก้ว จังหวัดระยอง
 - (ง) หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี
 - (จ) หาดหัวหิน จังหวัดเพชรบุรี
 - (ฉ) หาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2) สำรวจแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (systematic sampling) กล่าวคือ เลือกสำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเพียงชุดเดียวต่อ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยว เก็บตัวอย่างจำนวน 100 ชุดแบบสอบถามต่อชายหาดท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 2.2 โดยให้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็น 70 : 30 อย่างไรก็ตาม ในบางชายหาดท่องเที่ยวนั้นอาจพบนักท่องเที่ยวต่างชาติได้น้อยมาก เช่นในกรณี หาดเจ้าหลาวและหาดบางแสน จึงทำการสำรวจเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเพียงส่วนเดียวเท่านั้น

ตารางที่ 2.2 จำนวนนักท่องเที่ยวในการสำรวจแบบสอบถามแต่ละชายหาด

นักท่องเที่ยว	หาดทรายขาว จ. ตราด	หาดเจ้าหลาว จ. จันทบุรี	หาดทรายแก้ว จ. ระยอง	หาดบางแสน จ. ชลบุรี	หาดชะอำ จ. เพชรบุรี	หาดหัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์
ชาวไทย	70	100	70	100	70	70
ชาวต่างชาติ	30	-	30	-	30	30
รวม	100	100	100	100	100	100

2.2.3 การวิเคราะห์สถิติและการทดสอบสมมติฐาน

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลทางสถิติจากการสำรวจแบบสอบถามด้วยโปรแกรม R

- 1) ทำการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (reliability analysis) โดยตรวจสอบความสอดคล้องภายในของแบบสอบถามซึ่งแสดงด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha
- 2) ทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics)
- 3) ทำการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics)

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเคนดอลล์

ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (correlation analysis) เป็นการวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ความสัมพันธ์เป็นได้ 2 ลักษณะ กล่าวคือ ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงและความสัมพันธ์เชิงเส้นโค้ง ค่าที่แสดงถึงระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด เรียกว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient) ความสัมพันธ์ในรูปของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต้องมีการทดสอบความมีนัยสำคัญเช่นเดียวกับการทดสอบสถิติทั่วไป จึงทำให้สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรคู่ใดมีความสัมพันธ์กันจริง สำหรับการแปลผลจะมองในแง่ความเกี่ยวพัน ความสอดคล้อง การแปรผันร่วมกัน เพียงเท่านั้น

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับของเคนดอลล์นั้นเป็นการคำนวณหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของข้อมูล 2 ชุดที่อยู่ในรูปของการจัดอันดับ เรียกว่าเป็นวิธีการ rank correlation methods เช่นเดียวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับของสเปียร์แมน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับของเคนดอลล์เขียนแทนด้วยสัญลักษณ์ τ เรียกสั้น ๆ ว่า Kendall's Tau โดยจะมีค่าตั้งแต่ -1 ถึง +1 กล่าวคือ $-1 \leq \tau \leq +1$ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จึงสามารถบอกได้ทั้งขนาดและทิศทางของความสัมพันธ์

1. ข้อตกลงเบื้องต้น

- (1) ข้อมูลประกอบด้วยตัวอย่างสุ่มในรูปคู่อันดับของตัวแปรที่มีความเป็นอิสระต่อกัน
- (2) ข้อมูลต้องมีระดับการวัดในมาตราวัดอันดับ (ordinal scale) ขึ้นไปเป็นอย่างน้อย
- (3) ข้อมูลไม่จำเป็นต้องมีการแจกแจงแบบปกติ

2. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับของเคนดอลล์

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับของเคนดอลล์สามารถคำนวณได้จากสูตร

$$\tau = \frac{2S}{n(n-1)}$$

เมื่อ

$$S = \sum p - \sum q$$

p = จำนวนของอันดับที่อยู่ใต้ลงมาและมีค่าสูงกว่า

q = จำนวนของอันดับที่อยู่ใต้ลงมาและมีค่าต่ำกว่า

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. การทดสอบความมีนัยสำคัญ

(1) ในกรณีที่ $n \leq 10$ ให้หาค่าความน่าจะเป็นของ τ ตามค่าของ n จากตารางที่ ก โดยพิจารณาว่า ถ้าค่าความน่าจะเป็นของ $\tau \leq$ ระดับนัยสำคัญที่กำหนด จะต้องปฏิเสธ H_0 ถ้าค่าความน่าจะเป็นของ $\tau >$ ระดับนัยสำคัญที่กำหนด จะต้องยอมรับ H_0

(2) ในกรณีที่ $10 < n \leq 30$ ให้หาค่าวิกฤตของ τ ณ ระดับนัยสำคัญที่กำหนด จากตารางที่ ข โดยพิจารณาว่า ถ้า $\tau_{\text{คำนวณ}} \geq \tau_{\text{ตาราง}}$ จะต้องปฏิเสธ H_0 ถ้า $\tau_{\text{คำนวณ}} < \tau_{\text{ตาราง}}$ จะต้องยอมรับ H_0

(3) ในกรณีที่ $n > 30$ ให้ใช้การทดสอบแบบ Z

โดยที่ค่าเฉลี่ย $\mu_\tau = 0$

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน $\sigma_\tau = \sqrt{\frac{2(2n+5)}{9n(n-1)}}$

ดังนั้น $Z = \frac{\tau - \mu_\tau}{\sigma_\tau}$

จะได้ $Z = 3\tau \frac{\sqrt{n(n-1)}}{\sqrt{2(2n+5)}}$

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 นั้นจะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกในแบบไบนารี (binary logistic regression analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคในการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพซึ่งมีค่าผลลัพธ์ได้เพียง 2 ค่า (dichotomous variable) ส่วนตัวแปรอิสระนั้นอาจเป็นได้ทั้งตัวแปรเชิงปริมาณหรือตัวแปรเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกมีเป้าหมายเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ พร้อมทั้งศึกษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม กล่าวคือการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกนี้สามารถใช้ทดสอบว่าตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกนั้นมีข้อตกลงเบื้องต้น ดังนี้

1. ใช้ได้กับข้อมูลเชิงคุณภาพที่มีระดับการวัดเป็นแบบมาตราวัดนามบัญญัติ (nominal scale) ในลักษณะ dichotomous variables
2. ตัวแปรอิสระต้องเป็นอิสระต่อกัน นั่นคือ ไม่เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง ในลักษณะ multicollinearity problem
3. ไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม
4. ไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการแจกแจงของตัวแปรอิสระและค่าความคลาดเคลื่อน
5. ไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วม
6. ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์หรือไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 3

ผลการศึกษาและอภิปราย

การสำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 600 ตัวอย่างจาก 6 ชายหาดท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งทะเลบริเวณอ่าวไทยตอนใน ได้แก่ หาดทรายขาว ชายหาดเจ้าหลาว หาดทรายแก้ว หาดบางแสน หาดชะอำ และหาดหัวหิน โดยข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวได้รายงานไว้ในภาคผนวก ก ส่วนผลการศึกษาสำคัญของการสำรวจครั้งนี้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามสำหรับจำนวนข้อคำถามรวมทั้งสิ้น 58 ข้อ พบว่าให้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.782 ดังแสดงในตารางที่ 3.1 ซึ่งแปลความหมายว่าแบบสอบถามชุดนี้มีระดับความน่าเชื่อถือในเกณฑ์ค่อนข้างสูง

