

การรับรู้ศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
ในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี  
Perceptions of Tourism Potential Affecting the Satisfaction of Thai Tourists  
Visiting UthaiThani Province

พัฒนมนณัฐ เพ็ชรมาตย์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
phannamonnat@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี ในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาเยือน จังหวัดอุทัยธานีโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย ศักยภาพทางการท่องเที่ยว ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีในระดับมากที่สุด รวม 3 ประเด็น คือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งไหว้พระสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำบุญ วัดท่าซุง หลวงพ่อฤๅษีลิงดำและชมความงามของวัดท่าซุงองค์ประกอบของปัจจัยการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยว ในจังหวัดอุทัยธานี นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ที่สำคัญมากที่สุด คือปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูลมากที่สุดรองลงมาคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตท้องถิ่น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รวม 10 ด้านและมีระดับการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน 2 ด้านนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รวม 3 ด้านและมีระดับการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน 9 ด้าน

แรงจูงใจในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก หากพิจารณารายด้าน พบว่า เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ อยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาคือ เพื่อเห็นสิ่งแปลกใหม่ และเพื่อสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์องค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ที่สำคัญมากที่สุด คือ การพักผ่อนหย่อนใจและการสัมผัสธรรมชาติ รองลงมา คือ การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและการกระชับความสัมพันธ์ การวิปัสสนาและการดูแลสุขภาพและการทำบุญและซื้อของฝาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจ ในการเดินทางมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจ ในการเดินทางมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี แตกต่าง

กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพียง 1 ด้าน และมีแรงจูงใจ ในการเดินทางมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน 3 ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี ขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้ 5 ปัจจัย เรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูล 2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตท้องถิ่น 3) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 4) การท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณและการชมสถาปัตยกรรม 5) การตัดกบาตรเทโวและการปฏิบัติธรรม

**คำสำคัญ** การรับรู้ศักยภาพทางการท่องเที่ยว, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย, จังหวัดอุทัยธานี

### Abstract

The purpose of this study were 1) to study potential of perception in Thai tourists towards tourism in UthaiThani 2) to study the motivations of tourists who select UthaiThani as the destination 3) to study factor or perception affecting to satisfied of Thai tourists who visit UthaiThani. The quantitative method was used in the study. From 400 or any tourists who visit UthaiThani used to be population and samples. This research used standard deviation average percent, one way anova and multiple regression analysis.

The result revealed potential of tourism, potential of tourism attraction, potential of activities, accessibility and facilities. The highest score of tourists' perception were Huaikhakhaeng wildlife sanctuary, appreciate the architecture and paying respect to the buddha at Wat Thasung. Perceptions of tourism potential affecting the satisfaction of Thai tourists visiting UthaiThani, Thailand range from facility, followed by historical attraction and local. The results were shown the difference age tourists at 0.05 level of perception on tourism 10 points. The perception of tourism potential in UthaiThani. The different education levels of tourists were statistically significant difference at the level of 0.05 perceptions on the tourism potential of UthaiThani is not different statistically significant.

The finding from research on the motivation visit UthaiThani is Thai tourists have a high level of motivation to visit UthaiThani. By recreation as the high level, the second is see new experience and to experience with the nature. Relaxation is the most important for factors influencing of motivation to travel UthaiThani. Followed by learning history. Culture and keeping relationships, health care, make merit and buy souvenirs. The hypothesis shown the different age groups had different motivation to visit UthaiThani province at the 0.05 level of significance 4 sides.

Thai tourists with different levels of education had motivation to travel UthaiThani was statistically significant difference at 0.05 level 1side. There were no significant differences in factors affecting the satisfaction of visiting UthaiThani province. It is based on 5 factors of priority. 1) Tourism facilities and resources. 2) Historical attractions and local life. 3) Natural attractions. 4) Spiritual tourism and visit architecture 5) Tak Bat Thevo and meditation retreat

