องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน : กรณีศึกษาเขตธนบุรี

รุ่งรัตน์ วรรณะอยู่

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ)
คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
2563

องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน : กรณีศึกษาเขตธนบุรี

รุ่งรัตน์ วรรณะอยู่

คณะการจัดการการท่องเที่ยว

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ)

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภิรานนท์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เจริญชัย เอกมาไพศาล)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรรษิดา บุญญาณเมธาพร)

..... คณบดี
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

_____/_____/_____

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน : กรณีศึกษาเขตธนบุรี
ชื่อผู้เขียน	นางสาวรุ่งรัตน์ วรรณะอยู่
ชื่อปริญญา	การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ)
ปีการศึกษา	2563

ปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการยกระดับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยนั้นการท่องเที่ยวโดยจักรยานจึงถือเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มุ่งเน้นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองจากท้องถิ่นที่มีความแตกต่าง และจากความโดดเด่นในแง่เมืองท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เขตธนบุรีจึงถือเป็นสถานที่ที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในฐานะที่ตั้งเมืองหลวงเก่า มีแหล่งท่องเที่ยวและโบราณสถานมากมาย เป็นพื้นที่เชื่อมต่อฝั่งพระนครกับฝั่งธนบุรีสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวมายังฝั่งธนบุรีได้ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยาน เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวโดยจักรยาน และแสดงถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 466 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เครื่องมือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่ง (First order confirmatory factor analysis) และอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis) และผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยานมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยผ่านตัวแปรคั่นกลางคือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

ABSTRACT

Title of Thesis	Bicycle Tourism Elements and Satisfaction That Affect The Behavioral Intention of Foreign Tourists In Cycling Tourism: A Case Study of Thonburi District
Author	Rungrat Wannayu
Degree	Master of Management (Integrated Tourism and Hospitality Management)
Year	2020

Nowadays, many countries give priorities to infrastructure development and tourism activities development to increase tourism destinations' capacity which is important for choosing a place to travel. In Thailand, cycling tourism is a choice of tourism activity that fulfills tourists' demand especially foreign tourists who are interesting in local identities such as Bangkok and former capital, Thonburi. Thonburi was a capital which has many places to visit that will spread the numbers of tourists by cycling. The purposes of this research are studying the importance of cycling tourism's elements and satisfaction of foreign tourists' behavioral intention by analyzing elements to promote cycling tourism and perform the influence of tourism destinations by 466 foreign tourists who traveled by cycling with survey. The tool of statistical analyzing is Structural Equation Modeling: SEM that analyzes First-order confirmatory factor and Second-order confirmatory factor. This study found that the elements of cycling tourism effect to behavioral intention by foreign tourists who traveled by

cycling satisfaction in Thonburi District, Bangkok.

Important words: cycling tourism, elements of cycling tourism, Tourists' satisfaction, Behavioral Intention

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณทุกหน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยจักรยาน ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกท่านที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ เอื้อต่อการทำงานวิจัยและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และขอมอบความกตัญญูกตเวทิตาคุณ แด่บิดามารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียว และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

รุ่งรัตน์ วรรณะอยู่

กันยายน 2563

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ ..... ก

ABSTRACT ..... ข

กิตติกรรมประกาศ ..... ง

สารบัญ ..... จ

สารบัญตาราง ..... ซ

สารบัญภาพ ..... ฌ

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ 1

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย 6

1.3 ขอบเขตการศึกษา 6

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 11

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ 11

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 13

2.1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน 14

2.1.1 ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว 14

2.1.2 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 19

2.1.3 การท่องเที่ยวโดยจักรยาน 22

2.1.4 องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน 24

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 29

2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ 29

2.2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 31

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม 34
2.3.1 ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ 37
2.3.2 การแนะนำบอกต่อ (Word of Mouth) 38
2.3.3 ความประทับใจหรือความชอบ (Strength of Preference) 39
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 41
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย 59
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย 60
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการ 61
3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย 61
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 63
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 64
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 69
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 70
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 73
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 73
4.1.1 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ 73
4.1.2 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร 74
4.1.3 สัญลักษณ์โมเดล 74
4.2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 75
4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Fator Analysis: CFA) 77
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ 88
5.1 สรุปผลการวิจัย 89
5.1.1 สรุปผลข้อมูลทั่วไปและลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 89
5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน 89

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง 90
5.2 อภิปรายผลการวิจัย 91
5.3 ข้อเสนอแนะ 93
5.3.1 ข้อเสนอแนะผลการวิจัยจากตัวแปร 93
5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 94
5.3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 95
บรรณานุกรม 96
ภาคผนวก 105
ภาคผนวก ก 105
ภาคผนวก ข 109
ภาคผนวก ค 111
ประวัติผู้เขียน 137

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1 ข้อมูลแนวโน้มจำนวนการปั่นจักรยานที่เพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2558-2561 3

ตารางที่ 2.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 33

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 41

ตารางที่ 3.1 ตารางกำหนดพฤติกรรมที่ต้องการวัด จำนวนข้อคำถาม และแหล่งอ้างอิงข้อมูล 66

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ 76

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง 78

ตารางที่ 4.3 ผลประเมินความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง 82

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง 83

ตารางที่ 4.5 ผลประเมินความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง 85

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบัค (Cronbach's alpha) เมทริกซ์สหสัมพันธ์ และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ 86

ตารางที่ 4.7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 87

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 แสดงลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2

ภาพที่ 1.2 แผนที่เขตธนบุรี 7

ภาพที่ 2.1 10 อันดับประเทศที่ใช้จักรยานมากที่สุด. 23

ภาพที่ 2.2 The hierarchy of determinants of the attractiveness of Taiwan as a bicycle tourism destination. 27

ภาพที่ 2.3 กระบวนการหมุนเวียนของความพอใจ 31

ภาพที่ 2.4 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน The theory of planed behavior 35

ภาพที่ 3.1 องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของโมเดล ตัวบ่งชี้องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน 62

ภาพที่ 3.2 องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของโมเดล ตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 62

ภาพที่ 3.3 องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของโมเดล ตัวบ่งชี้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 63

ภาพที่ 4.1 แบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงอันดับที่หนึ่ง (First Order Measurement Model) องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน (ELE) 81

ภาพที่ 4.2 แบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงอันดับที่หนึ่ง (First Order Measurement Model) องค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยาน (SAT) 81

ภาพที่ 4.3 แบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงอันดับที่หนึ่ง (First Order Measurement Model) องค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยาน (BI) 82

ภาพที่ 4.4 แบบจำลองการวัดการวัดตัวแปรแฝงอันดับที่สอง (Second Order Measurement Model) องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน (ELE) ความพึงพอใจ (SAT) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (BI) 85

ภาพที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่ส่งผลต่อ 87

บทที่ 1

บทนำ

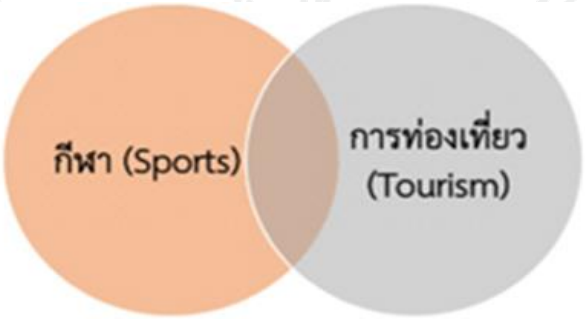
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปัจจุบันการเดินทางโดยจักรยาน คือรูปแบบการเดินทางโดยไม่ใช้เครื่องยนต์ที่กำลังได้รับความนิยมในทุกพื้นที่ ทั้งเมืองใหญ่ต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาคมีผู้ใช้จักรยานเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง หลายประเทศทั่วโลกหันมาใส่ใจเรื่องการรณรงค์การใช้จักรยาน โดยปัจจัยที่ทำให้คนใช้จักรยานมากที่สุด มาจากมาตรการของรัฐบาลในการสนับสนุนส่งเสริมให้ประชากรปั่นจักรยาน อาทิเช่น ในทวีปยุโรป ประเทศเดนมาร์กควบคุมความเร็วรถยนต์ที่วิ่งในเมืองหลวงให้ไม่ต่างจากการปั่นจักรยาน (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2014) ประเทศเนเธอร์แลนด์มีเส้นทางจักรยานทั้งที่อยู่ในเมือง และเส้นทางจักรยานสำหรับปั่นท่องเที่ยวในเขตนอกเมืองรวมทั้งสิ้นเป็นระยะทาง 35,000 กิโลเมตร (กฤษณุ ทิพย์น้อย, 2560) เป็นต้น และอีกหลายประเทศที่ให้ความใส่ใจในการสร้างและเพิ่มเส้นทางสำหรับจักรยานมากขึ้น ทั้งนี้เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2559 ได้มีการจัดประชุมจักรยานโลก หรือ Velo-city Global 2016 ที่เมืองไทเป ประเทศไต้หวัน ซึ่งเป็นครั้งแรกของทวีปเอเชีย ในการจัดประชุมจักรยานโลก ด้วยจำนวนผู้เข้าร่วมกว่า 1,000 คน จาก 43 ประเทศ (กวิน ชุติมา, 2016) ถือเป็นการประชุมระดับนานาชาติที่มีผู้สนใจเข้าร่วมมากที่สุดที่จัดนอกทวีปยุโรป และเป็นงานที่ใหญ่ที่สุดในโลกสำหรับอุตสาหกรรมจักรยาน ที่เปิดให้เห็นมุมมองด้านลึกที่ไม่ซ้ำแบบใครต่ออนาคตของการใช้จักรยาน โดยเฉพาะกับตลาดจักรยานในทวีปเอเชีย

การเปลี่ยนแปลงสภาวะแวดล้อมของโลก ทำให้เกิดกระแสโลกสีเขียวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมขึ้น ซึ่งกระแสนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลก การเดินทางท่องเที่ยวด้วยจักรยาน จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัยและรักษาสิ่งแวดล้อม เพราะจักรยานเป็นพาหนะที่ไม่สร้างมลภาวะ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่ส่งเสียงดัง มีระบบกลไกที่ไม่ซับซ้อน และเข้าถึงได้ทุกสภาพพื้นที่โดยไม่ต้องใช้เชื้อเพลิง และถือเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทอนุรักษ์ธรรมชาติที่ดีอีกอย่างหนึ่ง (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2558) เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะสามารถสัมผัสกับธรรมชาติรอบข้างได้อย่างใกล้ชิด และซึมซับวิถีชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่ขณะปั่นจักรยานผ่านไปในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งที่ได้สัมผัสเรียนรู้จะมี

ความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะยานยนต์อื่น ๆ (หนังสือพิมพ์บ้านเมือหนง, 2558) ทำให้ได้ประโยชน์ทั้งจากการออกกำลังกายและการท่องเที่ยวไปพร้อม ๆ กัน

สำหรับในประเทศไทยการส่งเสริม และการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ถือเป็นประเด็นที่สำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ในเรื่องของการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพให้เติบโต สนับสนุนภาคการผลิตเน้นการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ และศักยภาพของพื้นที่ รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาให้ครอบคลุมทุกมิติ และครบวงจรทั้งการผลิตและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Office of the Nation Economic and Social Development Council, 2017) จนเป็นที่มาของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (2561 - 2564) ที่มีแนวคิดหลักในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559) ภายใต้เงื่อนไขสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ หนึ่งในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกในปัจจุบัน และเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายการเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค จึงมีการสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ได้



ภาพที่ 1.1 *แสดง*ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

แหล่งที่มา: โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา, โดย Tom Hinch & James Higham, Aspects of Tourism: Sport Tourism and Development (2011, อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) จึงเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เป็นการนำเอากีฬามาเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้กิจกรรมทางการกีฬาก้าวขึ้นมาเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว ที่มีจุดประสงค์หลัก คือกีฬาที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อชมมหกรรมการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ หรือเดินทางมาเพื่อเล่นกีฬาที่ชื่นชอบ โดยใช้พื้นที่ที่มีลักษณะธรรมชาติ และพื้นที่ที่สร้างขึ้นสำหรับกีฬาชนิดนั้น ๆ เป็นตัวกำหนดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเดินทางมาเพื่อเล่นกีฬา เช่น กีฬากอล์ฟ ดำน้ำ พายเรือ รวมถึงการปั่นจักรยาน (Ministry of Tourism and Sport, 2016) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยม และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะหลังจากที่มีการจัดกิจกรรม Bike For Mom และ Bike For Dad ที่ทำให้การปั่นจักรยานในประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว (สรนันท์ การเจริญดี และพรพรรณ ประจักษ์เนตร, 2559) ซึ่งที่ผ่านมาในปี 2557 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว มากถึง 320,000 คน สร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวกว่า 1,100 ล้านบาท โดยในจำนวนนี้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวมากถึง 35,000 คน หรือคิดเป็น 11% ของจำนวนนักท่องเที่ยวด้วยจักรยานทั้งหมด สามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มประเทศต่างๆ ดังนี้ 1. Europe Zone ได้แก่ เนเธอร์แลนด์, เยอรมัน, สวิสเซอร์แลนด์, อังกฤษ 2. Asia Zone ได้แก่ จีน, ญี่ปุ่น, ไต้หวัน ซึ่งถือเป็นตลาดมีศักยภาพ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง 3. AEC Zone ได้แก่ มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, สิงค์โปร์ ซึ่งสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวกว่า 150 ล้านบาท (MGR Online, 2558) ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 ข้อมูลแนวโน้มจำนวนการปั่นจักรยานที่เพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2558-2561