ตารางที่ 3.1 การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม	
จำนวนคำถาม	58
จำนวนชุดแบบสอบถาม	600
Cronbach's Alpha	0.782

3.2 ลำดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของเหตุผลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาเยือนชายหาด โดยเปรียบเทียบแยกระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังแสดงในตารางที่ 3.2 พบว่าเหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้น้ำหนักความสำคัญสูงสุด 5 ลำดับแรก คือ ทิวทัศน์/ภูมิประเทศ ระยะเวลา ความปลอดภัย ความสะอาดของน้ำทะเล และความปลอดภัยของหาดทราย ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เหตุผลสูงสุด 5 ลำดับแรก คือ ทิวทัศน์/ภูมิประเทศ ความสะอาดของน้ำทะเล ความปลอดภัยของหาดทราย ความปลอดภัย และระยะเวลา ตามลำดับ

การจัดลำดับความสำคัญครั้งนี้ชี้ให้เห็นได้ว่าปัจจัยด้านทิวทัศน์/ภูมิประเทศเป็นเหตุผลสำคัญอันดับแรกต่อการเลือกชายหาดของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม แต่เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลในลำดับรองลงมาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญต่อความสะดวกของน้ำทะเลและความสะดวกของหาดทราย อันเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญต่อระยะทางและความปลอดภัย ซึ่งได้สะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติในเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม หรืออาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีบรรทัดฐานด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูงกว่านักท่องเที่ยวไทย นอกจากนี้พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมชายหาดท่องเที่ยว หรือโครงการชายหาดติดดาว เป็นเหตุผลที่นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มไม่ได้ให้ความสำคัญในการตัดสินใจมาเยือนชายหาดท่องเที่ยว นั่นคือ โครงการดังกล่าวแทบจะไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 3.2 ลำดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว

อันดับความสำคัญ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
1	ทิวทัศน์ / ภูมิประเทศ	ทิวทัศน์ / ภูมิประเทศ
2	ระยะทางในการเดินทางมาหาด	น้ำทะเลสะอาด ปราศจากเศษขยะ
3	ความปลอดภัย	หาดทรายสะอาด ปราศจากเศษขยะ
4	น้ำทะเลสะอาด ปราศจากเศษขยะ	ความปลอดภัย
5	หาดทรายสะอาด ปราศจากเศษขยะ	ระยะทางในการเดินทางมาหาด
6	การเข้าถึงชายหาด / ทางเข้า	การเข้าถึงชายหาด / ทางเข้า
7	สภาพการจราจรและที่จอดรถ	ความหนาแน่นของการใช้งานหาด
8	กิจกรรมเพื่อความบันเทิง	กิจกรรมเพื่อความบันเทิง
9	ความหนาแน่นของการใช้งานหาด	ห้องน้ำที่จัดเตรียมบริการ
10	ห้องน้ำที่จัดเตรียมบริการ	สภาพการจราจรและที่จอดรถ
11	ดัชนีคุณภาพ "ชายหาดติดดาว"	ดัชนีคุณภาพ "ชายหาดติดดาว"

3.3 ระดับความพึงพอใจต่อเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยวในเกณฑ์ระดับปานกลางถึงมาก ดังแสดงในตารางที่ 3.3 โดยเหตุผลที่มีคะแนนรวมระดับความพึงพอใจต่ำสุด 3 อันดับ คือ ห้องน้ำที่จัดเตรียมบริการ กิจกรรมเพื่อความบันเทิง และสภาพการจราจรและที่จอดรถ ซึ่งนับเป็นปัจจัยที่ควรได้รับการปรับปรุง

ตารางที่ 3.3 ระดับความพึงพอใจต่อเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว

เหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					คะแนนรวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ทิวทัศน์ / ภูมิประเทศ	1.00	3.00	34.50	40.17	21.33	3.78
น้ำทะเลสะอาด ปราศจากเศษขยะ	4.50	9.50	40.33	31.33	14.33	3.41
หาดทรายสะอาด ปราศจากเศษขยะ	4.33	11.50	36.83	35.33	12.00	3.39
กิจกรรมเพื่อความบันเทิง	5.33	19.17	46.33	24.33	4.83	3.03
ห้องน้ำที่จัดเตรียมบริการ	7.83	19.33	40.00	25.00	5.17	2.92
ความปลอดภัย	3.67	8.00	40.50	34.17	13.67	3.45
ความหนาแน่นของการใช้งานหาด	0.83	10.50	48.17	33.00	7.50	3.36
การเข้าถึงชายหาด / ทางเข้า	2.83	7.00	39.67	37.67	12.83	3.50
ระยะทางในการเดินทางมาหาด	1.50	6.33	40.17	34.17	17.83	3.61
สภาพการจราจรและที่จอดรถ	7.17	13.00	42.00	28.83	9.00	3.16

3.4 กิจกรรมนันทนาการในบริเวณชายหาดท่องเที่ยว

รูปแบบกิจกรรมนันทนาการของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระทำมากที่สุดในบริเวณชายหาดคือ นั่งเล่น/เดินเล่น การถ่ายภาพ เล่นน้ำ/อาบแดด การใช้เวลากับเพื่อนฝูง และปิกนิก/รับประทานอาหาร ดังแสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 กิจกรรมนันทนาการในบริเวณชายหาดท่องเที่ยว

อันดับ	กิจกรรมนันทนาการ	ร้อยละ
1	นั่งเล่น/เดินเล่น	78.2
2	ถ่ายภาพ	59.2
3	เล่นน้ำ/อาบแดด	53.2
4	ใช้เวลาอยู่กับเพื่อนฝูง	52.8
5	ปิกนิก/รับประทานอาหาร	45.2
6	ชมทัศนียภาพ	44.2
7	ใช้เวลาอยู่กับคนใกล้ชิด	32.8
8	อยู่เงียบๆคนเดียว	15.8
9	ดำน้ำ/ดูปะการัง	14.5
10	เล่นกีฬาทางน้ำ	12.2
11	เล่นกีฬาชายหาด	9.7
12	อื่นๆ	2.0

3.5 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัด

ภาพรวมในด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดในบริเวณชายหาดท่องเที่ยวสรุปได้ดังตารางที่ 3.5 – 3.6 ในเรื่องของความคาดหวังเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 45.50 ตอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นตรงกับที่คาดหวัง รองลงมาร้อยละ 35.83 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่าที่คาดหวัง ซึ่งยืนยันได้ด้วยประเด็นคำถามในเรื่องการรับรู้ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอื่นพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 64.00 รับรู้ได้ถึงจำนวนนักท่องเที่ยวอื่น

