

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ในเมืองพัทยา ประเทศไทย

Travel Motives Influence of Russian Tourists' Destination Loyalty at Pattaya, Thailand

ลินจง โพชารี¹

Linjong Pocharee¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ในเมืองพัทยา ประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ Multiple Correlation Analysis และ Multiple Regression Analysis ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยา ประเทศไทย ซึ่งความคิดเห็นของแรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยามากที่สุด รองลงมาคือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเข้าสู่ส่วนบุคคล แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเข้าสู่ด้านความสามารถเข้าถึง และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเข้าสู่ด้านความสำราญโดยรวม

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, ความภักดี, นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย, พัทยา

Abstract

The purposes of this research were to relationship and impact on the travel motives of Russian tourists' destination loyalty at Pattaya, Thailand. The data was collected from Russian tourists in Pattaya city of 400 people with the questionnaires. The statistics used for data analysis were Independent t test, One-way ANOVA, Multiple Correlation Analysis and Multiple Regression Analysis. The motivation in returning of tourists has relationship and positive impact on the loyalty of Russian tourists in Pattaya, Thailand, which the opinion on the attractive factors have the most relation on the loyalty of Russian tourists in the Pattaya city, followed by the motivation in returning of tourists with individual factor motivation. The motivation in returning of tourists on the ability to access and the motivation in returning of tourists on the entertainment aspect as a whole aspect.

Keywords: Motivation, Loyalty, Russian Tourists, Pattaya

¹ อาจารย์ประจำ, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Lecturer ,Faculty of Tourism and Hotel Management ,Mahasarakham University

บทนำ

นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียนิยมเดินทางมายังภาคตะวันออกของประเทศไทยมากที่สุด นั่นคือ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (กัญจน์พร ไชยคำ. 2553 : 5) ตั้งอยู่ภาคตะวันออกของประเทศไทย เป็นจังหวัดน่าสนใจและมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และกิจกรรมผจญภัย รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง โดย พัทยา ในปัจจุบัน เป็นเมืองที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยสามารถทำรายได้ให้กับประเทศมากมาย และในปัจจุบันมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากเยือนเทศบาลเมืองพัทยาเพิ่มมากขึ้น โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รัสเซีย ชาวจีน เยอรมนี ไต้หวัน และอินเดีย ตามลำดับ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ซึ่งเพิ่มขึ้นมากเป็นเท่าตัว ในทุกๆ ปี นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย นิยมให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ของประเทศไทย และผู้คนมากที่สุด ตามมาด้วยความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา. 2556)

การสร้างความประทับใจหรือความชอบให้กับนักท่องเที่ยว สามารถสร้างได้ด้วย แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation) ซึ่งเกิดขึ้นได้จากความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้วยการสร้างแรงจูงใจทางด้านกายภาพ วัฒนธรรม การศึกษา สังคม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน (จลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548) รวมไปถึงการบอกต่อของการท่องเที่ยวในเชิงบวกกับญาติ เพื่อน คนสนิท ของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งถือเป็นการจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ในเมืองพัทยา ประเทศไทย โดยทำการศึกษานวนคิดเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวซ้ำให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย จนนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ภายใต้พื้นฐานที่แหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยามี

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา
2. เพื่อทดสอบผลกระทบของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปการปรับปรุง พัฒนาโครงสร้างด้านการจัดการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
2. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปพัฒนากลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาได้
3. เพื่อเสนอแนะปรับปรุงให้กับภาครัฐและเอกชนในการจัดการท่องเที่ยวด้านการสร้างแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย โดย ตัวแปรต้นคือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motives) ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน เพื่อหาความสัมพันธ์และผลกระทบกับ ตัวแปรตามคือ ความภักดีต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Destination Loyalty) ประกอบด้วย 3 ด้าน รายละเอียด ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาเที่ยวในเมืองพัทยายปี 2556 มีจำนวน 1,746,565 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา, 2557)
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาเที่ยวในเมืองพัทยา จำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling Random) (บุญชม ศรีสะอาด. 2545)



3. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เมืองพัทยา ซึ่งประกอบไปด้วย พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วันที่ 1 - 31 มีนาคม 2558

5. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ตัวแปรอิสระ ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำ (Travel Motives) 4 ด้าน คือด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ด้านความสำคัญจากแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง (Accessibility) และด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motivation) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Destination Loyalty) 3 ด้าน คือ ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Intention to Revisit) การบอกต่อการท่องเที่ยวในเชิงบวก (Positive Word of Mouth) และความประทับใจหรือความชอบ (Strength of Preference)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะแบบตัวเลือก จำนวน 5 ข้อ ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำในเมืองพัทยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ จำนวน 21 ข้อ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ ด้านความสำคัญจากแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อ ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง จำนวน 4 ข้อ และ ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ จำนวน 13 ข้อ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ จำนวน 4 ข้อ ด้านการบอกต่อการท่องเที่ยว จำนวน 4 ข้อ และ ด้านความประทับใจหรือความชอบ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการการสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองพัทยา ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ประกอบด้วยประเด็นคำถาม 6 ข้อคำถาม ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านความสำคัญจากแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง (Accessibility) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motivation) และด้านข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเทศบาลพัทยา

2. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำและความภักดีในการท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.2 จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมาย และสมมุติฐานในการวิจัย

2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดเสนอเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหางานวิจัย ตลอดจนทั้งสำนวนภาษา โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

2.4 ปรับปรุงและแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง

2.5 ทำการแปลแบบสอบถามเป็นภาษารัสเซียจากผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน คือ

1) Mr. Andrei Sedliarou, Russian, Belarusian, Thai and English Translator & Interpreter

2) นางสาวกรณียา ชัยรัตน์ อาจารย์ ภาควิชาภาษารัสเซีย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่แก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะไปทดลองใช้ (Try-Out) กับนักท่องเที่ยวในเทศบาลพัทยา จังหวัดชลบุรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยวิธีของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 96)

2.7 นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง เพื่อ

ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจะแทรกอยู่ในแบบสอบถามตอนที่ 4 ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีผู้ช่วยจำนวน 2 คน รวมผู้วิจัยเป็น 3 คน โดยผู้วิจัยได้อธิบาย แนะนำวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ให้กับผู้ช่วยเข้าใจก่อนทำการเก็บข้อมูล
3. ดำเนินการเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเริ่มแจกแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 1-28 กุมภาพันธ์ 2558
4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สมมติฐานของการวิจัย

1. แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวช้ำเมืองพัทยามีความสัมพันธ์กับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย
2. แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวช้ำเมืองพัทยามีผลกระทบต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยใช้ Correlation Matrices
2. การทดสอบผลกระทบระหว่างตัวแปร ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ผลกระทบระหว่างแรงจูงใจที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยาทะเทศไทย

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อยืนยันสมมติฐานข้อที่ 2 : แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวช้ำเมืองพัทยามีผลกระทบต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: Enter)

| ตัวแปรอิสระ | ตัวแปรตาม (ความภักดีในการเดินทางท่องเที่ยวช้ำ) | | | | | Collinearity Statistics | |
|-----------------------|---|------|------|-------|------|----------------------------|-------|
| | B | SE.B | Beta | t | p | Tolerance | VIF |
| Constant | .964 | .203 | .000 | 4.753 | .000 | | |
| ด้านสิ่งดึงดูดใจ | .259 | .044 | .277 | 5.931 | .000 | .758 | 1.319 |
| ด้านความสามารถเข้าถึง | .151 | .048 | .161 | 3.124 | .002 | .621 | 1.610 |
| ด้านความสามารถเข้าถึง | .151 | .048 | .161 | 3.124 | .002 | .621 | 1.610 |
| ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล | .201 | .047 | .210 | 4.238 | .000 | .674 | 1.485 |

Note: Two-Tail Probability $p < .05$, $F=52.636$, Adjusted R Square=.341, Durbin-Watson=1.617