ปี พ.ศ.	**จำนวนการปั่นจักรยานในประเทศไทย**	**จำนวนการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย**	**รายได้จากการท่องเที่ยวโดยจักรยาน**
2558	3 ล้านคน	400,000 คน	1,350 ล้านบาท
2559	4 ล้านคน	450,000 คน	1,500 ล้านบาท
2560	4.2 ล้านคน	470,000 คน	1,700 ล้านบาท
2561	4.5 ล้านคน	500,000 คน	2,000 ล้านบาท

แหล่งที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558. และPositioningmag, 2559.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นศักยภาพในการใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงของกลุ่มผู้ปั่นจักรยาน จึงมีนโยบายการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว และกีฬา (Sport Tourism) มีการวางแผนเปิดตัวเส้นทางท่องเที่ยวด้วยจักรยานในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวทางจักรยานให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการสร้างทางสำหรับจักรยานควบคู่ไปกับทางสำหรับรถยนต์ ทั้งในเขตเมืองใหญ่ ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร และเมืองท่องเที่ยวไปจนถึงเมืองขนาดเล็กทั่วประเทศ มีการจัดกิจกรรมการแข่งขันปั่นจักรยานท่องเที่ยวในเส้นทางต่าง ๆ ทั้งระยะใกล้และระยะไกลทั่วประเทศมากขึ้นด้วย จนเกิดเป็นกระแสการท่องเที่ยวปั่นจักรยานอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเชิงลึกที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 จนถึงปัจจุบัน ข้อมูลเบื้องต้นจากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (FIT) ซึ่งเกินกว่าครึ่งเคยเดินทางมาประเทศไทยแล้ว ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะกระจายตัวอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นอันดับหนึ่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

กรุงเทพมหานครเมืองหลวงของประเทศไทย ได้รับการจัดอันดับเมืองยอดนิยมอันดับหนึ่งที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในปี 2016 (Travel M Thai, 2016), สุดยอดเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ 1 ของเอเชีย ประจำปี 2017 (Tourism Authority of Thailand, 2017) และการเป็นเมืองที่คุ้มค่าที่สุดของโลกในการเดินทางท่องเที่ยว (BBC ไทย, 2017) ปัจจัยที่สำคัญที่ได้รับการคัดเลือก คือ สถานที่และทัศนียภาพที่สวยงาม เอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คน และความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่าย รวมถึงเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ที่มีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่หลากหลาย เนื่องจากมีสถานที่และกิจกรรมที่เกี่ยวกับกีฬาเป็นจำนวนมาก จากความโดดเด่นในแง่ของการท่องเที่ยว กิจกรรมที่ได้รับความนิยมในหมู่ของนักท่องเที่ยวคือ การปั่นจักรยานชมเมือง โดยการท่องเที่ยวปั่นจักรยานได้ถูกกล่าวถึงจากสำนักข่าวซีเอ็นเอ็นว่าเป็นหนึ่งใน 50 กิจกรรมที่ทำให้กรุงเทพมหานครถูกจัดอันดับเป็นมหานครที่ยิ่งใหญ่ที่หนึ่งแห่งปี พ.ศ. 2560 (Jorgensen, 2017) รวมถึงการจัดพื้นที่สำหรับให้ปั่นจักรยานในเขตกรุงเทพมหานคร (Walker, 2014) ที่ได้รับการส่งเสริมจากการทองเที่ยวแหงประเทศไทยในการสนับสนุนด้านเสนทางปนจักรยาน เช่น เส้นทางปั่นจักรยานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ เส้นทางปั่นจักรยานเยาวราช เส้นทางปั่นจักรยานบางกระเจ้า (Ministry of Tourism and Sport, 2016) ซึ่งหากพิจารณาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพมหานครแล้วนั้น เขตธนบุรีถือเป็นสถานที่ที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในฐานะที่ตั้งเมืองหลวงเก่า พร้อมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชาติ และศิลปวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า มีแหล่งท่องเที่ยวและโบราณสถานมากมาย (Thonburi District office, 2012) ตลอดจนวัฒนธรรม ศาสนา วิถีชีวิต และอาหาร จนได้รับการ

ขนานนามว่าเป็น “เมืองมรดกทางวัฒนธรรม สามศาสนา สี่ความเชื่อ” อีกทั้งยังเป็นพื้นที่เชื่อมต่อฝั่งพระนครกับฝั่งธนบุรีซึ่งสามารถเป็นจุดเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวมายังฝั่งธนบุรีได้ ซึ่งการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกทางเลือกหนึ่งที่จะสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตธนบุรี เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และเพื่อเพิ่มมิติทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่หลากหลาย เนื่องจากองค์ประกอบทางด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ และความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวโดยการใช้จักรยาน ซึ่งเห็นได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาปั่นจักรยานท่องเที่ยวด้วยตนเอง และกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวจักรยาน ซึ่งส่วนมากจะกระจุกตัวอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางปั่นจักรยานในบริเวณฝั่งพระนครโดยฝั่งธนบุรีจะเป็นเพียงแหล่งท่องเที่ยวที่แวะระหว่างทางเท่านั้น สำหรับการศึกษาการท่องเที่ยวปั่นจักรยานในประเทศไทยได้เริ่มต้นในหลายมิติ โดยมาจากการหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวปั่นจักรยานให้เหมาะสมกับพื้นที่ ทั้งแนวทางการพัฒนา การจัดการกิจกรรมจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (ธนพล แก้ววงษ์, 2552) การจัดเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตลิ่งชันให้เป็นเส้นทางจักรยานและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (พณกฤษ อุดมกิตติ, 2556) ซึ่งประเด็นการศึกษาส่วนใหญ่ได้มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่เพื่อกำหนดให้เป็นเส้นทางจักรยานและการศึกษาเพื่อสำรวจความพร้อมของพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และส่วนมากทำการศึกษากับนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งมีความคุ้นชินกับเส้นทางและสภาพแวดล้อม รวมถึงการศึกษาทางด้านการท่องเที่ยวปั่นจักรยานยังไม่เป็นที่นิยม จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาการท่องเที่ยวปั่นจักรยานในมิติอื่น ๆ เพิ่มเติม ซึ่งที่ผ่านมาและในปัจจุบัน การปั่นจักรยาน ได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอีกด้วย แต่ในทางกลับกันนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวปั่นจักรยานยังขาดการส่งเสริม สนับสนุนและการรณรงค์การท่องเที่ยวปั่นจักรยานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงพื้นที่ที่เปิดเป็นเส้นทางจักรยานก็ไม่ได้รับการพัฒนาและและดูแล ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยการปั่นจักรยานในพื้นที่เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่จะแสดงถึงศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ที่มีอิทธิพล และส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อจะสามารถเป็นแนวทางส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวด้วยจักรยานในพื้นเขตธนบุรีให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานเอกชนในการนำผลจากการวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาต่อยอดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยรูปแบบการปั่นจักรยานที่เหมาะสมและเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในขั้นต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยขององค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานในเขตธนบุรี และความพึงพอใจที่มีอิทธิพล และส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รูปแบบการปั่นจักรยานท่องเที่ยวในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานให้สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รูปแบบการปั่นจักรยานท่องเที่ยวในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.ด้านพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยจักรยาน ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้ (Thonburi District office, 2012)

พื้นที่การปกครอง

เขตธนบุรีมีพื้นที่ทั้งหมด 8,551 ตารางกิโลเมตร แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 7 แขวง ได้แก่

1. แขวงกัลยาณ์ พื้นที่ 0.785 ตารางกิโลเมตร
2. แขวงหิรัญรูจี พื้นที่ 0.691 ตารางกิโลเมตร
3. แขวงบางยี่เรือพื้นที่ 1.523 ตารางกิโลเมตร
4. แขวงตลาดพลูพื้นที่ 1.823 ตารางกิโลเมตร
5. แขวงบุคคโล พื้นที่ 1.21 ตารางกิโลเมตร
6. แขวงสำเหร่พื้นที่ 1.23 ตารางกิโลเมตร
7. แขวงดาวคนอง พื้นที่ 1.289 ตารางกิโลเมตร

อาณาเขต เขตธนบุรีมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ จรดคลองบางกอกใหญ่ติดต่อกับเขตบางกอกใหญ่และติดแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตรงข้ามคือเขตพระนคร

ทิศตะวันออก จรดคลองบางไส้ไก่และถนนประชาธิปกติดต่อกับเขตคลองสาน

ทิศตะวันตกจรดคลองบางสะแกคลองวัดใหม่ยายนุ้ยคลองบางหลวงติดต่อกับเขตจอมทองและเขตภาษีเจริญ

ทิศใต้ จรดคลองดาวคนองและแม่น้ำเจ้าพระยาติดต่อกับเขตราษฎร์บูรณะ

สะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยามี 4 สะพาน คือ

1. สะพานพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก
2. สะพานพระปกเกล้า
3. สะพานกรุงเทพฯ
4. สะพานพระราม 3

ภาพที่ 1.2 แผนที่เขตธนบุรี

แหล่งที่มา: ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม, 2560

ถนนสายหลักมี 12 สายคือ

1. ถนนสมเด็จพระเจ้าตากสินระยะทาง 3755.00 เมตร
2. ถนนเทอดไทระยะทาง 2465.00 เมตร
3. ถนนเจริญนครระยะทาง 1981.00 เมตร
4. ถนนรัชดาภิเษกระยะทาง 1715.50 เมตร
5. ถนนประชาธิปกระยะทาง 1229.00 เมตร
6. ถนนวุฒากาศระยะทาง 1155.00 เมตร
7. ถนนอรุณอมรินทร์ ระยะทาง 900.00 เมตร

8. ถนนอิสรภาพระยะทาง 886.00 เมตร
9. ถนนอินทรพิทักษ์ระยะทาง 781.30 เมตร
10. ถนนมไหศวรรย์ระยะทาง 304.00 เมตร
11. ถนนกรุงธนบุรีระยะทาง 250.00 เมตร
12. ถนนราชพฤกษ์อยู่ในความรับผิดชอบของกรมทางหลวงชนบท

ถนนสายรองมี 2 สาย คือ

1. ถนนเทศบาลสาย 1
2. ถนนเทศบาลสาย 2

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

'ธนบุรี' หรือที่เรียกขานกันว่า 'ฝั่งธนฯ' ในปัจจุบัน คือที่ตั้งเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งของเมืองหลวงที่ถูกลดทอนความสำคัญลงไป ซึ่งเป็นพื้นที่อีกฝั่งหนึ่งของแม่น้ำเจ้าพระยา แต่ถึงแม้ไม่ใช่ที่ตั้งของสถานที่สำคัญมากมายเท่ากับฝั่งพระนคร ไม่ใช่ย่านธุรกิจที่มีสำนักงานของบริษัทนานาชาติตั้งรากฐานกันอย่างหนาแน่น แต่ฝั่งธนบุรีก็ยังเป็นย่านที่น่าสนใจและทวีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะศักยภาพในการรองรับการขยายตัวของเมืองที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง เป็นที่ทราบกันดีว่าฝั่งธนบุรีมีของดี และสถานที่ที่น่าสนใจมากมายที่หาไม่ได้ในฝั่งพระนคร โดยเฉพาะของดีในอดีตที่ยังคงสืบเนื่องมาถึงปัจจุบัน นับเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ยากจะหาย่านใดเสมอเหมือน (เกริก บุณยโยธิน, 2559) และเนื่องจากพื้นที่เขตธนบุรีนั้นเป็นพื้นที่แห่งประวัติศาสตร์เก่าแก่มากกว่า 200 ปี และเป็นราชธานีเป็นเวลา 15 ปี จึงเป็นแหล่งรวมวัฒนธรรม แหล่งศิลปะต่าง ๆ ที่มีความสำคัญและมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจในความหลากหลายของวัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะด้านต่าง ๆ ทั้งสถาปัตยกรรม จิตรกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่สมควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ประสานวัฒนธรรมในพื้นที่ของเขตธนบุรี ทั้งนี้ทางกรุงเทพมหานครได้จัดทำเส้นทางจักรยานเลียบแม่น้ำเจ้าพระยาในฝั่งธนบุรีขึ้น โดยเส้นทางจักรยานนี้เป็นเส้นทางที่สามารถเชื่อมต่อจากฝั่งพระนคร ที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเดินทางจากฝั่งพระนคร เพื่อมาแหล่งท่องเที่ยวในเขตธนบุรี เริ่มต้นที่บริเวณใต้สะพานพุทธในฝั่งธนบุรี ปั่นบนเส้นทางจักรยานเลียบแม่น้ำเจ้าพระยา จะสามารถผ่านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ ในเขตธนบุรีได้