ความรู้สึกแออัดของนักท่องเที่ยวขณะประกอบกิจกรรมนั้น พบว่าส่วนใหญ่แล้วร้อยละ 42.33 ไม่รู้สึกแออัดเลย รองลงมาร้อยละ 27.50 มีความรู้สึกแออัดปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับความรู้สึกสงบ/สันโดษที่พบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 52.50 มีความรู้สึกสงบ/สันโดษในระดับปานกลาง สำหรับในเรื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวอื่นที่ยอมรับได้นั้นพบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 83.67 ไม่มีบรรทัดฐานเกี่ยวกับจำนวน คือ ในบริเวณที่ประกอบกิจกรรมจะมีนักท่องเที่ยวกี่คนก็ได้

สำหรับผลของจำนวนนักท่องเที่ยวอื่นต่อประสบการณ์นั้นพบว่าการนั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 34.00 คิดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีในพื้นที่ไม่ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นพบว่าการที่ได้รับ รองลงมาร้อยละ 32.50 คิดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวส่งผลต่อประสบการณ์นั้นพบว่าการในระดับปานกลาง ในทำนองเดียวกันสำหรับความรู้สึกขัดแย้งกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอื่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 61.17 ไม่มีความรู้สึกขัดแย้งกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอื่นขณะประกอบกิจกรรม ขณะที่รองลงมาร้อยละ 24.83 เกิดความรู้สึกขัดแย้งบ้างเล็กน้อย

ตารางที่ 3.5 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดในภาพรวม

ประเด็นคำถามที่ใช้สำรวจความรู้สึกแออัดของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
จำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดหวัง	
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นมากกว่าที่คาดหวังไว้	18.67
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นตรงกับที่คาดหวังไว้	45.50
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นน้อยกว่าที่คาดหวังไว้	35.83

ประเด็นคำถามที่ใช้สำรวจความรู้สึกแอ็ดของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
<p>ความรู้สึกสงบ / สันโดษ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความรู้สึกสงบ / สันโดษ น้อยที่สุด 11.67 - ความรู้สึกสงบ / สันโดษ น้อย 17.33 - ความรู้สึกสงบ / สันโดษ ปานกลาง 52.50 - ความรู้สึกสงบ / สันโดษ มาก 16.50 - ความรู้สึกสงบ / สันโดษ มากที่สุด 2.00 	
<p>การรับรู้ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอื่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ท่านสามารถรับรู้ได้ถึงจำนวนนักท่องเที่ยวอื่น 64.00 - ท่านไม่ได้สนใจถึงจำนวนนักท่องเที่ยวอื่นเลย 36.00 	
<p>จำนวนนักท่องเที่ยวที่ยอมรับได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ก็คนก็ได้ 83.67 - ยอมให้มีนักท่องเที่ยวอื่นได้ไม่เกินจำนวนหนึ่ง 16.33 	
<p>ความรู้สึกอี้อัดขณะประกอบกิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่รู้สึกแอ็ดเลย 42.33 - รู้สึกแอ็ดเล็กน้อย 24.83 - รู้สึกแอ็ดปานกลาง 27.50 - รู้สึกแอ็ดค่อนข้างมาก 3.83 - รู้สึกแอ็ดมากที่สุด 1.50 	
<p>ผลของจำนวนนักท่องเที่ยวอื่นต่อประสบการณ์นั้นทางการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นทางการที่ได้รับ 34.00 - ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นทางการบ้างเล็กน้อย 32.50 - ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นทางการปานกลาง 26.33 - ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นทางการค่อนข้างมาก 6.50 - ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นทางการมากที่สุด 0.67 	
<p>ความรู้สึกขัดแย้งกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอื่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความรู้สึกขัดแย้ง ขณะประกอบกิจกรรม 61.17 - เกิดความรู้สึกขัดแย้งบ้างเล็กน้อย 24.83 - เกิดความรู้สึกขัดแย้งปานกลาง 11.00 - เกิดความรู้สึกขัดแย้งค่อนข้างมาก 2.17 - เกิดความรู้สึกขัดแย้งมากที่สุด 0.83 	

ตารางที่ 3.6 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดในแต่ละชายหาดท่องเที่ยว

ประเด็นคำถามที่ใช้สำรวจ ความรู้สึกแออัด ของนักท่องเที่ยว	หาดทรายขาว จ. ตราด	หาดเจ้าหลาว จ. จันทบุรี	หาดทรายแก้ว จ. ระยอง	หาดบางแสน จ. ชลบุรี	หาดชะอำ จ. เพชรบุรี	หาดหัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์
จำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดหวัง						
- มากกว่าที่คาดหวังไว้	17	30	30	28	4	3
- ตรงกับที่คาดหวังไว้	44	50	45	45	46	43
- น้อยกว่าที่คาดหวังไว้	39	20	25	27	50	54
ความรู้สึกสงบ / สันโดษ						
- น้อยที่สุด	7	14	16	20	8	5
- น้อย	20	19	19	24	11	11
- ปานกลาง	47	57	49	44	58	60
- มาก	21	7	16	10	22	23
- มากที่สุด	5	3	0	2	1	1
การรับรู้ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอื่น						
- รับรู้ได้ถึงจำนวนนักท่องเที่ยวอื่น	69	66	56	66	64	63
- ไม่สนใจจำนวนนักท่องเที่ยวอื่น	31	34	44	34	36	37
จำนวนนักท่องเที่ยวที่ยอมรับได้						
- ก็คนก็ได้	79	89	80	93	81	80
- จำกัดไม่เกินจำนวนหนึ่ง	21	11	20	7	19	20
ความรู้สึกอัดอั้นขณะทำกิจกรรม						
- ไม่รู้สึกแออัดเลย	37	47	44	40	45	41
- รู้สึกแออัดเล็กน้อย	24	23	22	27	27	26
- รู้สึกแออัดปานกลาง	30	27	27	27	25	29
- รู้สึกแออัดค่อนข้างมาก	4	3	7	5	2	2
- รู้สึกแออัดมากที่สุด	5	0	0	1	1	2

ประเด็นคำถามที่ใช้สำรวจ ความรู้สึกแออัด ของนักท่องเที่ยว	หาดทรายขาว จ. ตราด	หาดเจ้าหลาว จ. จันทบุรี	หาดทรายแก้ว จ. ระยอง	หาดบางแสน จ. ชลบุรี	หาดชะอำ จ. เพชรบุรี	หาดหัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์
ผลของจำนวนนักท่องเที่ยวอื่นต่อ ประสบการณ์นั้นหนาแน่น						
- ไม่ส่งผล	37	36	37	28	32	34
- ส่งผลบ้างเล็กน้อย	26	33	27	46	33	30
- ส่งผลปานกลาง	23	24	27	21	31	32
- ส่งผลค่อนข้างมาก	14	6	6	5	4	4
- ส่งผลมากที่สุด	0	1	3	0	0	0
ความรู้สึกขัดแย้งกับพฤติกรรม นักท่องเที่ยวอื่น						
- ไม่มีความรู้สึกขัดแย้ง	63	55	56	49	73	71
- รู้สึกขัดแย้งบ้างเล็กน้อย	18	30	24	37	19	21
- รู้สึกขัดแย้งปานกลาง	13	13	17	12	6	5
- รู้สึกขัดแย้งค่อนข้างมาก	6	2	3	2	0	0
- รู้สึกขัดแย้งมากที่สุด	0	0	0	0	2	3