**Keywords** Perceptions of Tourism Potential, Satisfaction of Thai Tourists, UthaiThani Province

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก ซึ่งการท่องเที่ยวทั่วโลก มีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ปัจจุบันการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนาและมีการขยายตัวค่อนข้างสูงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม นอกจากนี้รัฐบาลยังได้จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ.2558-2560 เพื่อส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยว สู้คนไทยทุกกลุ่ม เน้นให้คนไทยทุกคนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดและส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะการเรียนรู้ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ และเกิดความเข้าใจและภาคภูมิใจในความเป็นไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ผู้คนจำนวนมากต้องเผชิญกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ สังคมรวมถึงปัญหาด้านอื่นๆ ซึ่งวิถีการดำรงชีวิตของผู้คนในสังคมเมืองต้องเร่งรีบและมีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดสภาวะเครียดและมีผลต่อสุขภาพร่างกาย เมื่อมีเวลาว่าง จึงต้องการพักผ่อนหาความสุข ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ในปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินชีวิตรวมถึงการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมมีความสะดวกเป็นอย่างยิ่ง จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวจะออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปหาประสบการณ์ในแบบของตัวเอง

จังหวัดอุทัยธานี ตั้งอยู่ทางภาคเหนือตอนล่าง เป็นจังหวัดที่มีขนาดเล็ก ที่มีความสงบ มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลายและยังคงเต็มไปด้วยความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชนเผ่า รวมถึงวิถีชีวิตจากชุมชนท้องถิ่น ถึงแม้ว่าจังหวัดอุทัยธานี จะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและยังคงความอุดมสมบูรณ์ แต่ก็ยังไม่เป็นที่รู้จัก ซึ่งจังหวัดอุทัยธานียังคงถูกมองว่าเป็นเพียงแค่เมืองที่เป็นทางผ่านไปยังจังหวัดอื่นๆ ทางภาคเหนือจึงยังไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมากนักโดยสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้มีแนวโน้มการเติบโตไปในทิศทางบวกเพียงเล็กน้อย จึงควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัด เพื่อให้เป็นที่รู้จักและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 โดยเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง ซึ่งจะสามารถกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่งรัฐบาลได้มีการประกาศนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยการสนับสนุนมาตรการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว โดยการลดหย่อนภาษีท่องเที่ยว

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษา การรับรู้ศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี โดยการศึกษาครั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สามารถใช้เป็นฐานข้อมูลให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้ให้เกิดขึ้นในจังหวัดและชุมชน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี ในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี

3. ศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี

### การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา “การรับรู้ศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี” โดยนำแนวคิดของ Dickman (1996) ซึ่งแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น 2) กิจกรรม เป็นสิ่งที่เพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยว 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น 4) สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปโภค 5) ที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับพยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว 3) แหล่งท่องเที่ยว 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว 5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเรื่ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดย ซึ่งประกอบไปด้วย 1) แหล่งท่องเที่ยว 2) กิจกรรมการท่องเที่ยว 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) สิ่งอำนวยความสะดวก มาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบแนวคำถาม เกี่ยวกับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว โดยแนวคิดของ Dann (1977) แบ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือปัจจัยผลัก เช่น ต้องการการพักผ่อนหรือต้องการได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่และปัจจัยดึง คือ ความน่าสนใจและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ Swarbrooke and Horner (2007) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวมีหลายมิติ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 มิติสำคัญด้วยกัน ได้แก่ 1) แรงจูงใจทางด้านกายภาพ เช่น ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ 2) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม เช่น ความต้องการได้สัมผัสหรือเรียนรู้วัฒนธรรมของสถานที่อื่นๆ 3) แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ เช่น ความต้องการได้รับความคุ้นเคยในอดีต ความต้องการผจญภัย ความต้องการหลบหนีความจำเจ 4) แรงจูงใจทางด้านสถานะ เช่น ความต้องการเป็นบุคคลสำคัญ ความต้องการเป็นผู้นำสมัย 5) แรงจูงใจส่วนบุคคล เช่น ความต้องการไปเยี่ยมเยียนเพื่อนและญาติ ความต้องการผูกมิตรกับบุคคลอื่น 6) แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง เช่น ความต้องการได้รับความรู้เพิ่มเติม และความต้องการได้เรียนรู้ทักษะใหม่ๆ โดยแนวคิดและทฤษฎีส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันในด้านปัจจัยผลัก โดยผู้วิจัยได้นำเอาปัจจัยผลัก คือ ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มาเป็นแนวทางในการออกแบบแนวคำถาม เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเยือนจังหวัดอุทัยธานี

### ขอบเขตการวิจัย

#### 1. ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane's (อัศวิน แสงพิบูล, 2556, น.156) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไว้ร้อยละ 5 จากการคำนวณปรากฏว่าต้องเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 399.50 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 คน

## 2. ขอบเขตตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุและระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุทัยธานี แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานีและปัจจัยด้านการรับรู้ และความพึงพอใจในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี

## 3. ขอบเขตเวลา

ทำการวิจัยภายในระยะเวลา 9 เดือน คือ ระหว่างวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2560 –วันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2561

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี

### 2. ขั้นตอนการวิจัย

ศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดรูปแบบและลักษณะของแบบสอบถาม และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมีทั้งคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด แบบปลายปิดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scales) แบบปลายเปิดให้เขียนข้อเสนอแนะ การหาคุณภาพของเครื่องมือโดยตรวจสอบความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ทำการปรับปรุงแบบสอบถามจากการตรวจสอบคุณภาพ แล้วจัดทำแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อศึกษาการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยว จำนวน 49 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.929 แรงจูงใจในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 15 ข้อ ได้เท่ากับ 0.850

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนจังหวัดอุทัยธานี จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง แล้วนำไปวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์โดยแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scales) ใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ต่อศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี และแรงจูงใจในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี โดยการวิเคราะห์สมมติฐาน ใช้สถิติการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ เพื่อจัดกลุ่มการรับรู้ว่ามีทั้งหมดกี่ด้าน และการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจในการมาเยือนของนักท่องเที่ยวว่าประกอบด้วยแรงจูงใจใดบ้าง ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์ปัจจัยหรือการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) การศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ต่อศักยภาพในแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาเยือน

จังหวัดอุทัยธานี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด ใช้การพรรณนาวิเคราะห์

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย ศักยภาพทางการท่องเที่ยว ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีในระดับมากที่สุด รวม 3 ประเด็น คือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง (ค่าเฉลี่ย 4.51)ไหว้พระสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำบุญ วัดท่าซุง หลวงพ่อฤๅษีลิงดำ (ค่าเฉลี่ย 4.56) และชมความงามของวัดท่าซุง(ค่าเฉลี่ย 4.58) องค์ประกอบของปัจจัยการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยว ในจังหวัดอุทัยธานี นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ที่สำคัญมากที่สุด คือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูลมากที่สุด(Eigenvalue 11.841) รองลงมาคือ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตท้องถิ่น (Eigenvalue 3.452)ด้านพิพิธภัณฑสถานแห่งการเรียนรู้ การทอผ้าโบราณเชื้อสายลาวครั้ง ลาวเวียง (Eigenvalue 2.984) ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Eigenvalue 2.843)ด้านแหล่งท่องเที่ยวก่อนประวัติศาสตร์ประเภทภูเขา (Eigenvalue 2.369) ด้านการท่องเที่ยวในเขตเมือง (Eigenvalue 1.794) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Eigenvalue 1.442)ด้านการท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณและการชมสถาปัตยกรรม (Eigenvalue 1.381)ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (Eigenvalue 1.223)ด้านค่าใช้จ่ายและพาหนะในการเดินทาง (Eigenvalue 1.188)ด้านการตัดบาตรเทโวและการปฏิบัติธรรม (Eigenvalue 1.099)และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Eigenvalue 1.071) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 10 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูล(Sig.=.000) 2.ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตท้องถิ่น (Sig.=.000)3.ด้านพิพิธภัณฑสถานแห่งการเรียนรู้การทอผ้าโบราณเชื้อสายลาวครั้งลาวเวียง(Sig.=.001)4.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ(Sig.=.000) 5.ด้านแหล่งท่องเที่ยวก่อนประวัติศาสตร์ประเภทภูเขา (Sig.=.000)6.การท่องเที่ยวในเขตเมือง(Sig.=.000) 7.ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว(Sig.=.000) 8.ด้านการท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณและการชมสถาปัตยกรรม(Sig.=.000) 9.ด้านการตัดบาตรเทโวและการปฏิบัติธรรม (Sig.=.000) 10.ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Sig.=.008)และมีระดับการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีไม่แตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (Sig.=.259)2.ด้านค่าใช้จ่ายและพาหนะในการเดินทาง(Sig.=.259)นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ(Sig.=.015) 2.ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว(Sig.=.046) 3.ด้านการท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณและการชมสถาปัตยกรรม(Sig.=.001)และมีระดับการรับรู้ต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน 9 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูล (Sig.=.355)2.ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตท้องถิ่น (Sig.=.649)3.ด้านพิพิธภัณฑสถานแห่งการเรียนรู้การทอผ้าโบราณเชื้อสายลาวครั้งลาวเวียง (Sig.=.696)4.ด้านแหล่งท่องเที่ยวก่อนประวัติศาสตร์ประเภทภูเขา (Sig.=.078)5.ด้านการท่องเที่ยวในเขตเมือง (Sig.=.053)6.ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (Sig.=.335)7.ด้านค่าใช้จ่ายและพาหนะในการเดินทาง(Sig.=.134) 8.ด้านการตัดบาตรเทโวและการปฏิบัติธรรม(Sig.=.139)9.การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว(Sig.=.370)แรงจูงใจในการมาเยือนจังหวัด

อุทัยธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) หากพิจารณารายด้าน พบว่า เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.39) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ เพื่อเห็นสิ่งแปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และเพื่อสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ (ค่าเฉลี่ย 4.26) องค์ประกอบของ ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี ที่สำคัญมากที่สุด คือ การพักผ่อนหย่อนใจ และการสัมผัสธรรมชาติ (Eigenvalue 5.195) รองลงมา คือ การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและการ กระชับความสัมพันธ์ (Eigenvalue 2.340) การวิปัสสนาและการดูแลสุขภาพ (Eigenvalue 1.248) และ การทำบุญและซื้อของฝาก (Eigenvalue 1.026) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจ ในการเดินทางมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1.การพักผ่อนหย่อนใจและการสัมผัสธรรมชาติ (Sig.=.000) 2.การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการกระชับความสัมพันธ์ (Sig.=.000) 3.การวิปัสสนาและการดูแลสุขภาพ (Sig.=.011) และ 4.การทำบุญและซื้อของฝาก (Sig.=.000) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจ ในการเดินทางมาเยือน จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ 1) การวิปัสสนา และการดูแลสุขภาพ (Sig.=.000) และมีแรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน 3 ด้าน ได้แก่ 1.การพักผ่อนหย่อนใจและการสัมผัสธรรมชาติ (Sig.=.158) 2.การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการกระชับความสัมพันธ์ (Sig.=.282) และ 3.การทำบุญและซื้อของฝาก (Sig.=.842) ปัจจัยที่มีอิทธิพล ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี ขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้ 5 ปัจจัย จาก 12 ปัจจัย เรียงลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากค่า Standardized Coefficients ( $\beta$ ) ได้แก่ 1.การรับรู้ต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทาง การท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูล ( $\beta$ =.240) 2.การรับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และ วิถีชีวิตท้องถิ่น ( $\beta$ =.217) 3.การรับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ( $\beta$ =.133) 4.การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวทาง จิตวิญญาณและการชมสถาปัตยกรรม ( $\beta$ =.120) 5.การตักบาตรเทโวและการปฏิบัติธรรม ( $\beta$ =.129)