ส่วนขอบเขตในเชิงพื้นที่ที่ศึกษานั้น งานวิจัยนี้สนใจศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะในพื้นที่เขตธนบุรี ที่เป็นเส้นทางท่องเที่ยวจักรยานซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และได้รับการส่งเสริมให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี ซึ่งได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

ชุนชนกุฎีจีน เป็นชุมชนเก่าแก่ตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี ในอดีตเคยเป็นที่อาศัยของชาวไทย จีน โปรตุเกส ที่แตกสลายจากสงครามกรุงศรีอยุธยา ที่นี่จึงกลายเป็นชุมชนที่ผสมผสานวัฒนธรรมและ

ความเชื่อหลากหลาย โดยมีคนอยู่ร่วมกันถึง 3 ศาสนา คือ พุทธ คริสต์ และอิสลาม ภายในชุมชนในปัจจุบันเป็นแหล่งปั่นจักรยานที่ได้รับความนิยม มีเส้นทางจักรยานภายในชุมชน และมีร้านของฝากที่ขึ้นชื่อ คือขนมฝรั่งกุฎีจีน ที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนโดยเฉพาะ

ศาลเจ้าเกียนอันกง (ศาลเจ้าแม่กวนอิม) ได้รับรางวัลอนุรักษ์ศิลปะสถาปัตยกรรมดีเด่นประจำปี 2551 ประเภทปูชนียสถานและวัดวาอารามจากสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ เต็มไปด้วยผลงานศิลปะอันวิจิตรบรรจงจากฝีมือช่างในอดีตซึ่งอยู่ติดกับย่านชุมชนชนกุฎีจีนสามารถปั่นจักรยานเลียบทางจักรยานริมแม่น้ำเจ้าพระยาได้

วัดกัลยาณมิตร ตั้งอยู่ที่ปากคลองบางกอกใหญ่ (ฝั่งใต้) หน้าวัดติดแม่น้ำเจ้าพระยา ตั้งอยู่บนถนนเทศบาลสายหนึ่ง แขวงกัลยาณ์ เขตธนบุรี วัดกัลยาณมิตรเป็นพระอารามหลวงชั้นโท พระยาราชสุภาวดี เจ้ากรมพระสุรัสวดีกลางได้อุทิศบ้านเรือน และซื้อที่ดินสร้างวัดขึ้นในปีระกา จ.ศ. 1187 ตรงกับ พ.ศ. 2368 ถวายเป็นพระอารามหลวงพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พระราชทานนามอันเป็นสิริมงคลว่า "วัดกัลยาณมิตร" พระวิหารหลวงที่สูงใหญ่ที่สุดในวัด ซึ่งพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงสร้างพระราชทานในพ.ศ. 2380 เป็นที่ประดิษฐานพระประทานนามว่า "พระพุทธไตรรัตนนายก" ส่วนหอระฆังจะมีระฆังใบใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและภายในพระอุโบสถมีภาพจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงามมาก

มัสยิดบางหลวงหรือกุฎีขาว สร้างขึ้นมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 มีการออกแบบเป็นอาคารทรงไทย ซึ่งถือเป็นแห่งเดียวในโลก และมัสยิดบางหลวง หรือกุฎีขาวนับเป็นศาสนสถานที่กองการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร จัดให้เป็นเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภท Unseen in Bangkok

วัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหารหรือวัดแจ้ง เป็นวัดที่สวยโดดเด่นเริมน้ำเจ้าพระยา มีพระปรางค์ที่สูงที่สุดในประเทศไทยอีกหนึ่งสัญลักษณ์งามตาของกรุงเทพมหานครฯ แหล่งรวมงานศิลป์ชั้นเอกสมัยต้นรัตนโกสินทร์ ศิลปะที่โดดเด่น คือ การประดับองค์พระปรางค์ด้วยกระเบื้องเคลือบและเครื่องถ้วยชามเบญจรงค์ที่นำเข้าจากเมืองจีน รูปแบบศิลปะที่รัชกาลที่ 3 ทรงนิยม หรือที่เรียกว่า ศิลปะพระราชนิยม ในสมัยกรุงธนบุรีเป็นราชธานีถือกันว่าวัดแจ้งเป็นวัดคู่บ้านคู่เมือง เนื่องจากเป็นวัดที่ประดิษฐานพระแก้วมรกต และพระบาง อีกทั้งเป็นวัดที่อยู่ในเขตพระราชวังเดิม สามารถปั่นจักรยานเข้าไปถึงบริเวณลานวัดริมแม่น้ำ

โบสถ์ซางตาครู้ส เป็นโบสถ์ในศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก มีมาตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี รูปแบบการก่อสร้างได้รับอิทธิพลมาจากสถาปัตยกรรมแบบเรอเนซองส์และนีโอคลาสสิกสวยงามทั้งภายนอกและภายใน

วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร ตั้งอยู่ที่ถนนประชาธิปกแขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี ด้านหน้าติดกับสะพานพระพุทธยอดฟ้าฝั่งธนบุรี เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดวรวิหาร ฝ่ายมหานิกายผู้สร้าง

วัดนี้คือสมเด็จเจ้าพระยาบรมมหาประยุรวงศ์ (ดิศ บุนนาค) ในรัชกาลที่3 ได้พระราชทานนามว่า วัดประยุรวงศาวาส นอกจากนี้ชาวบ้านนิยมเรียกวัดนี้ว่า วัดรั้วเหล็ก

วัดราชคฤห์วรวิหาร ตั้งอยู่ที่ถนนเทอดไทย แขวงบางยี่เรือเขตธนบุรีเป็นพระอารามหลวงชั้นตรีชนิดวรวิหารฝ่ายมหานิกายเป็นวัดโบราณ สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรี อยุธยาตอนปลายโดยนายกองมอญ ที่อพยพเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร และตั้งบ้านเรือนอยู่ในแขวงบางยี่เรือ เมื่อสร้างเสร็จแล้วมีชื่อเรียกตามสถานที่ตั้งว่าวัดบางยี่เรือ ในบางครั้งก็เรียกว่า วัดบางยี่เรือมอญ หรือวัดมอญ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรี ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะเป็นอารามหลวง พระราชทานนามว่าวัดราชคฤห์ และเจ้าพระยาพระคลัง (หน) เสนาบดีกรมท่า ในขณะนั้นได้สร้างเขามอ ประดับด้วยหินทะเลบนยอดเขาสร้างมณฑปจัตุรมุข เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธบาทจำลองสร้างพระสถูปและนำพระบรมธาตุมาบรรจุไว้

พระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช (วงเวียนใหญ่) ประดิษฐานอยู่กึ่งกลางวงเวียนใหญ่ โดยศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี เป็นผู้ปั้นพระบรมมารูปในลักษณะทรงม้าแล้วเสร็จ เมื่อเดือนสิงหาคมพ.ศ. 2494 ประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์และเททองหล่อพระเศียรเป็นปฐมฤกษ์เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2494 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชเสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2497

วัดอินทารามวรวิหาร ตั้งอยู่ที่ถนนเทอดไทย แขวงบางยี่เรือเขตธนบุรีเป็นพระอารามหลวงชั้นตรีชนิดวรวิหารฝ่ายมหานิกาย เป็นวัดเก่าสมัยกรุง ศรีอยุธยาเดิมเรียกว่าวัดบางยี่เรือนอก เมื่อสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชเสด็จมาทางเรือจากการที่ทรงอยากปลีกวิเวกและได้พบวัดนี้โดยบังเอิญ ทรงพอพระราชหฤทัย จึงมีพระราชดำริให้บูรณปฏิสังขรณ์ทั่วทั้งอารามสถาปนาขึ้นเป็นพระอารามหลวงชั้นเอกพิเศษ นอกจากนี้ยังเสด็จมาทรงศีล บำเพ็ญกรรมฐานประทับแรม ณ พระตำหนักในวัดอินทาราม ต่อมาในรัชสมัยสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 พระยาศรีมหเทพ (เพ็ง) ปลัดบัญชีกรมมหาดไทยข้าราชการในพระองค์ได้บูรณะวัดนี้ใหม่โดยสร้างพระอุโบสถหลังใหม่ขึ้นตรงพื้นดินบริเวณที่ฝังพระบรมศพของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชจากนั้นได้อัญเชิญพระสรีรังคาร ของพระองค์บรรจุไว้ในฐานชุกชีของพระประธานในพระอุโบสถหลังเก่าพระพุทธรูปองค์นี้เป็นปางตรัสรู้ซึ่งสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชเป็นผู้สร้างขึ้นเอง พระยาศรีสหเทพได้ขอพระราชทานนามใหม่จากรัชกาลที่สามและได้พระราชทานนามว่า วัดอินทาราม

2.ด้านประชากร

นักท่องเที่ยวชาวต่าง ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยาน ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยจักรยาน ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

3.ด้านระยะเวลา

เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2561 – เดือนเมษายน พ.ศ.2561

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงลักษณะขององค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานในพื้นที่เขตธนบุรี ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

2. ได้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รูปแบบการปั่นจักรยานท่องเที่ยวในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

3. หน่วยงานภาครัฐ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวโดยจักรยาน รวมทั้งผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นแนวทางการทำการตลาด หรือการดำเนินงานให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรูปแบบการปั่นจักรยานท่องเที่ยวในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร และเป็นแนวทางส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวโดยจักรยานในพื้นที่เขตธนบุรี

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวโดยจักรยาน หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยว ที่ใช้จักรยานเป็นพาหนะ โดยมุ่งเน้นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้รวดเร็ว และเกิดการเรียนรู้กับท้องถิ่น หรือเกิดประสบการณ์ระหว่างการเดินทาง โดยเส้นทางของการท่องเที่ยวจักรยาน อาจจะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือ วัฒนธรรมก็ได้

องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวโดยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวจักรยานนั้นประกอบไปด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และบริการเสริมด้านต่าง ๆ (Ancillary Service)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง การประเมินด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว โดยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับจริงกับความปรารถนาความต้องการสิ่งกระตุ้นและความเชื่อของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และผลประโยชน์ที่ได้จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หมายถึง ความเต็มใจและความผูกพันของนักท่องเที่ยวที่จะแสดงพฤติกรรมหรือกิจกรรม ได้แก่ การกลับมาเที่ยวหรือเยี่ยมเยือนซ้ำ การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวนี้ให้กับเพื่อนๆ หรือญาติ และความประทับใจหรือชอบ สามารถเป็นตัวพยากรณ์การซื้อในอนาคตซึ่งได้รับผล

จากปัจจัยต้นเหตุ ได้แก่ องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน การรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ:กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยจักรยานในพื้นที่เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ผู้จัดทำได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังหัวข้อต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

2.1.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยว

2.1.3 การท่องเที่ยวโดยจักรยาน

2.1.4 องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายความพึงพอใจ

2.2.2 ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

2.3.1 ความหมายเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

2.3.2 การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

2.3.3 การแนะนำบอกต่อ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน

2.1.1 ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเกิดจากการที่มนุษย์เว้นว่างจากการทำงานการต้องการพักผ่อนหลังจากที่เหนื่อยล้าจากการทำงาน ต้องการเปลี่ยนรูปแบบในการดำรงชีพที่แตกต่างไปจากปกติ โดยมีการเดินทาง และจุดมุ่งหมายปลายทางที่ต่างๆกันไปในแต่ละบุคคล

ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การสมาชิกองค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO หรือ UNWTO: United Nations World Tourism Organization) ได้จัดการประชุม ใน ค.ศ. 1963 ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี ว่าด้วยเรื่องการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น และกำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเอาไว้ว่าการเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. จุดหมายปลายทาง (Destination) คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวหรือช่วงเวลาหนึ่งแล้วเดินทางกลับ เช่น นักท่องเที่ยวเดินทางไปชมพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบึงฉวากจังหวัดสุพรรณบุรีแล้วเดินทางกลับภูมิลำเนาเดิม