3.6 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมในบริเวณชายหาดท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 3.7 – 3.8 ในเรื่องของความคาดหวังเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 38.00 เห็นว่าสภาพแวดล้อมของชายหาดท่องเที่ยวเป็นเช่นที่คาดหวังไว้ รองลงมาร้อยละ 28.83 รู้สึกว่าสภาพแวดล้อมของชายหาดท่องเที่ยวมีความเสื่อมโทรมกว่าที่คาดหวังไว้เล็กน้อย ยืนยันด้วยคำถามในส่วนของความรู้เกี่ยวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีความรู้ในระดับค่อนข้างดี รองลงมาร้อยละ 35.00 มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับเรื่องของการรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้สึกว่าชายหาดท่องเที่ยวเกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อมร้อยละ 64.17 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 58.33 รู้สึกว่าคุณภาพประสบการณ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากอิทธิพลของผลกระทบสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 3.7 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมในภาพรวม

ประเด็นคำถามที่ใช้สำรวจ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม	ร้อยละ
ความคาดหวังเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม	
- สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงโทรมกว่าที่คาดหวังไว้มาก	14.00
- สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงโทรมกว่าที่คาดหวังไว้เล็กน้อย	28.83
- สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นเช่นที่คาดหวังไว้	38.00
- สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสมบูรณักว่าที่คาดหวังไว้เล็กน้อย	13.17
- สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสมบูรณักว่าที่คาดหวังไว้มาก	6.00
ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อม	
- ท่านมีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมในระดับดีมาก	15.33
- ท่านมีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมค่อนข้างดี	39.50
- ท่านมีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง	35.00
- ท่านมีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมค่อนข้างน้อย	8.17
- ท่านไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมเลย	2.00
การรับรู้ผลกระทบสิ่งแวดล้อม	
- ท่านรู้สึกว่แหล่งท่องเที่ยวนี้เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม	64.17
- ท่านไม่รู้สึกว่แหล่งท่องเที่ยวนี้เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม	35.83
อิทธิพลของผลกระทบสิ่งแวดล้อมต่อประสบการณ์ันทนาการ	
- ท่านรู้สึกว่คุณภาพประสบการณ์ท่องเที่ยวของท่านเปลี่ยนแปลงไป	58.33
- ท่านไม่รู้สึกว่คุณภาพประสบการณ์ท่องเที่ยวของท่านเปลี่ยนแปลงไป	41.67

ตารางที่ 3.8 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมในแต่ละชายหาดท่องเที่ยว

ประเด็นคำถามที่ใช้สำรวจ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อ ผลกระทบสิ่งแวดล้อม	หาดทรายขาว จ. ตรัง	หาดเจ้าหลาว จ. จันทบุรี	หาดทรายแก้ว จ. ระยอง	หาดบางแสน จ. ชลบุรี	หาดชะอำ จ. เพชรบุรี	หาดหัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์

ประเด็นคำถามที่ใช้สำรวจ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อ ผลกระทบสิ่งแวดล้อม	หาดทรายขาว จ. ตราด	หาดเจ้าหลาว จ. จันทบุรี	หาดทรายแก้ว จ. ระยอง	หาดบางแสน จ. ชลบุรี	หาดชะอำ จ. เพชรบุรี	หาดหัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์
ความคาดหวังเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อม						
- เสื่อมโทรมกว่าที่คาดหวังไว้มาก	15	15	10	26	10	8
- เสื่อมโทรมกว่าที่คาดหวังเล็กน้อย	28	32	35	35	22	21
- เป็นเช่นที่คาดหวังไว้	39	32	34	27	45	51
- สมบูรณ์กว่าที่คาดหวังเล็กน้อย	11	10	11	11	20	16
- สมบูรณ์กว่าที่คาดหวังไว้มาก	7	11	10	1	3	4
ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบ สิ่งแวดล้อม						
- ดีมาก	16	12	23	3	18	20
- ค่อนข้างดี	44	36	33	46	39	39
- ปานกลาง	28	38	37	45	33	29
- ค่อนข้างน้อย	10	12	7	5	7	8
- ไม่มีความรู้เลย	2	2	0	1	3	4
การรับรู้ผลกระทบสิ่งแวดล้อม						
- ท่านรู้สึกว่าจะแหล่งท่องเที่ยวนี้ เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม	70	67	64	72	58	54
- ท่านไม่รู้สึกว่าจะแหล่งท่องเที่ยวนี้ เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม	30	33	36	28	42	46
อิทธิพลของผลกระทบ สิ่งแวดล้อมต่อประสบการณ์ นันทนาการ						
- ท่านรู้สึกว่าคุณภาพ ประสบการณ์ท่องเที่ยวของท่าน เปลี่ยนแปลงไป	64	61	51	80	48	46
- ท่านไม่รู้สึกว่าคุณภาพ ประสบการณ์ท่องเที่ยวของท่าน เปลี่ยนแปลงไป	36	39	49	20	52	54

3.7 ความพึงพอใจโดยรวมและโอกาสในการกลับมาเยือน

ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวและโอกาสในการกลับมาเยือนชายหาดท่องเที่ยวสรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 3.9 – 3.10 โดยในเรื่องของความพึงพอใจในภาพรวม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 48.00 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง รองลงมาร้อยละ 38.83 มีความพึงพอใจสูง ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีโอกาสนอยากกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้อีกในอนาคตคิดเป็นร้อยละ 71.33

ตารางที่ 3.9 ความพึงพอใจโดยรวมและโอกาสในการกลับมาเยือนในภาพรวม

ประเด็นคำถามที่ใช้สำรวจโอกาสในการกลับมาเยือน	ร้อยละ
ระดับความพึงพอใจ	
- ต่ำมาก	1.50
- ต่ำ	5.00
- ปานกลาง	48.00
- สูง	38.83
- สูงมาก	6.67
โอกาสในการกลับมาเยือน	
- ไม่กลับมาอีก	3.67
- ไม่แน่ใจ	25.00
- กลับมาอีก	71.33

ตารางที่ 3.10 ความพึงพอใจโดยรวมและโอกาสในการกลับมาเยือนในแต่ละชายหาดท่องเที่ยว

ประเด็นคำถามที่ใช้สำรวจโอกาสในการกลับมาเยือน	หาดทรายขาว จ. ตราด	หาดเจ้าหลาว จ. จันทบุรี	หาดทรายแก้ว จ. ระยอง	หาดบางแสน จ. ชลบุรี	หาดชะอำ จ. เพชรบุรี	หาดหัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์
ระดับความพึงพอใจในภาพรวม						
- ต่ำมาก	2	1	5	1	2	3
- ต่ำ	1	5	40	12	4	3
- ปานกลาง	34	49	48	68	50	47
- สูง	55	33	7	17	39	41
- สูงมาก	8	12	0	2	5	6