ตารางที่ 1 แสดงการประเมินสมการถดถอยและค่าสัมประสิทธิ์ของการกำหนด (Coefficient of Determination- R^2) พบว่า F-test ($F=52.636$, $p < .05$) ปฏิเสธ Null Hypothesis ($H_0 = 0$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 สรุปว่า ตัวแปรอิสระ 4 ตัว ร่วมกันพยากรณ์ผลที่มีต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวช้ำเมืองพัทยาท่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย โดยมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 34.1 (Adjusted R Square=.341) โดยที่ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Beta=.277) มีอิทธิพลมากที่สุดตรงลงมา เป็นด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล (Beta=.210) ด้านความสามารถเข้าถึง (Beta=.161) และด้านความสำราญ (Beta=.126) ตามลำดับ

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 2 สามารถยืนยันสมมติฐานข้อที่ 2 ได้ว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวช้ำเมืองพัทยามีผลกระทบต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยาทะเทศไทย

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยาทะเทศไทย พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions= X_1) ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว (Amenities= X_2) ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง (Accessibility= X_3) ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motivation= X_4) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีต่อการกลับมาเที่ยวช้ำ (Destination Loyalty= Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่าง .424 - .469 ดังตารางที่ 2

ซึ่งก่อนการวิเคราะห์และประเมินสมการถดถอยขององค์ประกอบของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวช้ำเมืองพัทยาท่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ผู้วิจัยได้ดูผลการวิเคราะห์จากกราฟ Histogram และ Normal Probability



Plot พบว่า ข้อมูลมีการแจกแจงปกติ จึงทำการตรวจสอบต่อไปว่า ตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์หรือเกิดเป็น Multicollinearity หรือไม่ โดยใช้ค่า VIF ซึ่งตัวแปรอิสระแต่ละตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยค่าที่ได้น้อยกว่า 10 จะแสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน แสดงว่าไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity และในส่วนของ การพิจารณาการยอมรับ (Tolerance) กับค่า VIF โดยค่า Tolerance จะมีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 ถ้าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระกัน แต่ถ้าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าเกิดปัญหา Collinearity นั่นคือถ้าค่า Tolerance < 0.1 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น (สมบัติ ท้ายเรือคา, 2551) ดังนั้น จากตาราง 2 ผลการยอมรับได้ของงานวิจัยนี้อยู่ระหว่าง .424 - .469 จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้ ดังนั้น จึงหาผลของค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระคือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือ ความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยา มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .50 มาวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้สถิติแบบ Enter ซึ่งเป็นวิธีการนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าสู่โมเดลพร้อมกันครั้งเดียวและวิเคราะห์ทีละตัว (สมบัติ ท้ายเรือคา, 2551) ผลวิเคราะห์จะแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำเมืองพัทยากับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย (Correlation Matrices)

| ตัวแปรอิสระ | ตัวแปรตาม (ความภักดีในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ) | | | | | Collinearity Statistics | |
|---------------------------|---|------|------|-------|------|----------------------------|-------|
| | B | SE.B | Beta | t | p | Tolerance | VIF |
| Constant | .964 | .203 | .000 | 4.753 | .000 | | |
| ด้านสิ่งดึงดูดใจ | .259 | .044 | .277 | 5.931 | .000 | .758 | 1.319 |
| ด้านความสามารถ เข้าถึง | .151 | .048 | .161 | 3.124 | .002 | .621 | 1.610 |
| ด้านความสนใจส่วนบุคคล | .201 | .047 | .210 | 4.238 | .000 | .674 | 1.485 |

Note: Two-Tail Probability P<.05, F=52.363,

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 2 สามารถยืนยันสมมติฐานข้อที่ 1 ได้ว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำเมืองพัทยาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง และด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในประเทศไทย

อภิปรายผล

ผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

แรงจูงใจในการเที่ยวซ้ำด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง และ ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยา สอดคล้องกับการศึกษาของ Raktida Siri และ Lisa Kennon (2013) ได้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในพัทยา พบว่า สิ่งสำคัญที่เป็นแรงจูงใจทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวพัทยานั้น ความสนุกสนาน และสภาพแวดล้อมที่น่าสนใจและสวยงาม นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีก เช่น ราคา ครอบครั เพื่อน และ ข้อมูลข่าวสารที่อ่านพบในอินเทอร์เน็ต และ Khirin และ Nakpathom (2013) ได้ศึกษาการรับรู้ แรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในพัทยา พบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเดินทางท่องเที่ยวคือ กระแสความมีชื่อเสียง และความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยปัจจัยต้น คือ รายได้ เพื่อน ญาติมิตรของตัวนักท่องเที่ยวเอง

เมื่อพิจารณาตามความภักดีในรายด้าน พบว่า

1. ความภักดีด้านความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับแรงจูงใจในการเที่ยวซ้ำด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง และด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล เนื่องจากสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเกิดความชื่นชอบในเมืองพัทยา ประกอบกับระบบโครงสร้างพื้นฐานในเมืองพัทยาที่มีครบครัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Robin Nunkoo. (2013) ศึกษาภาพลักษณ์กับความจงรักภักดีของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี พบว่า ภาพลักษณ์เป็นปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี นำมาตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการบริหารจัดการที่ดี และได้รับความร่วมมือทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และ ประชาชน ประกอบกับ เอกวิทย์ เกษจันทร์ (2555) และ มุกธิดา อิทธิวรกุล (2554) ยังพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อม และด้านสินค้าและบริการ

2. ความภักดีด้านการบอกต่อการท่องเที่ยวในเชิงบวก มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับแรงจูงใจในการเที่ยวซ้ำด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว และ ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล เนื่องจากระบบการสื่อสารในยุคปัจจุบันมีความสะดวกสบาย นักท่องเที่ยวทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา ดังนั้น การบอก



ต่อการท่องเที่ยวในเชิงบวกจึงสามารถกระทำได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็น การแนะนำพืชมผ่านทางสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Hi5 หรือ Twitter ให้ผู้อื่นรู้จัก รวมไปถึงการแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวที่พืชมด้วยตนเอง สอดคล้องกับการศึกษาของ จิตาภา ภักดีผล (2552) และ วรรัตน์ ศิริจิรกาล (2552) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวเมืองพืชมพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเมืองพืชมโดยรวมดี มีโครงสร้างพื้นฐานครบครัน สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด รวมไปถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัย นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างทันสมัย นอกจากนี้ เมืองพืชมถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เป็นแหล่งเรียนรู้ทั้งทางวิชาการ ทางสังคมและวัฒนธรรม

3. ความภักดีด้านความประทับใจหรือความชอบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับแรงจูงใจในการเที่ยวซ้ำด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง และด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล เนื่องจากสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ขนบธรรมเนียมเทศกาล ทัศนียภาพ พืชพันธุ์ สัตว์ วิถีชีวิต ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ความสนุกสนานรื่นเริง รวมไปถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองพืชมที่สามารถสร้างความประทับใจหรือความชอบให้กับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ เอกวิทย์ เกษจันทร์ (2555) และ มุกธิดา อิทธิวรกุล (2554) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพืชมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยมากที่สุด ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสินค้าและบริการ กัญจนพร ไชยคำ (2553) และ จิตาภา ภักดีผล (2552) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวเมืองพืชมพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเมืองพืชมโดยรวมดี มีโครงสร้างพื้นฐานครบครัน ส่วนด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควรจัดให้มีถึงขยะไว้บริการมากขึ้น และ Raktida Siri และ Lisa Kennon (2013) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในพืชมพบว่า สิ่งสำคัญที่เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวพืชมานั้น ความสนุกสนานและสภาพแวดล้อมที่น่าสนใจและสวยงาม นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีก เช่น ราคา ครอบครัวยุเพื่อน และข้อมูลข่าวสารที่อ่านพบในอินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพืชม ต้องเน้นในด้านแรงจูงใจส่วน