2. การเดินทาง (Travel) คือการเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกบีบบังคับหรือเพื่อสินจ้างโดยมีการวางแผนการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง เช่น นักท่องเที่ยวซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวไหว้พระเก้าวัดในช่วงเทศกาลปีใหม่เพื่อทำบุญไหว้พระขอพรเนื่องในวันขึ้นปีใหม่

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) คือ การเดินทางที่มีจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้โดยไม่จำเป็นว่าคนแต่ละคนจะต้องมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางเพียงอย่างเดียวอาจมีมากกว่าหนึ่งจุดมุ่งหมายก็ได้

นอกจากองค์กรสมาชิกองค์การท่องเที่ยวโลกที่กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวแล้วสมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism : IASET) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้เช่นกันว่าการท่องเที่ยว หมายถึงการ เดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวและไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นมีลักษณะที่สำคัญประการด้วยกันคือ

1. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวรไปยังสถานที่ต่างๆ เช่น การเดินทางจากภูมิลำเนา จังหวัดตราด ไปท่องเที่ยวสวนนก จังหวัดชัยนาท

2.การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่าง คือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและการพักค้างคืน เช่น การเดินทางไปพักแรมที่อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

3.การเดินทาง และการพักค้างคืนจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำ และในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น การไปทำกิจกรรมก่อกองไฟกับเพื่อนชาวต่างชาติที่จังหวัดชลบุรี

4.การเดินทางไปจุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาอันสั้นหรือ ภายใน 180 วัน

5.จุดหมายไปทางที่เดินทางไปนั้นจะต้องเพื่อการท่องเที่ยวหรือ เยี่ยมเยือนเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการอยู่อาศัยอย่างถาวรหรือ การไปทำงาน เช่น ไปเยี่ยมญาติที่ต่างจังหวัด

ขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนคลายความเครียดแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราวผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) เช่น นักท่องเที่ยวเดินทางไปชมความสวยงามของทะเลหมอกที่ภูกระดึงจังหวัดเลยแล้วเดินทางกลับภูมิลำเนา

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากจุดหนึ่งไปจุดหมายปลายทางอีกแห่งหนึ่ง โดยการเดินทางนั้นมิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้และไม่ได้อาศัยอยู่อย่างถาวร

รูปแบบของการท่องเที่ยว

องค์กรท่องเที่ยวโลก (UNWTO: United Nations World Tourism Organization) ได้แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวของภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวของภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั้งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และ

ฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดลอมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดลอมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อน และเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจ ได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้ บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนะศึกษาและศาสนา (Edu-meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนะศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย หรือชนเผาต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกุย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณคาและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโตคลื่น สกีน้ำ จักรยาน เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์ และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดลอม และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม ต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home stay & farm stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษา

สิ่งแวดลอม และวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือการท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้น ๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจาหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักแรมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจัดรายการพักแรมตั้งแต่ 2-7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานท่องที่ต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M:meeting/I: incentive/ C:conference / E:exhibition) เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (pre-tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (post-tour) โดยการจัดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ไปทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือสำหรับผู้ที่ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักค้างแรม 2-4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วัน หรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (eco–agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา และประวัติศาสตร์ (geo- historical- tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (agro-cultural tourism) เป็นต้น

ทั้งนี้ในงานวิจัยเรื่ององค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้วิจัยได้ศึกษาในมิติการท่องเที่ยวจักรยาน ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งกำลังได้รับความนิยมจากทั่วโลก ซึ่งนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์หลัก คือ การเล่นกีฬา โดยสามารถแบ่งรูปแบบ

ของการเล่นกีฬาออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ และการเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขัน การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปพร้อมกับมีวัตถุประสงค์ในการออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬา ซึ่งชนิดกีฬาที่ได้รับความนิยม ได้แก่ กอล์ฟ ดำน้ำ จักรยาน พายเรือ ฯลฯ ส่วนการเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขัน นักท่องเที่ยวที่เป็นนักกีฬา จะเดินทางไปร่วมแข่งขันในการจัดการแข่งขันในรายการต่าง ๆ ซึ่งนอกจากจะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นผู้ที่มีสุขภาพแข็งแรงแล้ว ยังถือโอกาสท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจอีกทางหนึ่งด้วย

2.1.2 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวนั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้สรุปองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาเยี่ยมเยือน ดังนี้

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2543) สรุปว่าแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1.สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์ (Event) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่ประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นเพียงอย่างเดียว

2.สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายยิ่งขึ้น การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

3.การเข้าไปถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลำเลียงคน และสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่าน เส้นทางหรือท่อลำเลีย

ส่วน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา (2557) กล่าวว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ หรือ 3 As คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ และเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว การได้กลับมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งอาจทำให้นักท่องเที่ยว เกิดความรู้ ความเพลิดเพลิน ซึ่งสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการ และความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แบ่งได้ดังต่อไปนี้

- วิวทิวทัศน์หรือทัศนียภาพที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ ใกล้ชิดกับธรรมชาติ อาทิเช่น น้ำตก ทะเล แม่น้ำ ป่าไม้ หน้าผา เกาะแก่ง อุทยาน ทะเลสาบ ถ้ำ ชายหาด บ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น

- ความประทับใจจากบรรยากาศ ดิน ฟ้า อากาศ อาทิเช่น อากาศเป็นธรรมชาติ มีหมอกไม่ร้อนจัด ไม่หนาวจัด อากาศบริสุทธิ์ปลอดโปร่ง เป็นต้น

- คุณค่าทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวมีประวัติความเป็นมา เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ มีพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ วัด หรือ ศาสนสถาน ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาสัมผัสและเรียนรู้ถึงประวัติของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

- วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนที่แสดงให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตประจำวันของ คนในละแวกนั้น อาทิเช่น เทศกาล ประเพณีที่ทำมาทุก ๆ ปีตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน การละเล่นพื้นเมือง พิพิธภัณฑ์ของพื้นบ้าน การประกอบอาชีพของคนในชุมชนอย่างการทำไร่ ทำสวน ทำนา ที่ทำให้ชุมชนนั้นกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

- สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นสถานที่ที่ทำให้เพลิดเพลินในการเดินทางท่องเที่ยว อาทิ เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก สถานบันเทิง โรงละคร โรงภาพยนตร์ สวนสาธารณะ สวนพฤกษศาสตร์

- กิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน อาทิเช่น การท่องป่า ชมสัตว์ ชมป่า การปีนเขา การล่องแพ การพายเรือ การท่องเที่ยวไปด้วยจักรยาน เป็นต้น

2. แหล่งท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าไปถึง (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน อาจมีดังต่อไปนี้

- ประเภทของการคมนาคมขนส่งในการให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวซึ่งพิจารณา ว่าการใช้การขนส่งประเภทใดที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และสะดวก หรือ อาจจะใช้การขนส่งหลายประเภทร่วมกัน อาทิเช่น การขนส่งทางบก การขนส่งทางน้ำ การขนส่งทางอากาศ เป็นต้น

- เส้นทางการขนส่งไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ที่จะต้องพิจารณาถึงสภาพการเดินทาง ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวก ความปลอดภัย ความรวดเร็ว ความเป็นมาตรฐานของถนนและเส้นทาง เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้

- การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งคำนึงถึงความปลอดภัย คุณภาพ มาตรฐาน จากการให้บริการรถสาธารณะหรือรถที่บริการภายในสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยว ได้รับความสะดวกสบายจากการใช้บริการ

- แบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวซึ่งพิจารณา ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวได้ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อาจจะเดินทางมาเป็นครอบครัวหรือมา เป็นหมู่คณะ

- บริเวณที่ใช้อำนวยความสะดวกของยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทาง อาทิเช่น ลานจอดรถ สถานีขนส่ง และร้านซ่อมบำรุงรถ

3. แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวนั้นให้ได้รับความสะดวกสบาย และความประทับใจ ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวหมายถึงสรรพสิ่งที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย ดังต่อไปนี้

- ด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างภายในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความทันสมัย สะอาดตา แข็งแรง ทนต่อการใช้งาน ดูแลให้สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา อาทิเช่น ศูนย์บริการข้อมูล นักท่องเที่ยว ที่นั่งพักของนักท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร ห้องน้ำสาธารณะ ที่ให้บริการกับ นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง

- ด้านบริการภายในแหล่งท่องเที่ยว อาทิเช่น ป้ายบอกทาง ทางเดินเท้า สวนหย่อม ที่นั่งพัก ต้นไม้ที่ให้ความร่มรื่น ระบบกำจัดของเสีย และน้ำเสีย ระบบกำจัดขยะมูลฝอย ไฟริมทาง

- ด้านความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยว อาทิเช่น ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ความปลอดภัยจากสัตว์ร้ายในละแวกนั้น ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ ความปลอดภัยจากการเดินทาง ที่นักท่องเที่ยวจะต้องได้รับเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวตาม แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

- ด้านป้ายภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สังเกตจากป้ายที่อาจจะเป็น ป้ายเตือนบอกทางข้างหน้า ป้ายบอกจุดท่องเที่ยว ป้ายบอกทางที่จะไปสถานที่สำคัญ ป้ายเตือน อันตราย ป้ายประกาศ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ เป็นต้น

ซึ่งคล้ายกับ Collier (2011) ที่กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ (3As) ดังนี้ คือ 1.สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2.สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และ 3.การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดย Boniface and Cooper (2009) กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4 As คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว

2. การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวกในการเข้าถึง

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม

4.บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวก และดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

ขณะที่เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551) ได้สรุปว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 5 ประการ หรือ 5As ดังต่อไปนี้

1. Accessibility หมายถึง การเข้าถึง คือ มีความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี เช่น มีถนนคอนกรีตและถนนลาดยางอยู่ในสภาพที่ดีเข้าถึงง่าย สะดวกสบาย รวมไปถึงการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ

2. Activity หมายถึง กิจกรรม คือ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การเดินป่า การปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น

3. Amenity หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครัน และเพียงพอ เช่น ด้านสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ สถานีตำรวจ โรงพยาบาล รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว

4. Attraction หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ

5. Accommodation หมายถึง ที่พัก คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว หรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ของ Boniface and Cooper (2009) โดยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญนั้นต้องประกอบไปด้วย 4 As คือ สิ่งดึงดูดใจ(Attraction), การเข้าถึง(Accessibility), สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และบริการเสริมด้านต่าง ๆ (Ancillary Service)

2.1.3 การท่องเที่ยวโดยจักรยาน

นับตั้งแต่เกิดภาวะราคาน้ำมันสูงและภาวะโลกร้อน หลายประเทศทั่วโลกได้หันมาให้ความสำคัญในการใช้จักรยานเป็นพาหนะมากขึ้น เพราะการปั่นจักรยานนั้นสามารถช่วยแก้ปัญหารถติด ช่วยส่งเสริมสุขภาพที่ดี และช่วยลดมลพิษได้ ทำให้จักรยานกลายเป็นทางเลือกหนึ่งของการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินทาง การออกกำลัง การกีฬา และกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยจักรยาน เป็นต้น

การท่องเที่ยวโดยจักรยานถือว่าเป็นตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว และเป็นพาหนะที่ประหยัดค่าใช้จ่าย รวมถึงยังสามารถเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวได้ง่ายและยังได้ประสบการณ์ที่แท้จริง (Wangkasem, 2015)

ภาพที่ 2.1 10 อันดับประเทศที่ใช้จักรยานมากที่สุด.
แหล่งที่มา: Runtastic Thailand, 2014

โดย วารัชต์ มัธยมบุรุษ (2560) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยจักรยานว่า คือ รูปแบบ การท่องเที่ยว ที่ใช้จักรยานเป็นพาหนะโดยมุ่งเน้นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้รวดเร็ว และเกิดการเรียนรู้กับท้องถิ่น หรือเกิดประสบการณ์ระหว่างการเดินทาง โดยเส้นทางของการท่องเที่ยวจักรยาน อาจจะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือ วัฒนธรรมก็ได้ การเดินทางด้วยจักรยานนั้นสามารถเข้าไปได้ในทุก ๆ ชุมชน สังคม วัฒนธรรม และใจของผู้คนที่ได้พบปะระหว่างทาง เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ปั่นจักรยานนั้น มีภาพพจน์ที่ดูเข้าถึงง่าย เป็นกันเอง เป็นการเดินทางด้วยพลังของตนเองอย่างแท้จริง ซึ่งการท่องเที่ยวจักรยานแบ่งออกเป็น 2 แบบ ตามระยะทาง หรือตามเวลาที่มีได้ดังนี้