ประเด็นคำถามที่ใช้สำรวจ โอกาสในการกลับมาเยือน	หาดทรายขาว จ. ตราด	หาดเจ้าหลาว จ. จันทบุรี	หาดทรายแก้ว จ. ระยอง	หาดบางแสน จ. ชลบุรี	หาดชะอำ จ. เพชรบุรี	หาดหัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์
โอกาสในการกลับมาเยือน						
- ไม่กลับมาอีก	6	3	1	0	9	3
- ไม่แน่ใจ	26	26	19	29	26	24
- กลับมาอีก	68	71	80	71	65	73

3.8 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน 1: การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวม

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อความแออัด การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว และความพึงพอใจโดยรวม ผลการทดสอบพบว่า การรับรู้ต่อความแออัดมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว และความพึงพอใจโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.11 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เคนดอลล์ (τ) มีค่าเท่ากับ .258 และ -.108 ตามลำดับ สรุปได้ว่าถ้านักท่องเที่ยวรับรู้ว่ามีแออัดมาก การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้นมากเช่นเดียวกัน และถ้านักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ต่อความแออัดมากจะมีระดับความพึงพอใจน้อย นอกจากนี้ คุณภาพประสบการณ์ท่องเที่ยวยังพบว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ($\tau = -.113$) โดยนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเปลี่ยนแปลงไปก็จะมีค่าความพึงพอใจต่ำด้วยเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 3.11 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐาน 1

	Kendall's correlation coefficient (τ)		
	1	2	3
1. การรับรู้ต่อความแออัด	1.000		
2. การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว	.258**	1.000	
3. ความพึงพอใจโดยรวม	-.108**	-.113**	1.000

** significance at .01

สมมติฐาน 2: การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวม

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมกับความพึงพอใจโดยรวม และการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว ผลการทดสอบพบว่า การรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เคนดอลล์ (τ) เท่ากับ 0.447 และ -.149 ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.12 จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมากนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวในระดับมากเช่นกัน และถ้านักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมากจะมีระดับความพึงพอใจน้อย นอกจากนี้ คุณภาพประสบการณ์ท่องเที่ยวยังพบว่ามี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ($\tau = -.274$) โดยถ้านักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเปลี่ยนแปลงไปก็จะมี ความพึงพอใจต่ำด้วยเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 3.12 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐาน 2

	Kendall's correlation coefficient (τ)		
	1	2	3
1. การรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม	1.000		
2. การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว	.447**	1.000	
3. ความพึงพอใจโดยรวม	-.149**	-.274**	1.000

** significance at .01

สมมติฐาน 3: การรับรู้ต่อความแออัด การรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว และความพึงพอใจโดยรวม มีอิทธิพลต่อความต้องการย้ายแหล่งท่องเที่ยว

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบไบนารีเพื่อใช้ทดสอบอิทธิพลหลักของ 4 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ต่อความแออัด การรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว และความพึงพอใจโดยรวม ต่อความต้องการย้ายแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่าโมเดลความสัมพันธ์โดยรวมมีความเหมาะสม ($\chi^2 = 49.074$; Sig.= .000) ให้ค่าความถูกต้องโดยรวมในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 95.56 โดยตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว รวมกันสามารถอธิบายความผันแปรในความต้องการย้ายแหล่งท่องเที่ยวได้ร้อยละ 32.0 ($R^2 = .320$) อย่างไรก็ตามเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามเป็นรายคู่ โดยพิจารณาค่าสถิติ Wald พบว่าตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัว คือ ความพึงพอใจโดยรวมและการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในการกลับมาเยือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 3.13

ตารางที่ 3.13 ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกเพื่อทดสอบสมมติฐาน 3

	B	S.E.	Wald	Sig.
constant	-2.103	1.571	1.792	.181
1) การรับรู้ต่อความแออัด	-.470	.267	3.103	.078
2) การรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม	.574	.639	.808	.369
3) การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยว	-1.185	.580	4.181	.041
4) ความพึงพอใจโดยรวม	2.232	.407	1.571	.000

$\chi^2 = 49.074$; $df = 4$; Sig.= .000; $R^2 = .320$; Percent Correct = 95.56

บทที่ 4

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

การสำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 600 ตัวอย่าง บริเวณ 6 ชายหาดท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอ่าวไทยตอนใน ได้แก่ ตราด จันทบุรี ระยอง ชลบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ เพื่อสำรวจลำดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่มีต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกชายหาดท่องเที่ยว รวมทั้งประเมินการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อม ได้ผลสรุปดังนี้

ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามให้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha = 0.782 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นแบบสอบถามที่ใช้สำรวจในการศึกษาคั้งนี้จึงมีความน่าเชื่อถือ

ลำดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญสูงสุด 5 ลำดับแรก คือ ทิวทัศน์/ภูมิประเทศ ระยะเวลา ความปลอดภัย ความสะอาดของน้ำทะเล และความสะอาดของหาดทราย ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เหตุผลสูงสุด 5 ลำดับแรก คือ ทิวทัศน์/ภูมิประเทศ ความสะอาดของน้ำทะเล ความสะอาดของหาดทราย ความปลอดภัย และระยะเวลา ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพื้นฐานทัศนคติในเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีบรรทัดฐานด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับที่ค่อนข้างสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

ระดับความพึงพอใจต่อเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อเหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยวในเกณฑ์ระดับปานกลางถึงมาก โดยเหตุผลที่มีคะแนนรวมของระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด 3 อันดับ คือ ห้องน้ำที่จัดเตรียมบริการ กิจกรรมเพื่อความบันเทิง และสภาพการจราจรและที่จอดรถ ซึ่งนับเป็นปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

ด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัด

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่รู้สึกรแออัดเลย และไม่มีบรรทัดฐานเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวอื่นที่พบเห็นบริเวณชายหาดท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การรับรู้ต่อความแออัดมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวรับรู้ได้ว่ามีความแออัดมาก การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้นมากเช่นกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกแออัดมากจะมีระดับความพึงพอใจน้อย

ด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ได้ว่าชายหาดท่องเที่ยวเกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม และรู้สึกได้ว่าคุณภาพของประสบการณ์ท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป อันเนื่องมาจากผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นนั้น การรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวม นั่นคือ นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมากจะมีการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวในระดับมากเช่นกัน และถ้าการรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมมากจะยังมีระดับความพึงพอใจน้อย

ด้านความพึงพอใจโดยรวมและโอกาสในการกลับมาเยือน

การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวมนั้นมีอิทธิพลต่อโอกาสในการกลับมาเยือนชายหาดท่องเที่ยวแห่งนั้นอีกครั้ง แต่การรับรู้ต่อความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวพบว่าไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อโอกาสในการกลับมาเยือน นั่นคือ นักท่องเที่ยวยังคงอยากกลับมาเยือนชายหาดท่องเที่ยวแห่งนั้นอีก แม้ว่าจะรับรู้ได้ถึงความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม การรับรู้ดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลทางอ้อมต่อโอกาสในการกลับมาเยือนนั่นเอง