บุคคล ในเรื่องความชอบส่วนตัวของนักท่องเที่ยวเอง เช่น การหาประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อนใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งเน้นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย ประหยัด และมีความปลอดภัย เช่น เส้นทางคมนาคมในเมืองพืชม ต้องมีความหลากหลายเส้น เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการเดินทางที่จัดขึ้นมานั้นต้องมีมาตรฐานในเรื่องความปลอดภัย ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ตรวจตราอยู่เสมอทั้งกลางวันและกลางคืน มีจุดให้บริการนักท่องเที่ยวทั่วถึง เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้

1.2 การสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียสร้างได้จากบรรยากาศและความเป็นธรรมชาติ วิถีชีวิตของชุมชนในเมืองพืชม ประกอบกับการพัฒนาระบบการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองพืชมด้วย เช่น ที่พัก วัฒนธรรม ประเพณี อาหารท้องถิ่น สินค้าพื้นเมือง กิจกรรมการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความหลากหลายและมาตรฐานด้วย นอกจากนี้การสร้างความปลอดภัยก็มีส่วนสำคัญ ซึ่งสร้างได้จากอัยาศัยไมตรีของคนในเมืองพืชม

1.3 การสร้างความภักดีในด้านการบอกต่อการท่องเที่ยวในเชิงบวกของเมืองพืชม โดยการแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวที่พืชมนั้น สร้างได้โดย การจัดระบบการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองพืชมด้วยวิธีการแนะนำพืชมผ่านทางสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line หรือ Twitter เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวคล้ายๆ เมืองพืชมอื่นๆ เช่น ถนนข้าวสารภูเก็ต เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำที่ส่งผลต่อความภักดีในสถานที่นั้นๆ เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงการให้บริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพต่อไป

2.2 ควรศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นอกเหนือจากเมืองพืชม ที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียนิยมเดินทางไป เพื่อทราบสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ตัดสินใจเลือก แล้วนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการทางการท่องเที่ยวในเมืองพืชม

2.3 ควรศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ที่กำลังนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพืชม และนำเอากรณีศึกษาจากแรงจูงใจของชาวรัสเซียนี้ ไปปรับใช้ให้นักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ประทับใจได้มากที่สุด จะทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในเมืองพืชมได้



เอกสารอ้างอิง

- กัญจน์พร ไชยคำ. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อบริการด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยบูรพา
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา. (2556). แผนการตลาดการท่องเที่ยวประจำปี 2557. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2558, จาก /www.tourismthailand.org/pattaya
- จิตภา ภัคดีผล. (2552). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยบูรพา
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2548). การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2537). การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชียงใหม่ : สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ชมรมเด็ก
- มุกธิดา อธิธรรกุล. (2554). ทศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยบูรพา
- วรรัตน์ ศิริจิรกาล. (2552). การศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพเมืองพัทยาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบวก. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิภีพิสัย
- ศุภวิทย์ เศรษฐวัฒน์. (2552). ปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวกรุงเทพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2551). ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. กภาพสินธุ์: ประสานการพิมพ์.
- สุคนธ์ สมไพโรพิทักษ์. (2554). ผลกระทบของคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์(ศศ.ม.การจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- เอกวิทย์ เกษจันทร์. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยบูรพา
- Khirin, W.; Nakpathom, P. (2013) Russian tourists' motivation, perception, and satisfaction of Pattaya. The Proceedings of 1st World Conference on Hospitality, Tourism and Event Research and International Convention and Expo Summit 2013, Bangkok, Thailand, 25th-28th May 2013 2013 pp. 210-221
- Oppermann, R. (2000). Stress, burnout and locus of control in German nurses. *International Journal of Nursing Studies*. 37 (2), 95-99.
- Raktida and Kennon. (2012). Exploring indian tourists' motivation and perception of pattaya tourism: *an international multidisciplinary journal of tourism*. Volume7 number1 spring-summer2012, pp. 61-79.
- Robin Nunkoo. (2013). *Relationship between Destination Image and Loyalty: Developing Cooperative Branding for Rural Destinations*. Department of Management. Faculty of Law and Management. University of Mauritius. Korea.
- Yoon, Y., Uysal, M. (2005). An examination of the effect of motivation and satisfaction destination loyalty *Management, Tourism Management* 26, 45-56