1. ระยะสั้น หรือ เวลาน้อย กว่า 24 ชม โดยการท่องเที่ยวจักรยานแบบนี้ จะเดินทางตามเส้นทางที่กำหนดไว้แล้ว เช่น เส้นทางจักรยานตามจังหวัดต่างๆ หรือตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

2. ระยะยาว หรือ เวลา มากกว่า 24 ชม. โดยการท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังเส้นทางที่เชื่อมโยงระหว่างจังหวัด หรือ ระหว่างประเทศ จะต้องมีการพักระหว่างทาง

ในขณะที่ Lamont (2009) ได้จัดประเภทของการท่องเที่ยวโดยจักรยานออกเป็น 5 กลุ่ม คือ การปั่นจักรยานทางไกลเพื่อการท่องเที่ยว (Independent Cycle Touring) การปั่นจักรยานเพื่อการนันทนาการ (Recreational Cycling) การเข้าร่วมงานกิจกรรมปั่นจักรยาน (Participatory Cycling

Events) การเข้าร่วมแข่งขันในงานกิจกรรมปั่นจักรยาน (Competitive Cycling Events) และการเข้าชมกิจกรรมการปั่นจักรยาน (Spectating at Cycling Events)

ส่วน Ritchie (1998) ได้อธิบายความหมายของนักท่องเที่ยวด้วยจักรยานว่า คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักของตนไปยังสถานที่อื่น ใช้ระยะเวลามากกว่า 24 ชั่วโมงหรือ 1 คืน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ โดยใช้จักรยานเป็นยานพาหนะหลัก ในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจจัดการเดินทางด้วยตนเอง หรือให้บริษัททัวร์บริการจัดรายการการท่องเที่ยว และสามารถใช้บริการขนส่งอื่นๆ ร่วมในการเดินทาง รวมถึงการใช้บริการที่พักแรมทั้งที่เป็นแบบทางการ และไม่เป็นทางการ

ดังนั้นสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวโดยจักรยาน คือการใช้จักรยานเป็นพาหนะในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยว และพักผ่อนหย่อนใจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจใช้เวลาน้อยกว่า 24 ชม. หรือมากกว่า 24 ชม. และนักท่องเที่ยวสามารถใช้จักรยานเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือ ใช้บริการบริษัทจัดนำเที่ยวจักรยานก็ได้

2.1.4 องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน

จากการศึกษาของนักวิจัยหลายท่านทางด้านการท่องเที่ยวโดยจักรยาน สิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวโดยจักรยานที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ซึ่งมีความเห็นคล้ายกันว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยจักรยาน ควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

ในการศึกษาเส้นทางจักรยานท่องเที่ยวThe Cumberland Country Bike Trail (2000) ของเมืองคัมเบอร์แลนด์ ประเทศอังกฤษ ได้นำเสนอปัจจัยต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบในการพัฒนาเส้นทางจักรยานท่องเที่ยวในพื้นที่ ที่มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ เส้นทางจักรยานที่เรียบตลอดเส้นทางและสะอาด, การจราจรไม่แออัด และไม่ทำลายความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจักรยาน, มีร้านขายของและร้านอาหารตามเส้นทางที่สำคัญ, มีแผนที่ชัดเจนเข้าใจง่าย และป้ายบอกทางข้อมูล เช่น หมายเลขเส้นทาง จุดหมาย ระยะทาง, มีป้ายจักรยาน, มีเส้นทางที่หลากหลายของภูมิทัศน์ธรรมชาติ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่พัก หรือจุดตั้งแคมป์

ในทำนองเดียวกันนั้นการสำรวจพฤติกรรมการปั่นจักรยาน และองค์ประกอบสิ่งแวดล้อมของการปั่นจักรยานในประเทศไต้หวันจากการศึกษาของ Chang and Chang (2009) พบว่านักท่องเที่ยวจักรยาน และผู้ที่ใช้จักรยานในท้องถิ่นมีความต้องการของสภาพแวดล้อมในการปั่นจักรยานแตกต่างกัน โดยวัดจากองค์ประกอบ 21 ปัจจัย ได้แก่ สภาพอากาศและภูมิอากาศ สถานที่ท่องเที่ยว ทัศนียภาพ และธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับการปั่นจักรยาน ความท้าทายของภูมิประเทศ การจราจรต่ำ ความยาวของเส้นทางจักรยาน ป้ายและข้อมูล คุณภาพ

ของพื้นผิว เส้นทางจักรยาน แผนที่จักรยาน คาเฟ่และร้านอาหาร สถานที่พักผ่อน ห้องสุขา ร้านสะดวกซื้อ ที่พัก ความปลอดภัย มีชั้นวางของ และตู้เก็บ มีร้านเช่าจักรยาน และความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่จักรยานให้ความสำคัญกับความปลอดภัย สถานที่ท่องเที่ยว และภูมิประเทศที่ท้าทายเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ขณะที่ผู้ใช้เส้นทางจักรยานในท้องถิ่นให้ความสำคัญกับความปลอดภัยความสำคัญของเส้นทางการจราจรและจักรยานน้อยที่สุด

โดยอดิเรก อดิเรก อุ่นเจริญ และพลเดช เชาวรัตน์ (2558) ทำการศึกษาระบบจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว ได้พบว่าองค์ประกอบที่เป็นมาตรฐานในการใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว คือ มีการจัดเส้นทางที่ผ่านเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว และเข้าถึงได้ง่าย มีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว มีทัศนียภาพระหว่างทางที่สวยงาม มีเส้นทางจักรยานที่กว้าง มีความปลอดภัย การจราจรไม่แออัด มีการวางแผนประสานงาน และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐ และหน่วยงานท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริการต่าง ๆ เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวของ พณกฤษ อุดมกิตติ (2556) ดังนี้

1.การกำหนดเส้นทาง การพิจารณากำหนดเส้นทางท่องเที่ยวควรสำรวจ และสังเกตการณ์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ประกอบกับแนวโน้มที่ควรจะเป็น ในการจัดเส้นทางควรเริ่มต้นจากการพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ และจัดลำดับความสำคัญ และความน่าสนใจจากนั้นจึงพิจารณาความสามารถในการเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

2.การจัดเส้นทางในลักษณะวงจรบรรจบ ทำให้นักท่องเที่ยวได้พบสิ่งแปลกใหม่ เกิดความเพลิดเพลินไปตลอดทางโดยไม่ต้องกลับเส้นทางเดิม ซึ่งการย้อนกลับไปเส้นทางเดิมจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย และเสียเวลา อีกทั้งยังเกิดความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มย่อยที่ต้องการทิ้งพาหนะหรือสัมภาระของตนเองไว้ยังจุดเริ่มต้น

3. การจัดเส้นทางให้มีความแตกต่างภายในเมือง การกำหนดเส้นทางอาจจัดทำขึ้นหลายเส้นทาง หรือหลายระบบก็ได้ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลามากน้อยต่างกัน ความแตกต่างกันอันเนื่องมาจากความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น เส้นทางสำหรับผู้สนใจศิลปะ และวัฒนธรรมอาจพานักท่องเที่ยวไปตามแม่น้ำลำคลองเพื่อดูชีวิตความเป็นอยู่และสภาพบ้านเมือง หรืออาจเป็นเส้นทางที่มีความหลากหลาย และน่าสนใจหลายด้านร่วมกันอยู่

4. ควบคุมเส้นทางและรูปแบบของการสัญจรไม่ให้เกิดความสับสน การเข้าถึงและเดินทางจะต้องควบคุมได้ง่ายไม่สับสน

5. การให้ข้อมูลข่าวสารในเส้นทาง จัดทำการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวตลอดทางอย่างสม่ำเสมอ โดยระบบป้าย หรือด้วยวิธีอื่น ๆ เพื่อช่วยบอกทิศทาง ตำแหน่งที่ตั้ง และระยะทางเช่น ช่วยนักท่องเที่ยวกำหนดทิศทางด้วยที่หมายตา (Landmark) การสร้างความต่อเนื่อง

ของเส้นทางด้วยการใช้วัสดุปูพื้นทางเท้าที่เหมือนกันไปตลอดทาง หรือใช้วัสดุพืชพรรณที่เหมือนกันตลอดแนวเป็นต้น

6. การพิจารณาจัดประเภทของพาหนะตามสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศ เส้นทางท่องเที่ยวอาจใช้พาหนะในการเดินทางต่างกันทำให้เกิดความน่าสนใจที่แตกต่างตามความเหมาะสมของลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้น ๆ

7. จุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยวควรจะเข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้ประกอบในการพิจารณา และตัดสินใจวางแผนการเดินทาง อีกทั้งควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่พัก ห้องน้ำ เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องมีที่เดียวอาจจะกระจายตัวอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวก็ได้

8. ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างทางตามสมควรอาทิ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของชำ ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

9. ควรมีการบริการให้ข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลตามจุดต่าง ๆ หรือจัดทำเอกสารแผ่นป้ายประกาศ ป้ายสื่อความหมายบริเวณตำแหน่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และข้อมูลดังกล่าวควรประกอบด้วยข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก ร้านอาหาร การสัญจร และด้านความปลอดภัย เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถช่วยเหลือตนเองได้

10. ควรมีการดูแลรักษาสถานที่ และส่วนบริการต่าง ๆ ให้สะอาดเรียบร้อยและใช้งานได้อยู่ตลอดเวลา

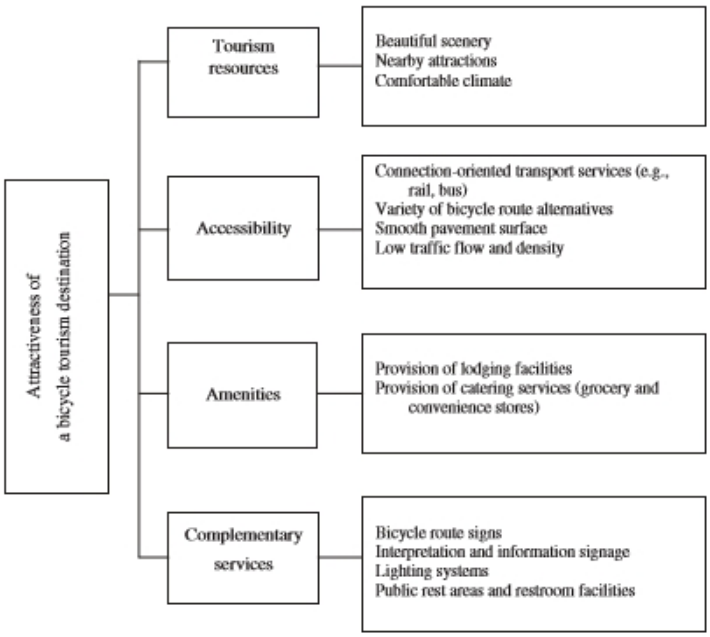
ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้าเรื่องลักษณะสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวโดยจักรยานในประเทศไต้หวัน ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจักรยานของ Lee, Chen, and Huang, (2012) ซึ่งได้กำหนดลักษณะของสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางเพื่อวัดความสอดคล้องของคุณลักษณะทั้งหมดทางการท่องเที่ยวจักรยานซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1.ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) คือ ภูมิประเทศที่สวยงาม, สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง และสภาพภูมิอากาศที่สะดวกสบาย ซึ่งจะช่วยเสริมประสบการณ์การขี่จักรยานแก่นักท่องเที่ยว

2.ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) คือ การเชื่อมต่อของระบบขนส่ง เช่น รถไฟ และรถประจำทาง, ความหลากหลายของเส้นทางจักรยาน, เส้นทางจักรยานที่ราบเรียบ และการจราจรที่ไม่หนาแน่น

3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) คือ ที่พักค้างคืน และร้านสะดวกซื้อ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการเชิงพาณิชย์และสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวจักรยานเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน

4.ด้านบริการเสริมด้านต่าง ๆ (complementary services) คือ การบริการเสริมด้านข้อมูล เช่น ป้ายข้อมูล และป้ายเส้นทางจักรยาน รวมถึงระบบความปลอดภัย เช่น ระบบแสงสว่างของที่สาธารณะ และห้องสุขา



ภาพที่ 2.2 The hierarchy of determinants of the attractiveness of Taiwan as a bicycle tourism destination.