4.2 ข้อเสนอแนะ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีบรรทัดฐานด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับที่ค่อนข้างต่ำกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นผ่านทัศนคติพื้นฐานในเชิงพฤติกรรมกรท่องเที่ยวที่ต่างกัน ดังนั้นจึงควรเร่งวางยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการยกระดับความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อสร้างความรับผิดชอบร่วมกันในการดูแลรักษาทรัพยากรชายหาดท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

การรับรู้ต่อความแออัดและผลกระทบสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวจัดว่าเป็นการประเมินผลกระทบทางจิตวิทยาที่ใช้ในการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับทางจิตวิทยาของพื้นที่ชายหาด อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่าอิทธิพลของผลกระทบสิ่งแวดล้อมมีน้ำหนักมากกว่าความแออัด ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพประสบการณ์ท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และโอกาสในการกลับมาเยือน ดังนั้นจึงควรวางมาตรการและแผนปฏิบัติงานในการอนุรักษ์ชายหาดท่องเที่ยวที่เน้นมิติของการฟื้นฟูผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างเร่งด่วน เพื่อยกระดับคุณภาพประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวพึงได้รับ

เอกสารอ้างอิง

- Lew, K. and Larson, M. 2005. Valuing recreation and amenities at San Diego County beaches. Coastal Management 33, 71-86.
- Marin, V., Palmisani F., Ivaldi R., Dursi R. and Fabiano, M. 2009. Users' perception analysis for sustainable beach management in Italy. Ocean & Coastal Management 52, 268-277.
- Roca, E. and Viallars, M. 2008. Public perception for evaluating beach quality in urban and semi-natural environments. Ocean & Coastal Management 51, 314-329.
- Tudor, T. and Williams, T. 2006. A rationale for beach selection by the public on the coast of Wales. UK Royal Geographical Society 38:2, 153-164.
- รชณัฐ ภัทรสถาพรกุล, วิโรจน์ ละอองมณี, วรวิทย์ พูลสวัสดิ์, ธนพล พุกเส็ง, กิตติ อุสิมาศ และ สายทอง สระทองแฝง. 2551. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- ธนกฤต สังข์เฉย และ นววรรณ ฐานะกาญจน์. 2549. การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติ. ผลงานวิจัยนำเสนอในการประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 44.
- นววรรณ ฐานะกาญจน์, วันชัย อรุณประภารัตน์, นันทชัย พงศ์พัฒนานุรักษ์, รติกร น่วมภักดี, ชีระพงษ์ ชุมแสงศรี, เสาวนีย์ สารเนตร, นิตศน์ นุ่นสง, อุษารตี ภูมาลี, ภัทรณัฐ วงศ์อินทร์, แสงจันทร์ วายทุกข์ และ เวทิต พุ่มพวง. 2549. ระบบสนับสนุนการวางแผนการจัดการแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน ระยะที่ 1. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- แสงจันทร์ วายทุกข์ และ นววรรณ ฐานะกาญจน์. 2549. การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแออัดในแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติ. ผลงานวิจัยนำเสนอในการประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 44.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ ก สรุปข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวจากการสำรวจแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	293	48.8
- หญิง	307	51.2
อายุ		
- ต่ำกว่า 20 ปี	62	10.3
- ระหว่าง 21-30 ปี	319	53.2
- ระหว่าง 31-40 ปี	138	23.0
- ระหว่าง 41-50 ปี	63	10.5
- มากกว่า 50 ปี	18	3.0
ระดับการศึกษา		
- พออ่านออกเขียนได้	8	1.3
- ประถมศึกษา	21	3.5
- มัธยมศึกษาตอนต้น	40	6.7
- มัธยมศึกษาตอนปลาย	61	10.2
- ปวช./ปวส./อนุปริญญา	100	16.7
- ปริญญาตรี	209	34.8
- สูงกว่าปริญญาตรี	161	26.8
อาชีพ		
- ข้าราชการ	56	9.3
- รัฐวิสาหกิจ	37	6.2
- พนักงานเอกชน	127	21.2
- ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	110	18.3
- นักเรียน นิสิต นักศึกษา	152	25.3
- เกษตรกร	64	10.7
- รับจ้างทั่วไป	22	3.7
- อื่น ๆ	32	5.3

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รายได้		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	199	33.2
- ระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท	166	27.7
- ระหว่าง 20,000 – 29,999 บาท	80	13.3
- ระหว่าง 30,000 – 39,999 บาท	37	6.2
- ระหว่าง 40,000 – 49,999 บาท	25	4.2
- สูงกว่า 50,000 บาท	93	15.5
ท่านเคยมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวนี้มาก่อนหรือไม่		
- ไม่เคย	239	39.8
- เคย	361	61.2
ท่านมีกลุ่มเดินทาง (จำนวนเพื่อนร่วมทาง)		
- ระหว่าง 1 - 5 คน	391	65.2
- ระหว่าง 6 - 10 คน	130	21.7
- ระหว่าง 11 - 15 คน	40	6.7
- ระหว่าง 16 - 20 คน	21	3.5
- มากกว่า 20 คน	18	3.0
ท่านใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ สถานที่นี้		
- ระหว่าง 1 – 3 ชั่วโมง	145	24.2
- ระหว่าง 4 – 6 ชั่วโมง	109	18.2
- ตลอดทั้งวัน โดยไม่พักค้างคืน	100	16.7
- ตลอดทั้งวัน พักค้างคืน	246	41.0

ภาคผนวก ข
ตัวอย่างแบบสอบถามนักท่องเที่ยว

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการศึกษา เหตุผลการเลือกขายหาดท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งอ่าวไทย ดำเนินการโดย กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ร่วมกับ คณะเทคโนโลยีทางทะเล ม.บูรพา	แบบสอบถามเลขที่..... สถานที่..... ผู้สำรวจ..... วันที่.....
--	--

