

แรงจูงใจที่มีผลต่อโอกาสที่จะก่อให้เกิดความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยา ประเทศไทย

Travel Motives Affecting the Possibility of Russian Tourists' Destination Loyalty at Pattaya, Thailand

วนารัตน์ บุญธรรม¹, ลินจง โพชารี²

Vanarat Boontum¹, Linjong Pocharee²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา และเปรียบเทียบ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจำนวน 400 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ Independent t test และ One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำมีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกกับโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะแรงจูงใจส่วนบุคคล ในเรื่องความชอบส่วนตัว ความจงรักภักดีต่อเมืองพัทยา ประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย นั้น โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความภักดีด้านความประทับใจหรือความชอบ และด้านการบอกต่อการท่องเที่ยวในเชิงบวกเท่ากัน ซึ่งสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียประทับใจในเมืองพัทยามากที่สุด คือระบบการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

คำสำคัญ : แรงจูงใจ, ความภักดี, นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย, พัทยา

Abstract

The purposes of this research were to study and compare the travel motives affecting the possibility of Russian tourists' destination loyalty at Pattaya, Thailand, The data were collected from Russian tourists in Pattaya city of 400 people with the questionnaires. The statistics used for data analysis were Independent t test and One-way ANOVA. The results showed that the motivation in returning of tourists has relationship and positive influence as the whole aspect at high level. The individual factor motivation was the individual need. The loyalty of Russian tourists to Pattaya, Thailand as the whole aspect for all aspects were at the high level and the tourists have the loyalty on the impression aspect or liking and by word of mouth with positive on tourism equally. However, the Russian tourists in Pattaya city most impression was the tourism management system of Pattaya city.

Keywords: Motivation, Loyalty, Russian Tourist, Pattaya

¹ นิสิตปริญญาโท, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² อาจารย์ประจำ, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Master degree student of Arts, Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University

² Lecturer, Faculty of Tourism and Hotel Management Mahasarakham University E-mail : inkgy_t@hotmail.com



บทนำ

สหพันธรัฐรัสเซียเป็นประเทศที่ใหญ่ที่สุดในโลก ครอบคลุมพื้นที่ที่สามารถอยู่อาศัยของโลกถึงหนึ่งในแปด และ รัสเซียยังเป็นชาติที่มีประชากรมากที่สุดเป็นอันดับที่ 9 ของโลก (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2557) นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียนิยมเดินทางมายังภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมากที่สุด ซึ่งพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชาวรัสเซียจำนวนมากที่สุด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556) จังหวัดชลบุรี ตั้งอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามและน่าสนใจเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ และกิจกรรมผจญภัย รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวบันเทิงสมัยใหม่ เมืองพัทยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยในปัจจุบันเมืองพัทยาคือเมืองที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยสามารถทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับ 3 ของประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา, 2556) ในปัจจุบันมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากเทศบาลเมืองพัทยาเพิ่มขึ้น โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รัสเซีย ชาวจีน เยอรมนี ไต้หวัน และอินเดีย ตามลำดับ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ซึ่งเพิ่มขึ้นมากเป็นเท่าตัว ในทุกๆ ปี นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย นิยมให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ของประเทศไทย และผู้คนมากที่สุด ตามมาด้วยความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้จากความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแรงจูงใจทางด้านกายภาพ วัฒนธรรม การศึกษา สังคม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2548) ซึ่งสิ่งทั้งหลายเหล่านี้สามารถสร้างความประทับใจหรือความชอบให้กับนักท่องเที่ยวได้ รวมไปถึงเป็นการบอกต่อการท่องเที่ยวในเชิงบวกกับญาติ เพื่อน คนสนิท ของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งถือเป็นการจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ

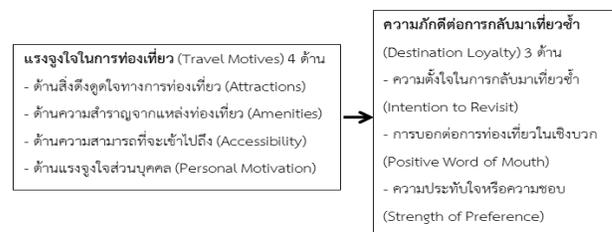
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย โดยการนำแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเข้ามาประยุกต์ใช้ให้เกิดความพึงพอใจและเป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอยู่บนพื้นฐานสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมี