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลที่ได้จากการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูลมีความสำคัญมากที่สุดต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานี้มีความ สอดคล้องกับผลจากการศึกษาของ พรศิริ บินนาราวิ (2555) ได้ศึกษา ความคาดหวังและการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีการรับรู้ต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ผลจากการศึกษาแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ปัจจัย ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีจำนวน 15 ปัจจัย สามารถแบ่งกลุ่มแรงจูงใจ ปัจจัยหลักได้ 4 ปัจจัย เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ 1) การพักผ่อนหย่อนใจและการสัมผัสธรรมชาติ 2) การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและการกระชับความสัมพันธ์ 3) การวิปัสสนาและการดูแลสุขภาพ 4) การทำบุญและซื้อของฝากผลที่ได้จากการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวความคิด Swarbrooke and Horner (2007) ได้จำแนกแรงจูงใจ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวออกเป็น 6 มิติ ได้แก่ 1) แรงจูงใจ ทางด้านกายภาพ 2) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม 3) แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ความรู้สึกบางอย่าง 4) แรงจูงใจ ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ 5) แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง 6) แรงจูงใจส่วนบุคคล จากผล การศึกษาจะเห็นได้ว่าแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวขึ้น ได้แก่ การพักผ่อนหย่อนใจ และการสัมผัสธรรมชาติ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวขึ้นมีความต้องการการพักผ่อนและแสวงหาความแปลก

ใหม่ ซึ่งเป็นการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว โดยการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ รวมถึงการเรียนรู้ชีวิตสัตว์ป่าและพรรณพืช ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Pearce and Lee (อ้างถึงใน รวีวรรณ ไพรยรุ่งโรจน์, 2558) กล่าวว่า แรงจูงใจที่มีความสำคัญกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ แรงจูงใจในระดับขั้นหลัก ได้แก่ การแสวงหาความแปลกใหม่ ความต้องการหลบหนีหรือพักผ่อน และความต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น เป็นต้น โดยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะเป็นแบบแผนที่จะเปลี่ยนไปตามช่วงชีวิตของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kassean and Gassita (2013) ซึ่งได้ศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งที่มีต่อพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศมอริเชียส ของนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลีและแอฟริกาใต้ โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งต่างก็เป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้เดินทางไปยังประเทศมอริเชียส โดยทางด้านปัจจัยหลักนั้น ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดรองลงมาคือ ความต้องการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมที่จำเจ และความต้องการได้รับความคุ้นเคยในอดีต

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี คือ การพักผ่อนหย่อนใจและการสัมผัสธรรมชาติ และมีความพึงพอใจในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจึงควรคำนึงถึงการเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว โดยต้องมีการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความมาตรฐานและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ในปัจจุบันสื่อออนไลน์มีส่วนสำคัญสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว จึงควรมีการรวบรวมระบบข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ให้อยู่บนฐานข้อมูลเดียวกัน สามารถเข้าถึงได้สะดวก นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเส้นทางคมนาคมให้เข้าถึงได้สะดวก ปรับปรุงป้ายบอกทางให้มีมาตรฐาน ชัดเจน และควรมีการบอกเป็นระยะ รวมถึงควรมีแนวทางในการจัดให้มีบริการรถโดยสารสาธารณะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ จะเป็นการเพิ่มทางเลือก และมีโอกาสเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนจังหวัดอุทัยธานีก็เพื่อต้องการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและการกระชับความสัมพันธ์ จึงควรเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยว เพราะปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการหาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวผ่านการสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน มากกว่าการมาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว

#### 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรมีการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงความต้องการของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
2. ควรมีการศึกษาด้านการตลาดการท่องเที่ยว หรือดำเนินการสำรวจความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี เพื่อนำผลการวิจัยมากำหนดเส้นทางท่องเที่ยว หรือนำมาพัฒนา ปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีตามกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
3. ควรมีการศึกษาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแต่ละแหล่งเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
4. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีบางแหล่งมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว มีความสวยงามและมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่นักท่องเที่ยวยังขาดการรับรู้ จึงควรมีการวางแผนการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560. สืบค้นเมื่อ มกราคม 17, 2561, จาก [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114).
- พะยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอน องค์ประกอบของการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรศิริ บินนาราวิ. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในอำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน.ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- รวีวรรณ โปรงรุ่งโรจน์. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม.กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- Dickman, C.R. (1996). Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna.Australian Nature Conservation Agency, Canberra.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism.Annals of Tourism Research. 4(4), 184-194.
- Kassean, H., &Gassita, R. (2013). Exploring tourists push and pull motivations to visit Mauritius as a tourist destination. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure. 2(3), 1-13.
- Swarbrooke, J.S., & Horner, S. (2007). Consumer behavior in tourism (2nd ed.). Oxford, England: Butterworth-Heinemann.