ความกรุณาของท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้.....นำไปสู่การกำหนดทิศทางการอนุรักษ์ชายหาดท่องเที่ยวของประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	
<p>เพศ</p> <p><input type="checkbox"/> ชาย</p> <p><input type="checkbox"/> หญิง</p> <p>อายุ</p> <p><input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20 ปี</p> <p><input type="checkbox"/> 21-30 ปี</p> <p><input type="checkbox"/> 31-40 ปี</p> <p><input type="checkbox"/> 41-50 ปี</p> <p><input type="checkbox"/> มากกว่า 50 ปี</p> <p>การศึกษา</p> <p><input type="checkbox"/> พออ่านออกเขียนได้</p> <p><input type="checkbox"/> ประถมศึกษาตอนต้น</p> <p><input type="checkbox"/> ประถมศึกษาตอนปลาย</p> <p><input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น</p> <p><input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย</p> <p><input type="checkbox"/> ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา</p> <p><input type="checkbox"/> ปริญญาตรี</p> <p><input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี</p> <p>อาชีพ</p> <p><input type="checkbox"/> ข้าราชการ</p> <p><input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน</p> <p><input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ</p> <p><input type="checkbox"/> นักเรียน นิสิต นักศึกษา</p> <p><input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป</p> <p><input type="checkbox"/> พ่อบ้าน แม่บ้าน / ไม่ได้ทำงาน</p> <p><input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ).....</p> <p>รายได้</p> <p><input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 10,000 – 19,999 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 20,000 – 29,999 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 30,000 – 39,999 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 40,000 – 49,999 บาท</p> <p><input type="checkbox"/> 50,000 บาท ขึ้นไป</p>	<p>ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน</p> <p><input type="checkbox"/> กรุงเทพฯและปริมณฑล</p> <p><input type="checkbox"/> เขตจังหวัดภาคเหนือ</p> <p><input type="checkbox"/> เขตจังหวัดภาคกลางและตะวันออก</p> <p><input type="checkbox"/> เขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</p> <p><input type="checkbox"/> เขตจังหวัดภาคใต้</p> <p>ท่านเคยมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวนี้มาก่อนหรือไม่</p> <p><input type="checkbox"/> ไม่เคย</p> <p><input type="checkbox"/> เคย (โปรดระบุจำนวนครั้ง).....ครั้ง</p> <p>ยานพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง</p> <p><input type="checkbox"/> เดินเท้า</p> <p><input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว</p> <p><input type="checkbox"/> จักรยาน</p> <p><input type="checkbox"/> รถรับจ้างประจำทาง</p> <p><input type="checkbox"/> จักรยานยนต์</p> <p><input type="checkbox"/> รถรับจ้างไม่ประจำทาง</p> <p><input type="checkbox"/> โบกรถ</p> <p><input type="checkbox"/> เรือ</p> <p>ท่านมีขนาดกลุ่มเดินทาง (จำนวนเพื่อนร่วมทาง)</p> <p><input type="checkbox"/> 1 – 5 คน</p> <p><input type="checkbox"/> 11 – 15 คน</p> <p><input type="checkbox"/> 6 – 10 คน</p> <p><input type="checkbox"/> 16 – 20 คน</p> <p><input type="checkbox"/> มากกว่า 20 คนขึ้นไป (โปรดระบุจำนวนคน).....คน</p> <p>ท่านใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ สถานที่นี้</p> <p><input type="checkbox"/> 1 – 3 ชั่วโมง</p> <p><input type="checkbox"/> 4 – 6 ชั่วโมง</p> <p><input type="checkbox"/> ตลอดทั้งวัน โดยไม่พักค้างคืน</p> <p><input type="checkbox"/> ตลอดทั้งวัน พักค้างคืน (โปรดระบุจำนวนวัน).....วัน</p> <p>ท่านใช้เวลาในการท่องเที่ยวสถานที่อื่น</p> <p><input type="checkbox"/> ไม่ใช่</p> <p><input type="checkbox"/> ใช่ (โปรดระบุจำนวนวันที่ใช้ในทริปครั้งนี้).....วัน</p> <p style="margin-left: 40px;">(โปรดระบุสถานที่) 1.</p> <p style="margin-left: 40px;">2.</p>

ส่วนที่ 2 เหตุผลในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว

จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่สอดคล้องต่อเหตุผลของคุณในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว ณ ชายหาดแห่งนี้ ให้ใส่หมายเลข 1 – 10 ลงในช่องสี่เหลี่ยม หมายเลข 1 คือ ตัวเลือกที่มีความสำคัญที่สุด กรุณาเลือกมา 10 อันดับ

ทิวทัศน์ / ภูมิประเทศ	<input type="text"/>	<input type="text"/>	ความปลอดภัย
น้ำทะเลสะอาด ปราศจากเศษขยะ	<input type="text"/>	<input type="text"/>	ความหนาแน่นของการใช้งานหาด
หาดทรายสะอาด ปราศจากเศษขยะ	<input type="text"/>	<input type="text"/>	การเข้าถึงชายหาด / ทางเข้า
กิจกรรมเพื่อความบันเทิง	<input type="text"/>	<input type="text"/>	ระยะทางในการเดินทางมาหาด
ห้องน้ำที่จัดเตรียมบริการ	<input type="text"/>	<input type="text"/>	สภาพการจราจรและที่จอดรถ
ดัชนีคุณภาพชายหาดท่องเที่ยว "ชายหาดดีดิว"	<input type="text"/>	<input type="text"/>	เหตุผลอื่น (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยในการเลือกชายหาดท่องเที่ยว

		ระดับคะแนน					- ไม่พบเห็น
		1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด	
1	ทิวทัศน์ / ภูมิประเทศ						
2	น้ำทะเลสะอาด ปราศจากเศษขยะ						
3	หาดทรายสะอาด ปราศจากเศษขยะ						
4	กิจกรรมเพื่อความบันเทิง						
5	ห้องน้ำที่จัดเตรียมบริการ						
6	ความปลอดภัย						
7	ความหนาแน่นของการใช้งานหาด						
8	การเข้าถึงชายหาด / ทางเข้า						
9	ระยะทางในการเดินทางมาหาด						
10	สภาพการจราจรและที่จอดรถ						
11	ดัชนีคุณภาพชายหาดท่องเที่ยว "ชายหาดดีดิว"						
12	เหตุผลอื่น (โปรดระบุ.....)						

ส่วนที่ 4 กิจกรรมนันทนาการ ณ ชายหาดท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> นั่งเล่น / เดินเล่น | <input type="checkbox"/> เล่นน้ำ / อาบแดด | <input type="checkbox"/> ปิกนิก / รับประทานอาหาร |
| <input type="checkbox"/> ถ่ายภาพ | <input type="checkbox"/> เล่นกีฬาทางน้ำ | <input type="checkbox"/> ชมทัศนียภาพ |
| <input type="checkbox"/> ใช้เวลากับเพื่อนฝูง | <input type="checkbox"/> เล่นกีฬาชายหาด | <input type="checkbox"/> ดำน้ำ / ดูปะการัง |
| <input type="checkbox"/> ใช้เวลากับคนใกล้ชิด | <input type="checkbox"/> อยู่เงียบๆคนเดียว | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

ส่วนที่ 5 การรับรู้ต่อความแออัด

5.1 ความคาดหวังต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็น

- จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นมากกว่าที่คาดหวังไว้
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นตรงกับที่คาดหวังไว้
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นน้อยกว่าที่คาดหวังไว้

5.2 ความรู้สึกสงบ / สันโดษ

- ความรู้สึกสงบ / สันโดษ น้อยที่สุด
- ความรู้สึกสงบ / สันโดษ น้อย
- ความรู้สึกสงบ / สันโดษ ปานกลาง
- ความรู้สึกสงบ / สันโดษ มาก
- ความรู้สึกสงบ / สันโดษ มากที่สุด

5.3 ความรู้สึกแออัดของนักท่องเที่ยวขณะประกอบกิจกรรม

- ไม่รู้สึกแออัดเลย
- รู้สึกแออัดเล็กน้อย
- รู้สึกแออัดปานกลาง
- รู้สึกแออัดค่อนข้างมาก
- รู้สึกแออัดมากที่สุด

5.4 การรับรู้ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอื่น

- ท่านสามารถรับรู้ได้ถึงจำนวนนักท่องเที่ยวอื่น
- ท่านไม่ได้สนใจถึงจำนวนนักท่องเที่ยวอื่นเลย