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา
- 2.2 เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

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



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

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

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะแบบตัวเลือก ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำในเมืองพัทยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง และ ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ด้านการบอกต่อต่อการท่องเที่ยว และ ด้านความประทับใจหรือความชอบ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองพัทยา ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ประกอบด้วยประเด็นคำถาม 6 คำถาม

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
มีดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยว เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยวิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 และ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ

ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและการสรุปผลการดำเนินการ วิจัย ซึ่งได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99-100)

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน โดยการใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ตัวอย่าง ด้วยการวิเคราะห์ค่าสถิติ t-test การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มตัวอย่าง ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

จากผลวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาเที่ยวในพัทยาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.3 อายุส่วนมากอยู่ระหว่าง 25-34 ปี ร้อยละ 48 มีระดับการศึกษาสูงสุดอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 44.8 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง ร้อยละ 54.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 56.0 ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยครอบครัว ร้อยละ 38.5 โดยใช้ระยะเวลาที่ท่องเที่ยวในพัทยา 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 79.5 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อ 1 วันเฉลี่ย 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 49.5 มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความสำราญ ร้อยละ 49 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นครั้งแรก ร้อยละ 76.5 ดังตารางที่ 1

2. แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำของชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.9 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ซึ่งเมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า แรงจูงใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motivation) โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาได้แก่ ความสามารถที่จะเข้าไปถึง (Accessibility) โดยมีค่าเฉลี่ย 3.97 และแรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) โดยมีค่าเฉลี่ย 2.51 ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว		\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.	ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	3.91	0.73	มาก
2.	ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว	3.82	0.95	มาก
3.	ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง	3.97	0.73	มาก
4.	ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล	4.05	0.74	มาก
โดยรวม		3.94	0.57	มาก

3. ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ซึ่งเมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ความจงรักภักดี

ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ความประทับใจหรือความชอบ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมาได้แก่ การบอกต่อการท่องเที่ยวในเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 และความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน

ความภักดีของนักท่องเที่ยว		\bar{X}	S.D.	ระดับความภักดี
1.	ด้านความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ	3.87	1.04	มาก
2.	ด้านการบอกต่อการท่องเที่ยวในเชิงบวก	3.88	0.99	มาก
3.	ด้านความประทับใจหรือความชอบ	3.88	0.67	มาก
โดยรวม		3.88	0.72	มาก

4. การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ประเทศไทย ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้/เดือน/ต่อครัวเรือน ที่แตกต่างกัน พบว่า

4.1 นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำ ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75 - 4.10$) โดยนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีเพศต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำ จังหวัดขอนแก่น ในส่วนของด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว และด้านแรงจูงใจส่วนบุคคลแตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ($p = .045$ และ .024) แต่ในส่วนของด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว และด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง จะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($P > .05$)

4.2 นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจำแนกตามอายุ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำจังหวัดขอนแก่น ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75 - 4.04$) ส่วนรายข้อแตกต่างกัน 3 ข้อ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p \leq .001$) คือ

“วัฒนธรรมประวัติศาสตร์” “ชนบทธรรมชาติ” “เทศกาลวิถีชีวิต” และ “ความรื่นเริง สนุกสนาน” โดยผลการวิเคราะห์ด้วย Post Hoc Multiple Comparisons ใช้เทคนิค Scheffe พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ชนบทธรรมชาติ เทศกาล วิถีชีวิต และความรื่นเริง สนุกสนาน มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี 35-44 ปี 45-54 ปี และ 55-64 ปี

4.3 นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจำแนกตามอาชีพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำจังหวัดขอนแก่น ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75 - 4.04$) โดยนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำจังหวัดขอนแก่น ในส่วนของด้านสิ่งดึงดูด ด้านความสำราญ และด้านความสามารถเข้าถึงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ($p = .004, .021$ และ .004) แต่ในส่วนของด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล จะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจำแนกตามระดับการศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำ

เมืองพัทยา ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.75 – 4.04) โดยนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเข้าเมืองพัทยา ในส่วนของด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ด้านความสามารถเข้าถึงและด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 (p = .000, .000 และ .011) แต่ในส่วนของด้านความสำราญ จะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.5 นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเข้าเมืองพัทยา ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =

3.75 - 4.04) โดยนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเข้าเมืองพัทยา ในส่วนของด้านสิ่งดึงดูด และด้านแรงจูงใจส่วนบุคคลแตกต่างกัน ส่วนรายข้อ พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวในรายข้อแตกต่างกัน 3 ข้อ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (p ≤ .000) คือ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ขนบธรรมเนียมเทศกาล วิถีชีวิต และ ทักษะกีฬา พืชพันธุ์ และสัตว์

โดยสรุปผลการทดสอบสมมติฐานจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยืนยัน	ไม่ยืนยัน
สมมติฐานที่ 1. นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มี เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเข้าแตกต่างกัน 1.1 นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มี เพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเข้าเมืองพัทยาแตกต่างกัน 1.2 นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มี อายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเข้าเมืองพัทยาแตกต่างกัน 1.3 นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มี อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเข้าเมืองพัทยาแตกต่างกัน 1.4 นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มี ระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเข้าเมืองพัทยาแตกต่างกัน 1.5 นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเข้าเมืองพัทยาแตกต่างกัน	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	

5. ข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่ทำแบบสอบถามในเมืองพัทยา

นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาเที่ยวในเมืองพัทยา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยา ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว เมืองพัทยา ควรมีการจัดกิจกรรมแบบไทยให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ความเป็นไทย วัฒนธรรม หรือแม้กระทั่ง ถนนที่มีคนท้องถิ่นที่เป็นชาวพัทยาจริง ๆ อยู่ เพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่แบบพื้นเมือง

2. ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว เมืองพัทยาคควรมีระบบรถโดยสารหรือรถรับ - ส่งที่ทั่วถึง เบอร์โทรแท็กซี่ที่ให้บริการถึงที่ เพิ่มห้องน้ำในที่สาธารณะ มีระบบกำจัดขยะและมีพนักงานคอยจัดการเรื่องขยะตามชายหาดและตัวเมืองและให้ความสำคัญแก่สถานที่ท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3. ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง เมืองพัทยาคควจัดให้มีรถรับ - ส่งถึงชายหาด จัดทำข้อมูลน้อยเกินไปสำหรับชาวรัสเซียเกี่ยวกับภาษาหรือป้าย ควรมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับภาษารัสเซียให้กับพนักงานเพื่อการสื่อสารที่ง่ายแก่นักท่องเที่ยว

4. ควรมีระบบการจัดการความสะอาดบริเวณตัวเมืองและชายหาดเพิ่มขึ้น ป้ายบอกทางภาษารัสเซีย มีการนำเสนอ โฆษน์ หรือสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี ให้ศึกษามากขึ้น

5. ควรปรับปรุงหาดทรายให้มีเสน่ห์เพิ่มขึ้น รักษาความสะอาดมากหาดทรายและพื้นที่เมืองพัทยามากขึ้น มีการเดินทางที่สะดวก มีเส้นทางปั่นจักรยานบนทางเท้า พนักงานสามารถสื่อสารภาษารัสเซียได้ เพิ่มพื้นที่ใช้อินเทอร์เน็ตและสัญญาณมากขึ้น และเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวให้มากและเข้มงวดเพื่อความปลอดภัยและสบายใจแก่นักท่องเที่ยว



อภิปรายผล

ผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะแรงจูงใจส่วนบุคคล ในเรื่องความชอบส่วนตัว ซึ่ง Qu, Kim และ Im (2011 : 465-476) มีความคิดเห็นตรงกันว่าความชอบส่วนบุคคลในตราสินค้าของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำ นอกจากนี้ วีรวรรณ คำชาย (2554) ยังกล่าวอีกว่า ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาจะเกิดได้ขึ้นขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ในใจของนักท่องเที่ยว ประกอบกับการทำส่วนผสมทางการตลาดบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยทางอ้อมอีกอย่างหนึ่งที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการจดจำแบรนด์ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยาได้

2. ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียต่อเมืองพัทยา โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความภักดีด้านความประทับใจหรือความชอบในระบบการจัดการการท่องเที่ยวของเทศบาลพัทยา ทรัพยากรการท่องเที่ยวของพัทยา เช่น ที่พัก วัฒนธรรมประเพณี อาหารท้องถิ่น สินค้าพื้นเมือง กิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งตรงกับผลการวิจัยของ เอกวิทย์ เกษจันทร์ (2555) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระบบการจัดการด้านความปลอดภัยมากที่สุด

3. นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำเมืองพัทยาต่างกัน เนื่องจาก นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียแต่ละช่วงอายุมีความชอบในราคาที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการว่าเหมาะสมกับราคา หรือความสะดวกสบาย สอดคล้องกับงานวิจัยของนิภาพร ปาวพรม (2556) และวิภารัตน์ แข็งขัน (2551) พบว่า ปัจจัยด้านประชากร ศาสตร์ของนักท่องเที่ยว อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซ้ำแตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มี สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึง และด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาในเมืองพัทวิทยามีความคาดหวังคล้ายคลึงกัน คือ ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Raktida Siri และ Lisa Kennon (2013) และ Khirin และ Nakpathom (2013) ที่พบว่า ความสนุกสนานของกิจกรรมที่หลากหลายเป็นสิ่งจูงใจให้นัก

ท่องเที่ยวเดินทางมายังเมืองพัทยา โดยสถานภาพไม่ใช่อุปสรรคในการท่องเที่ยวเมืองพัทยาได้เลย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองพัทยา ต้องเน้นในด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล โดยเฉพาะเรื่องความชอบส่วนตัวของนักท่องเที่ยวเอง เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวมาเมืองพัทยาแล้ว สามารถพัฒนาตนเองในด้านความรู้ และทักษะใหม่ๆ เป็นการหาประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อนำมาสำหรับนักท่องเที่ยวด้วย ส่วนการสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซ้ำด้านความสามารถที่จะเข้าไปถึงของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย เมืองพัทยาต้องเน้นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย ประหยัด และมีความปลอดภัย เช่น เส้นทางคมนาคมในเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเลือกเดินทางได้หลากหลายเส้นทางไม่จำเป็นต้องใช้บริการบริษัทนำเที่ยวอย่างเดียว เป็นการเสนอแนวทางในการประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้ แต่การเดินทางที่จัดขึ้นมานั้นต้องมีมาตรฐานในเรื่องความปลอดภัย ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ตรวจตราอยู่เสมอบนเรือและกลางคืน มีจุดให้บริการนักท่องเที่ยวทั่วถึง เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

1.2 การสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ต้องเน้นให้เกิดความประทับใจหรือความชอบ จากบรรยากาศธรรมชาติ วิถีชีวิตของชุมชนในเมืองพัทยา รวมไปถึงการพัฒนากระบวนการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาด้วย เช่น ที่พัก วัฒนธรรม ประเพณี อาหารท้องถิ่น สินค้าพื้นเมือง กิจกรรมการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความหลากหลายและมาตรฐานด้วย นอกจากนี้การสร้างความปลอดภัยก็มีส่วนสำคัญ ซึ่งสร้างได้จากอัยยาศัยไมตรีของคนในเมืองพัทยา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวคล้ายๆ เมืองพัทยาดูอื่น ๆ เช่น ถนนข้าวสาร ภูเก็ต เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำที่ส่งผลต่อความภักดีในสถานที่นั้นๆ เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงการให้บริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพต่อไป

2.2 ควรศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นอกเหนือจากเมืองพัทยา ที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียนิยมเดินทางไป เพื่อทราบสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ตัดสินใจเลือก แล้วนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการทางการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา



2.3 ควรศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาตินั้นๆ ที่กำลังนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และนำเอากรณีศึกษาจากแรงจูงใจของชาวรัสเซียนี้ ไปปรับใช้ให้นักท่องเที่ยวชาตินั้นๆ ประทับใจได้มากที่สุด จะทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในเมืองพัทยาได้

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *สหพันธรัฐรัสเซีย*. สืบค้นเมื่อ 1 กย. กันยายน 2557, จาก marketingdatabase.tat.or.th
- จิตาภา ภักดีผล. (2552). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา*. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยบูรพา
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2548). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร : คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น
- พิมพ์ ศรีรุ่งเรือง และ เยาวลักษณ์ พรหมายน (2550) *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่าง ชาตินับปัจจัยก่ออันให้เกิดอาชญากรรม*. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยนเรศวร
- วรรณ ศิริจิรกาล. (2552). *การศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพเมืองพัทยาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบวก*. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วีรวัดณ์ คำชาย. (2554). *รูปแบบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา*. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
- ศุภวิทย์ เศรษฐวัฒน์. (2552). *ปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวกรุงเทพ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์