แหล่งที่มา: Lee et al, 2012

ซึ่งลักษณะสิ่งดึงดูดใจขององค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ถือว่าเป็นปัจจัยของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวโดยจักรยานที่สำคัญที่จะส่งผลต่อประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยวจักรยาน

ส่วน ลิลลาลี ศิริวิไลเลิศอนันต์ (2560) ให้ความเห็นว่า เส้นทางจักรยานสำหรับนักปั่นและเส้นทางจักรยานสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่นิยมเส้นทางระยะไกลที่เป็นเส้นทางที่มีอยู่แล้ว ใช้ร่วมกับพาหนะอื่น หรือเป็นเส้นทางจักรยานที่ไม่ใช่เลนซึ่งเป็นเส้นทางที่มีอยู่แล้วและจัดการเป็นเส้นทางที่จัดสำหรับท่องเที่ยว ควรจะมีความสวยงามปลอดภัย มีสิ่งดึงดูดใจในเส้นทาง ซึ่งอาจจะเป็นทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงาม ภูเขา ป่า น้ำตก แหล่งน้ำ หรือสถานที่ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ชุมชน และควรประกอบด้วยบริการต่างๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านของชำ ร้านจักรยาน ร้านซ่อม/ เช่าจักรยาน การบริการขนส่งสาธารณะ และด้านข้อมูลซึ่งหมายถึง ป้าย แผนที่ เว็บเพจ ทั้งหมดเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจักรยานเช่นเดียวกัน นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัย ต่อชีวิต และทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ อีกทั้งโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นระบบ

เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ ท่าเรือ ระบบสื่อสารที่ทันสมัย ผู้ประกอบการ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของ ที่ระลึก หรือผู้ให้บริการ จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และเป็นแนวทางที่จะสามารถกระตุ้นยอดขายสินค้าและบริการได้อีกทางหนึ่ง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่จะสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้นั้นต้องมีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ ๑. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว เช่น สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ หรือสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้นซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๒. กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ หรือตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ๓. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม และเอื้ออำนวยต่อการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาจพิจารณาจากการลักษณะการเดินทาง สภาพของเส้นทางว่าเอื้ออำนวยต่อการเดินทางหรือไม่ ๔. สิ่งอำนวยความสะดวกหรือสิ่งบริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นในแหล่งท่องเที่ยวนั้นที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบาย ๕. สถานที่พักแรมที่บริการอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหรืออยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งมีความหลากหลายทางด้านราคาการบริการที่มีความเหมาะสมในแต่ละสถานที่ เป็นต้น ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่อาจมีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาเยี่ยมเยือนได้

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ซึ่งประกอบด้วยหลายด้าน ทั้งด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการปั่นจักรยาน ความสามารถในการเข้าถึงหรือการคมนาคมที่เชื่อมต่อกัน และการบริการเสริมต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่าเป็นสิ่งจำเป็น และเป็นปัจจัยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเที่ยว และสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ที่แบ่งองค์ประกอบได้ ดังต่อไปนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ได้แก่ ทิวทัศน์ที่สวยงาม, นิเวศธรรมชาติ, สภาพภูมิอากาศที่สะดวกสบาย, กิจกรรมเทศกาลและกิจกรรมต่าง ๆ และวัฒนธรรม และโบราณสถาน

2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ได้แก่ บริการขนส่งแบบเชื่อมต่อ, การเชื่อมต่อกับถนนสายหลัก, การเชื่อมต่อของเส้นทางจักรยาน, ที่จอดจักรยาน, พื้นถนนและทางเท้า, ความหลากหลายของทางเลือกเส้นทางจักรยาน และช่องทางจักรยาน

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ได้แก่ พักพักค้างคืน (B & B), พื้นที่พักผ่อน, ร้านอาหาร และตลาด

4. ด้านบริการเสริมด้านต่าง ๆ (complementary services) ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว , สัญญาณทิศทาง, ป้ายทางสู่สถานที่ท่องเที่ยว, ป้ายบอกทางไกล, กระดานข้อความรายงานสภาพอากาศ, สถานีปฐมพยาบาล, สถานีตำรวจ, ร้านเช่าจักรยาน / ร้านซ่อม และระบบแสงสว่าง

โดยองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจักรยานในการศึกษาครั้งนี้มาจากแนวคิดองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย 4As ตามแนวคิดของ Boniface and Cooper (2009) ซึ่งมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานจากการศึกษาของ Chang and Chang (2009), Lee et al, (2012), Lee and Huang (2014) คือองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

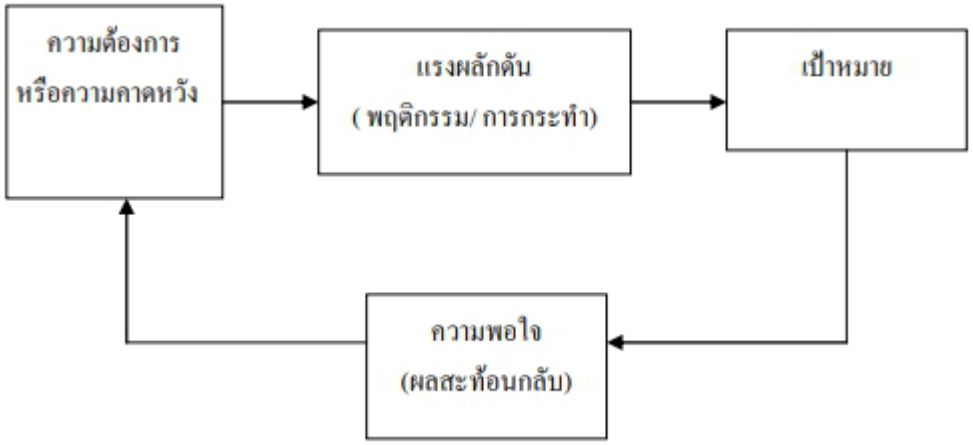
Wolman (1973) นิยามว่าความพึงพอใจ หมายถึงพฤติกรรมทั่วๆ ไปที่เป็นผลมาจากพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ 3 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคคล และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม และความพึงพอใจเป็นความสามารถของบุคคลในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข สนุกสนาน ปราศจากความรู้สึกเป็นทุกข์ นั่นก็หมายความว่าบุคคลจะต้องได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ในทุก ๆ สิ่งที่ต้องการ แต่ถ้าจะกล่าวให้เฉพาะเจาะจงไปกว่านั้นจะหมายถึงความสุขที่เกิดจากการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี และเกิดความสมดุลระหว่างความต้องการของบุคคล และการได้รับการตอบสนอง (Powell, 1983)

ส่วนแนวคิดของ Shelly (1975) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของมนุษย์ในลักษณะคือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ส่วนความรู้สึกในทางลบเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความไม่สบายใจ ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนซึ่งสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้ ความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสองชนิดนี้เรียกว่า ความพึงพอใจ สอดคล้องกับ Kotler and Keller (2009) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกยินดี หรือผิดหวังของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบสมรรถนะของผลิตภัณฑ์ที่ตนได้รับ และคาดหวังโดยหากสมรรถนะของสิ่งที่ได้รับน้อยกว่าที่คาดหวังจะไม่พึงพอใจ หากตรงกับที่ความคาดหวังจะพึงพอใจหากเหนือความคาดหวังจะรู้สึกปิติยินดี ความพึงพอใจเป็นสภาพอารมณ์ในทางบวกหรือดี และความรุนแรงของอารมณ์หรือทางลบ มักขึ้นอยู่กับ 1.สถานการณ์ที่เร้าอารมณ์ ถ้าสถานการณ์นั้นให้ผลดีกับบุคคล ย่อมทำให้บุคคลนั้นเกิดอารมณ์ในทางที่ดี 2.สถานภาพของบุคคล ถ้าบุคคลอยู่ในสภาวะสมดุล มีความพร้อมทางด้าน

ร่างกาย และจิตใจ ย่อมทำให้เกิดอารมณ์ในทางที่ดี 3.ทัศนคติ ถ้าบุคคลมีแนวโน้มไม่ชอบสิ่งใด ย่อมเกิดอารมณ์ในทางที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น 4.ในทางกลับกันถ้าบุคคลนั้นมีอารมณ์ในทางบวกก็จะส่งผลต่อทัศนคติบวก พอใจหรือชอบใจสิ่งนั้น

การศึกษาของ Kotler and Armstrong (2010) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับดัน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหาย หรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด

ทฤษฎีของ Neuman System Model (อ้างถึงใน พรศิริ บินนาราวี, 2555) ได้เสนอแนวคิดความพอใจที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมทางกายภาพว่า ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สามารถศึกษาได้ชัดเจนเมื่อแยกออกเป็นการตอบรับ (Responds) และปฏิกิริยา (Reaction) ของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพปฏิกิริยาต่อสภาพแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพ หรือสรีระซึ่งสามารถวัดได้ง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเต้นของหัวใจ อุณหภูมิของร่างกาย ในขณะที่การตอบรับ หมายถึง การรับรู้ ทัศนคติและ พฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งรวมเรียกว่าการตอบรับทางสังคมจิตวิทยาและพฤติกรรม (Social-Psychological and Behavioral Response) เป็นปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ 1.ลักษณะของบุคคลที่ตอบรับสภาพแวดล้อม 2.ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดการยอมรับ 3.การรับรู้ของบุคคล 4.การประเมินสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้น 5.ความพอใจในสภาพแวดล้อม 6.พฤติกรรมของบุคคลเนื่องมาจากสภาพแวดล้อม เมื่อปัจจัย 2 ปัจจัยแรกเป็นสิ่งที่ป้อนเข้าระบบโดยลักษณะของบุคคลรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ด้านประชากรศาสตร์ พื้นฐานทางสังคมเศรษฐกิจ และรูปแบบวงจรชีวิตส่วนปัจจัย 4 กลุ่มหลัง เป็นผลที่ส่งออกมาจากระบบการที่บุคคลจะรับสภาพแวดล้อมใด ๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพ และมาตรฐานของบุคคลนั้น การประเมินความพอใจในกายภาพของบุคคลเกิดตามมาจากการรับรู้พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลนั้นมีความพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นหรือไม่



ภาพที่ 2.3 กระบวนการหมุนเวียนของความพอใจ
แหล่งที่มา: Mullins, 1985

ส่วน Mullins (1985) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีความต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทางด้านปริมาณ และคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผักดันบางประการในตัวบุคคลซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก

ดังนั้นสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความประทับใจหรือความไม่ประทับใจ และอาจหมายรวมถึงความรู้สึกทางด้านบวก และทางด้านลบ ที่ได้รับจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ทัศนคติของแต่ละบุคคล หรือแต่ละกลุ่ม ที่มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดจากการเปรียบเทียบกับความคาดหวังว่าสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่

2.2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวก็คือลูกค้า ที่มักมีความคาดหวังต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการหรือมีความคาดหวังจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

Tse and Wilton (1998, อ้างถึงใน กัลยารัตน์ คงพิบูลย์กิจ, 2549) ได้นิยามความพึงพอใจของลูกค้าว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกตอบสนองของผู้บริโภคต่อการประมาณค่าในการรับรู้ที่ไม่ตรงกัน ระหว่างสิ่งที่คาดหวังไว้กับผลการดำเนินการ ที่เกิดขึ้นจริงของสินค้า หรือบริการที่รับรู้ภายหลังการบริโภคสินค้านั้นแล้ว ซึ่งสามารถอธิบายหลักการสร้างความพึงพอใจได้ 3 ประการคือ

1.ความคาดหวังต่อสินค้าหรือผลการดำเนินงาน ลูกค้ามักตั้งความหวังที่อาจเป็นไปได้ต่อสินค้าหรือผลการดำเนินการ โดยรับรู้จากแหล่งต่าง ๆ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า การโฆษณา การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก เป็นต้น

2.ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงอาจจะประมาณค่าผลการดำเนินงาน ของสินค้าจากผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง หรือผลการดำเนินงานที่รับรู้ภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์

3.ความไม่ตรงกัน ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังการรับรู้ที่เกิดขึ้นจริงทำให้เกิดช่องว่างขึ้น หากความคาดหวังนั้นตรงกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงจะนำมาซึ่งความพอใจของผู้บริโภคที่สูงขึ้น

แนวคิดที่สำคัญของ Zeithaml, Bitner and Gremler (2009) กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ คือ คุณภาพการบริการ คุณภาพสินค้า ราคา ปัจจัยตามสถานการณ์ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อารมณ์ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้มีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้ของผู้บริโภคถึงสิ่งที่ตนได้รับจริงจากองค์กร และเป็นตัวเปรียบเทียบกับความคาดหวังซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในที่สุด สอดคล้องกับ