5.5 จำนวนนักท่องเที่ยวอื่นที่ยอมรับได้

- ก็คนที่ได้
- ยอมให้มีนักท่องเที่ยวอื่นได้ไม่เกิน (ระบุ)คน

5.6 ผลของจำนวนนักท่องเที่ยวอื่นต่อประสบการณ์นั้นทางการ

- ไม่ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นทางการที่ได้รับ
- ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นทางการบ้างเล็กน้อย
- ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นทางการปานกลาง
- ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นทางการค่อนข้างมาก
- ส่งผลต่อประสบการณ์นั้นทางการมากที่สุด

5.7 ความรู้สึกขัดแย้งกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอื่น

- ไม่มีความรู้สึกขัดแย้ง ขณะประกอบกิจกรรม
- เกิดความรู้สึกขัดแย้งบ้างเล็กน้อย
- เกิดความรู้สึกขัดแย้งปานกลาง
- เกิดความรู้สึกขัดแย้งค่อนข้างมาก
- เกิดความรู้สึกขัดแย้งมากที่สุด

ส่วนที่ 6 การรับรู้ต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม

6.1 ความคาดหวังเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของชายหาดท่องเที่ยว

- เสื่อมโทรมกว่าที่คาดหวังไว้มาก
- เสื่อมโทรมกว่าที่คาดหวังไว้เล็กน้อย
- เป็นเช่นที่คาดหวังไว้
- สมบูรณ์กว่าที่คาดหวังไว้เล็กน้อย
- สมบูรณ์กว่าที่คาดหวังไว้มาก

6.2 ท่านมีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมในชายหาดท่องเที่ยว

- ดีมาก
- ค่อนข้างดี
- ปานกลาง
- ค่อนข้างน้อย
- ไม่มีเลย

6.3 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม

- ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม
- ท่านไม่รู้สึกว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม

6.4 อิทธิพลของผลกระทบสิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว

- ท่านรู้สึกว่าคุณภาพประสบการณ์ท่องเที่ยวของท่านเปลี่ยนแปลงไป
- ท่านไม่รู้สึกว่าคุณภาพประสบการณ์ท่องเที่ยวของท่านเปลี่ยนแปลงไป

ส่วนที่ 7 ภาพรวมต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว

7.1 ท่านมีระดับความพึงพอใจ

- ต่ำมาก
- ต่ำ
- ปานกลาง
- สูง
- สูงมาก

7.2 โอกาสในการกลับมาเยือน

- ไม่กลับมาอีก
- ไม่แน่ใจ
- กลับมาอีก

ขอขอบคุณที่ท่านได้กรุณาเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้
ข้อคิดเห็นของท่านนำไปสู่การวางแผนอนุรักษ์ชายหาดท่องเที่ยว

Research Questionnaire

Rational for Beach Selection and Tourist Satisfactions in the Recreational Beaches

Collaboration between Department of Marine and Coastal Resources and Burapha University

Questionnaire No.....

Beach Site.....

Observer.....

Date.....

This questionnaire survey will be contributed to beach conservation planning. Your cooperation would be highly appreciated.

Part 1 Visitor Background

Sex male
 female

Age below 20
 21 – 30
 31 – 40
 41 – 50
 above 50

Education none
 primary school
 secondary school
 high school
 professional institute
 college / university
 higher degree

Occupation government service
 public enterprises
 private enterprises
 own private business
 student
 general workers
 retired / unemployed
 others (.....)

Salary below 10,000 baht
 10,000 – 19,999 baht
 20,000 – 29,999 baht
 30,000 – 39,999 baht
 40,000 – 49,999 baht
 above 50,000 baht

Region of your resident country

Europe
 North America
 South America
 Asia
 Africa
 Australia

Have you ever been here before?

never
 yes (please indicate how many times.....times)

Transportation

by walk private car
 bicycle rental car
 motorbike bus
 hitch hiking boat

Size of your companion travelers

1 – 5 people 11 – 15 people
 6 – 10 people 16 – 20 people
 above 20 people

How long does you spend time here?

1 – 3 hours
 4 – 6 hours
 a day without overnight stay
 a day with overnight stay

Do you intend to travel to other place?

no
 yes (please indicate how many days.....days)

Part 2 Reasons for Beach Selection

Please rank these given criteria in order of what you consider to be the most important factors when you select this beach. Just put **1** for **the utmost important criterion** of your beach selection. The rest of number (**2-10**) must be put respectively on each criterion based on its importance

Views and landscape	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Safety
Clean water	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Intensity of beach use
Clean sand	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Accessibility
Recreational activities	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Distance to travel to beach
Provision of toilet	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Traffic condition and car parking
Beach award rating scheme	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Others (please specify.....)

Part 3 Satisfactions

Please tell us how is your degree of satisfactions on the criterion of beach selection on this beach.		rating score					- not present
		1 very low	2 low	3 medium	4 high	5 very high	
1	Views and landscape						
2	Clean water						
3	Clean sand						
4	Recreational activities						
5	Provision of toilet						
6	Safety						
7	Intensity of beach use						
8	Accessibility						
9	Distance to travel to beach						
10	Traffic condition and car parking						
11	Beach award rating scheme						
12	Others (please specify.....)						

Part 4 Beach Recreational Activities

(you can select more than 1 choice.)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> sit and stroll | <input type="checkbox"/> swim and sunbathe | <input type="checkbox"/> picnic |
| <input type="checkbox"/> photography | <input type="checkbox"/> water sport | <input type="checkbox"/> sightseeing |
| <input type="checkbox"/> spend time with friends | <input type="checkbox"/> beach sport | <input type="checkbox"/> diving |
| <input type="checkbox"/> spend time with family | <input type="checkbox"/> relax alone | <input type="checkbox"/> others (please specify.....) |

Part 5 Crowding Perception

5.1 The number of tourists

- more than your expectation
- match your expectation
- less than your expectation

5.2 Level of your solitude

- very low
- low
- moderate
- high
- very high

5.3 Your feeling on crowding of tourists on beach

- none
- a little
- moderate
- high
- extremely high

5.4 Can you perceive the number of other tourists?

- yes
- no

5.5 Acceptable number of other tourists

- no limit
- not overpeople

5.6 Effect of other tourists on your recreational experience.

- no effect
- a little
- moderate
- high
- extremely high

5.7 Recreation conflict with other tourists

- none
- a little
- moderate
- high
- extremely high

Part 6 Environmental Impact Perception

6.1 Beach environmental condition

- very lower quality than your expectation
- lower quality than your expectation
- meet your expectation
- higher quality than your expectation
- very higher quality than your expectation

6.2 Your background knowledge on environmental impacts

- very good
- good
- moderate
- low
- very low

6.3 Perception to environmental impacts

- you can sense some environmental impacts occurred here
- you cannot sense any environmental impacts occurred here

6.4 Environmental impacts on your recreation experiential change

- you feel that your recreation experience has changed.
- you do not feel that your recreation experience has changed.

Part 7 Overall Recreational Experience

7.1 Overall satisfaction

- very low
- low
- moderate
- high
- very high

7.2 Opportunity to revisit

- I'll not back here again
- I'm not sure
- I wish to come back here again

Thank you very much for your kind cooperation.

Your contribution would be greatly appreciated.