Mcdowall (2010) ได้นิยามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง ทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวก็เหมือนกับลูกค้าอื่นๆ มักจะมีความคาดหวังในเบื้องต้นต่อประเภท และคุณภาพของการบริการที่จะได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกิดจากผ่านข้อมูลโฆษณาการท่องเที่ยว โบชัวร์ สื่อมวลชน และข้อมูลจากเพื่อนและญาติ ขอบเขตที่หากสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับโดยรวมในระหว่างหรือหลังจากการเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวเกิน หรือตรงกับความคาดหวังนักท่องเที่ยวจะพึงพอใจ แต่สิ่งที่ได้รับจริงต่ำกว่าความคาดหวัง จากการท่องเที่ยวนั้น ๆ นักท่องเที่ยวจะไม่พอใจ (Akama & Kieti, 2003) และความคาดหวังของนักท่องเที่ยว มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวด้วยการเปรียบเทียบกันระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยว กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในคุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้านได้แก่ 1.ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ 2.ด้านความน่าเชื่อถือ 3.ด้านการตอบสนอง 4.ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจและ 5.ด้านการเอาใจใส่ (Noe, Uysal, & Magnini, 2010)

Padgett and Allen (1997) ให้ความเห็นว่าประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยว คือ ความพึงพอใจ ที่ได้รับจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งในการวัดประสบการณ์การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบด้วยกัน 4 ประการ คือ 1.ความคาดหวังคุณภาพการบริการ 2.ประสบการณ์ที่ได้รับ 3.การรับรู้คุณค่า และ 4.ความพึงพอใจ (Knutson, Beck, Kim, & Cha, 2008)

ส่วน Chen and Tsai (2007) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคือ ความพอใจและความสุขที่นักท่องเที่ยวรู้สึกอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางที่เติมเต็มความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นได้นั้นส่วนใหญ่มักจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมินผลจากคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการซึ่งอาจเกิดได้จากผลในอดีตที่ผ่านมา (Li & Petrick,

2010) และจากงานวิจัยของ Tasci & Boylu (2010) พบว่า ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น

ตารางที่ 2.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

นิยามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งอ้างอิง
ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกตอบสนองของผู้บริโภค โดยหลักการสร้างความพึงพอใจ 3 ประการ คือ ความคาดหวังต่อสินค้า, การรับรู้สินค้าภายหลังจากการบริโภคสินค้า, ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและหลังจากการบริโภคสินค้า	Tse and Wilton (1998, อ้างถึงใน กัลยารัตน์ คงพิบูลย์กิจ, 2549)
ความพึงพอใจประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ คุณภาพการบริการ, คุณภาพสินค้า, ราคา, ปัจจัยตามสถานการณ์และปัจจัยส่วนบุคคล	Zeithaml, Bitner and Gremler (2009)
ความพึงพอใจได้รับจากประสบการณ์การท่องเที่ยว มี 4 ประการ คือ ความคาดหวังคุณภาพการบริการ, ประสบการณ์ที่ได้รับ, การรับรู้คุณค่าและความพอใจ	Padgett and Allen (1997); (Knutson, Beck, Kim, & Cha, 2008)
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคือความรู้สึกพอใจจากความสุขที่ได้รับจากประสบการณ์การท่องเที่ยว	Chen and Tsai (2007)
ความพึงพอใจของลูกค้าที่เกิดขึ้นมักจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมินผลจากคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการซึ่งอาจเกิดได้จากผลในอดีต	Li & Petrick (2010)
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น	Tasci & Boylu (2010)

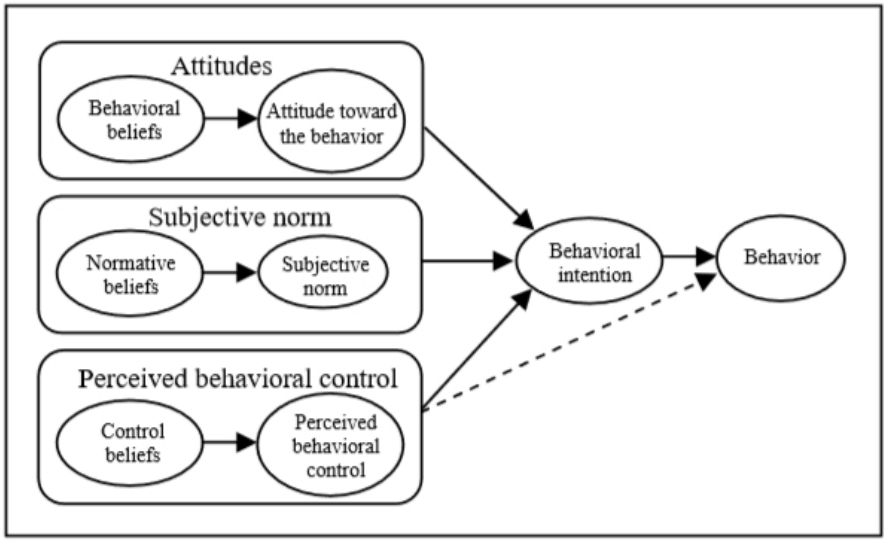
ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง การประเมินทางด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว โดยความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการบริการหรือสมรรถนะของสิ่งที่ได้รับจริงกับความปรารถนา ความต้องการ สิ่งกระตุ้น และความเชื่อของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและผลประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง

ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีมุมมองและมิติในการพิจารณาที่หลากหลาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ในงานวิจัยนี้ได้แบ่งองค์ประกอบที่ใช้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ตัวแปรสังเกตได้ ประกอบด้วย 1.ความคุ้มค่า (Padgett, D., & Allen, 1997; Knutson et al., 2008) และ 2.ความปลอดภัย (Tasci & Boylu, 2010) ซึ่งตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปรจะเป็นตัวประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่รับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในครั้งนี้ที่จะส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมนั้นเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างมากเรื่องหนึ่งเพราะความตั้งใจเชิงพฤติกรรมดังกล่าวนั้นมีผลต่อพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นจริงในอนาคตซึ่งมีผู้ให้ความหมายดังนี้

แนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) หรือ TPB ซึ่งถูกค้นพบโดย Ajzen (1991) เป็นทฤษฎีที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายสำหรับการศึกษาทัศนคติ และอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หลักการนี้กล่าวว่าการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ (Human Behavior) จะได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavior Intention) และสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมนั้นประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude towards the behavior) บรรทัดฐานของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรม (Subject norm about the behavior) และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ (Perceive the behavioral control of the behavior) แสดงในรูปแบบจำลองตามภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน The theory of planed behavior
แหล่งที่มา: Ajzen, 1991

โดยการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมนี้ยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมด้วยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎี TPB ตามที่กล่าวข้างต้น ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม คือการประเมินของบุคคลที่มีต่อภาพรวมของพฤติกรรมใด ๆ ซึ่งเกิดจากความเชื่อเกี่ยวกับผลที่น่าจะตามมาจากพฤติกรรม(Behavior beliefs) และการประเมินหรือตัดสินผลที่ตามมานั้นไม่ว่าจะเป็นทางบวก หรือทางลบ ถ้าผลการประเมินของบุคคลต่อผลที่ตามมาเป็นบวกบุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้นในทางตรงข้ามถ้าผลการประเมินเป็นลบบุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมดังกล่าว บรรทัดฐานของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรม (Subjective norm) การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความคาดหวัง หรือความต้องการของสังคมที่มีต่อบุคคลนั้นในการที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใด ๆ ซึ่งเกิดจากความเชื่อของบุคคลต่อความต้องการของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนใกล้ชิดกับบุคคลนั้น อาทิ คนในครอบครัว เป็นต้น ที่ต้องการจะให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง และการประเมิน หรือตัดสินความเชื่อนั้นไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือทางลบ ปัจจัยสุดท้าย ได้แก่ การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ (Perceive behavioral control) คือความรู้สึกยากหรือง่ายในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ ซึ่งเกิดจากความเชื่อของบุคคลที่มีต่อปัจจัยที่อาจส่งเสริมหรือขัดขวางการแสดงพฤติกรรมนั้น (Control beliefs) และการรับรู้ถึงกำลังของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อความเชื่อมั่นที่จะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมได้หรือไม่

แนวคิดของ Zeithaml, Berry and Parasuraman (1996) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของคุณภาพการบริการที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการที่สามารถเพิ่มความ

ตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่น่าพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ไม่เอื้อหรือไม่น่าพอใจ โดยระบุว่าความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมในการนำมาใช้สร้างความสัมพันธ์กับการให้บริการลูกค้า โดยได้เสนอกรอบแนวคิดซึ่งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ผนวกกับแนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการประกอบด้วย

1. ความภักดี (Loyalty)
2. การเป็นไปใช้บริการของผู้ให้บริการอื่น (Switch)
3. ความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการเพิ่มเติม (Pay more)
4. การตอบสนองจากภายนอก (External response)
5. การตอบสนองจากภายใน (Internal response)

พบว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในด้านบวกมีความสัมพันธ์กับความสามารถของสถานประกอบการในการทำให้ลูกค้า (1) พูดถึงสถานประกอบการนั้น ๆ ในแง่ดี (2) แสดงความชอบสถานประกอบการนั้น ๆ มากกว่าที่อื่น (3) เพิ่มปริมาณการซื้อและจ่ายในราคาที่สูงกว่า ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของกลยุทธ์ที่สามารถสนับสนุนความคิดริเริ่มเกี่ยวกับความตั้งใจเช่นพฤติกรรม ในทิศทางที่เหมาะสม รวมทั้งความพยายามให้บริการเพื่อให้ตรงกับระดับการบริการที่ลูกค้าคาดหวังแทนที่จะเป็นเพียงการแสดงการบริการในระดับที่เพียงพอต่อความต้องการให้บริการเท่านั้นโดยเน้นการป้องกันปัญหาการให้บริการ และแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

การกำหนดมิติที่ใช้ในการวัดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมได้ประยุกต์ใช้ตัวแปรร่วมกับตัวแปรในการวัดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมบนพื้นฐานแนวความคิดความจงรักภักดี และมิติความจงรักภักดีในการบริการของ Jones and Taylor (2007) มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มมิติการวัดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมให้มีความ สอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้ โดยแนวคิดความจงรักภักดีของความในการบริการมุ่งเน้นความสำคัญในการทำความเข้าใจความจงรักภักดีในการบริการ และพัฒนาความสัมพันธ์ในการแสดงออกซึ่งความจงรักภักดีต่อการบริการของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการวัดความภักดีในการบริการประกอบด้วย 8 ตัวแปรได้แก่

1.ความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง (Repurchase Intentions)
2.ความประทับใจหรือความชอบ (Strength of preference)
3.ความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการเพิ่มเติม (Willingness to pay more)
4.ความตั้งใจที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการของผู้ให้บริการ (Switching Intentions)
5.การแนะนำหรือสนับสนุน (Advocacy)
6.ความตั้งใจที่จะผูกขาดการใช้บริการ (Exclusive purchasing intentions)
7.คุณลักษณะเฉพาะของคุณภาพการบริการ (Identification with the Service Quality)
8.ความตั้งใจโดยยึดหลักความเห็นแก่ผู้ให้บริการ (Altruistic Intentions)

และแนวคิดของ Fishbein and Ajzen (1975, อ้างถึงในชัยพร ธนันทา, 2559) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หมายถึง ความมุ่งมั่นที่จะกระทำการอันใดก็ทำให้จนสำเร็จตามเป้าหมายที่เกิดขึ้นจริง เป็นเรื่องสมควรที่บุคคลจะโต้แย้งและตั้งใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลด้วยการกลั่นกรองที่ดี หากเป็นการร้องขอหรือนำข้อมูลไปใช้จากบุคคลอื่น และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม อาจหมายถึงความโน้มเอียงของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมที่เป็นไปได้ (Ajzen & Fishbein, 1980) ซึ่งมักใช้ในการทำนายพฤติกรรมของบุคคล ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้าหลังรับบริการโดยวัดจากความตั้งใจซื้อซ้ำ และความเต็มใจแนะนำบอกต่อ Lennon, Weber & Henson (2001) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า พฤติกรรมความตั้งใจพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention) ของผู้บริโภค เป็นตัวสะท้อนของการทำนายพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้ บริการในอนาคต สามารถใช้เป็นตัวทำนายที่เหมาะสมในการแสดงออกของพฤติกรรมนั้นหลังจากการ ประเมินแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Sources of Information) ได้แก่ ประสบการณ์ส่วนตัว หรือ การเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่นซึ่งได้มาจากการรวบรวมข้อมูลการบอกเล่าปากต่อปากเกี่ยวกับ การบริการในองค์กรอื่นที่จัดเตรียมไว้ให้แก่ผู้บริโภค และแหล่งข้อมูลจากภายนอก (External Sources of Information) ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เมื่อเกิดความรู้ความ เข้าใจในข้อมูลนั้นแล้ว ผู้บริโภคจะสามารถตัดสินใจได้ว่าสิ่งไหนที่พวกเขาควรจะซื้อหรือใช้บริการ โดย พฤติกรรมความตั้งใจทางบวกอาจเกิดได้จากการโฆษณา รณรงค์หรือการสนับสนุนอย่างมี ประสิทธิภาพ

2.3.1 ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ในการท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวซ้ำได้รับการยอมรับว่าเป็นปรากฏการณ์ที่สำคัญต่อเศรษฐกิจในภาพรวม (Darnell & Johnson, 2001)

Weaver and Lawton (2002)(Weaver & Lawton, 2002) กล่าวว่า การกลับมาเที่ยว ซ้ำของนักท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในประสบการณ์การท่องเที่ยวครั้งก่อน และได้แบ่งประเภทของความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวไว้ 4 แบบ คือ

1. Latent กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในประสบการณ์การท่องเที่ยวมากแต่ไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น เป็นประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตและไม่สามารถจะกลับไปได้อีกเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีราคาแพง

2. High กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับสูง และกลับไปเที่ยวซ้ำเสมอ นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังเป็นผู้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี โดยการบอกต่อถึงความประทับใจหรือสิ่งที่ดีในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

3. Low กล่าวคือ ไม่มีความภักดีหรือมีความภักดีในระดับต่ำ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกิดขึ้นจากความไม่พอใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวและไม่คิดจะกลับไปเที่ยวซ้ำ

4. Spurious กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลับไปเที่ยวซ้ำด้วยเหตุผลอื่นนอกเหนือจากความพึงพอใจหรือความภักดี ซึ่งเหตุผลอาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่ชื่นชอบของลูก ที่เลือกไปเพราะเป็นความประสงค์ของลูก ดังนั้นจำนวนของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้หากลดลงไป มิได้เป็นสิ่งบ่งชี้ว่าแหล่งท่องเที่ยวขาดความนิยมเพราะเป็นเพียงกลุ่มที่มาเที่ยวเพราะความสะดวกหรือเพราะความจำเป็นไม่ใช่ความชอบของกลุ่มที่แท้จริงแต่อย่างใด

Um, Chon, and Ro (2006) กล่าวว่าความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการกลับมาเยี่ยมชมถือเป็นส่วนขยายของความพึงพอใจมากกว่าที่จะเป็นต้นกำเนิดของกระบวนการในการตัดสินใจตัวแปรอิสระอื่น ๆ บางตัวแปรจะมีความเกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณภาพการบริการจากผลการให้บริการภายหลังการซื้อบริการสถานที่ท่องเที่ยวตลอดจนลักษณะ และธรรมชาติเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งอาจนำไปสู่การสนับสนุนความน่าจะเป็นของการกลับมาเยี่ยมชมการบ่งชี้ความสัมพันธ์ของผู้เยี่ยมชมภายหลังจากที่ได้สัมผัสและรับรู้การบริการแล้วจะประเมินคุณภาพของบริการที่ได้รับ รวมทั้งระดับความพอใจหรือไม่พอใจสำหรับผู้เยี่ยมชมที่พอใจ ปฏิกิริยาการแสดงออกจะอยู่ในรูปการกลับมาเยี่ยมชม

2.3.2 การแนะนำบอกต่อ (Word of Mouth)

การบอกต่อแบบปากต่อปาก เป็นปัจจัยภายนอกอีกตัวหนึ่งที่เป็นแหล่งข้อมูลอันสำคัญของผู้บริโภคที่ก่อให้เกิดความคาดหวัง บ่อยครั้งผู้บริโภคจะพยายามค้นหาความคิดเห็นของคนอื่น ๆ โดยเฉพาะเพื่อน และญาติ และบุคคลในครอบครัว เพื่อแสวงหาข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า และบริการนั้น ๆ การสื่อสารแบบปากต่อปาก จะมีแหล่งกำเนิดได้ 3 แหล่ง ซึ่ง ได้แก่ แหล่งบุคคล ประกอบด้วย เพื่อน หรือบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับผู้บริโภค (Personal Sources) แหล่งที่สอง ผู้เชี่ยวชาญ (Expert Sources) และแหล่งสุดท้ายเป็นแหล่งที่กำเนิดมาจากบุคคลที่สาม (Derived Sources) หรือ (Third party Sources) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการนั้นแล้ว กล่าวคือ เคยมีประสบการณ์มาก่อนเช่นเพื่อนร่วมงาน ผู้บริโภคจะใช้ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ นี้กำหนดระดับบริการที่คาดหวังไว้ล่วงหน้าสำหรับบริการที่ผู้บริโภคมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับบริการนั้น ๆ น้อย

Arndt (1967) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบอกต่อ คือ กระบวนการของการถ่ายโอนข้อมูลของแต่ละคนหนึ่งไปถึงอีกคนหนึ่ง โดยผ่านการสื่อการอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เดิมการบอกต่อถูกกำหนดโดยงานวิจัยว่าการบอกต่อที่เร็วที่สุดคือการเผชิญหน้าเพื่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้บริโภค

และการแนะนำบอกต่อหมายถึงการส่งผ่านข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าบริการหรือบริษัทจากลูกค้าคนหนึ่งไปยังคนหนึ่ง (Saha & Theingi, 2009)

ซึ่ง Schiffman and Kanuk (2004) ได้ให้ความหมายว่า คำพูดปากต่อปาก คือ การสนทนาของ บุคคลหรือการเผชิญหน้าระหว่างบุคคล การสื่อสารนั้นอาจเกิดในการสนทนาทางโทรศัพท์หรือสื่อบน โลกออนไลน์

ทั้งนี้ความพอใจที่จะสื่อสารแบบปากต่อปากของบุคคลที่มีประสบการณ์ใช้สินค้า และบริการมีอิทธิพลมาจาก

1. การเปรียบเทียบกับสื่ออื่นโดยปกติอิทธิพลจากตัวบุคคลมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมมากกว่าการโฆษณาหรือแหล่งข่าวอื่นๆ

2. การสนทนาที่เริ่มต้นกันได้ทั้งจากฝ่ายแหล่งข่าวสาร และผู้แสวงหาข่าวสาร คำพูดแบบปากต่อปากเริ่มต้นได้ทั้งจากแหล่งข่าว และแหล่งผู้แสวงหาข่าว และโดยปกติอิทธิพลจะมีความสูงมากกว่าถ้าฝ่ายผู้แสวงหาข่าวสารเป็นผู้เริ่มต้น

3. ข่าวสารในทางบวก และข่าวสารในทางลบส่วนใหญ่ คำพูดแบบปากต่อปากมักเป็นไปในทางลบเพราะข่าวสารจากนักการตลาดของหน่วยงานรัฐ หรือเอกชนให้แต่ในทางบวก จะทำให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อสินค้า และบริการพยายามแสวงหาสิ่งที่แตกต่างกันออกไปและผู้ซื้อสินค้าและบริการที่ไม่พอใจอยู่แล้วก็มีส่วนในการให้ข่าวสารไปด้วย

4. เข้าสารที่อยู่ในรูปคำพูด และในรูปภาพ ข่าวสารอาจจะเป็นไปในรูปภาพได้ ทำให้เกิดอิทธิพลเป็นอย่างมากความรู้ตัวและยังเป็นการกระตุ้นความสนใจข่าวสารที่สื่อสารกันในรูปคำพูดก็มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อความนึกคิดและการประเมินค่า (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2550)

ซึ่งอาจสรุปได้ว่าการแนะนำบอกต่อเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปซึ่งอาจเป็นสมาชิกของกลุ่มอ้างอิงหรือลูกค้ากับพนักงานขายก็ได้เป็นการสื่อสารแบบต่อหน้าโดยตรงหรือการใช้คำพูดในเวลาสั้นๆ และเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รับโดยอ้างถึงตราสินค้าผลิตภัณฑ์หรือการบริการในคำพูดนั้น (Duncan & Ouwersloot, 2008) และการแนะนำบอกต่อเป็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการก่อให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้าสินค้าหรือบริการหรือองค์กรโดยผู้สื่อสารที่ไม่มีส่วนได้เสียเชิงการค้า (Harrison & Walker, 2001)

2.3.3 ความประทับใจหรือความชอบ (Strength of Preference)

ความประทับใจหรือความชอบเป็นลักษณะที่เกิดจากทัศนคติของแต่ละบุคคลโดยมีที่มาจากการประเมินประสบการณ์การรับบริการหรือระดับของการเปลี่ยนแปลงจำแนกกิจกรรมหรือบริการ ณ สถานที่ให้บริการนั้น ๆ (Jones & Taylor, 2007)

แนวความคิดความประทับใจหรือความชอบมีต้นกำเนิดมาจากทฤษฎีทฤษฎีความชอบผู้ค้นพบทฤษฎี ดังกล่าวเป็นนักเศรษฐศาสตร์ชาวเมริกัน ชื่อ Paul Samuelson โดยทฤษฎีนี้มีพื้นฐานมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นหลักทั้งนี้เชื่อว่าทฤษฎีความชอบเป็นวิธีที่เป็นไปได้ที่จะทำนายปัจจัยที่ผู้บริโภคจะเลือกกระทำในอนาคตจะแสดงความชอบของผู้บริโภคจะถูกเปิดเผยโดยพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการจะมีความต้องการของผู้บริโภคเป็นตัวกระตุ้นทั้งนี้ระดับความชอบจะส่งผลให้ผู้บริโภคแสดงเจตนาในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอีกนัยหนึ่ง ทฤษฎีความชอบเป็นทฤษฎีที่มี

ส่วนผสมของทฤษฎีความต้องการผ่านการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออก Preference Theory (2009, อ้างถึงใน สุวคนธ สมไพรพิทักษ์, 2554)

ซึ่งการนำความประทับใจหรือความชอบมาใช้เป็นตัวชี้วัดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของการท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ ก่อให้เกิดประสบการณ์ และสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายลักษณะโดยทั่วไปของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ประยุกต์ตัวแปรในการใช้วัดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะใช้ในการทำนายพฤติกรรมของบุคคล ประกอบด้วย

1. การกลับมาท่องเที่ยวหรือเยี่ยมเยือนซ้ำ (Intention to Revisit)
2. การบอกต่อ หรือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวนี้ กับเพื่อนๆ หรือญาติ (Word of Mouth)
3. ความประทับใจ หรือ ความชอบ (Strength of Preference)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
วุฒิชัย ทองเจียม (2553)	แนวทางปรับปรุงเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน : กรณีศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มโบราณสถานเกาะพระนครศรีอยุธยา	การวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งใช้เครื่องมือวิจัยได้แก่ การใช้ การสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่ใช้จักรยานท่องเที่ยว จำนวน 100 ชุด	พบว่า พฤติกรรม ทัศนคติ และผลกระทบด้านลบที่มีต่อนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (เรียงตามลำดับ)คือ ผลกระทบด้านความปลอดภัยบนท้องถนนมากที่สุด, ความชัดเจนของเส้นทาง, ด้านสุขภาพ, ด้านความสะดวกสบายการใช้งานของผิวถนน ป้ายบอกทาง และด้านอุบัติเหตุแบบเล็กน้อย ผลกระทบการใช้จักรยานท่องเที่ยวของกลุ่มผู้ใช้ชาวต่างชาติน้อยกว่าชาวไทยแสดงว่าการใช้จักรยานของกลุ่มชาวต่างชาติมีความชำนาญมากกว่าชาวไทย น่าจะมาจากชาวไทยมีอัตราการใช้จักรยานน้อยกว่าชาวต่างชาติและปัจจัยหลักที่มีผลกระทบมากที่สุดต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จักรยานท่องเที่ยวเป็นเรื่องจากการจราจร ทั้งด้านปริมาณจราจร และการปล่อยไอเสียจากรถยนต์ และด้านจิตสำนึกของการรักษา

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
			สภาพแวดล้อม การประหยัดพลังงานโดยใช้จักรยานแทนการใช้รถยนต์ท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความรู้สึกที่จะรักษาเหมือนกัน ส่วนเส้นทางที่ใช้ศึกษาพบว่าควรมีการปรับปรุงทั้งเส้นทาง การจัดทำกายภาพของเส้นทางให้ชัดเจนตามหลักสากล ให้มีความสะดวก ปลอดภัยมีผลกระทบน้อยที่สุดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การรณรงค์การใช้จักรยานท่องเที่ยวแทนการใช้รถยนต์สร้างจิตรสำนึกการมีส่วนร่วมในการรักษาสภาพแวดล้อมให้ยั่งยืนสืบต่อไป
พณกฤษ อุดมกิตติ (2556)	การจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร	การสำรวจทรัพยากรในพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว และการใช้แบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และนำผลข้อมูลมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำเสนอเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว	พบว่าพื้นเขตตลิ่งชันนั้นมีความเหมาะสมที่จะนำมาพัฒนาเป็นเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว แต่มีปัญหาคือการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมมีการใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมอย่างไม่ทั่วถึง ดังนั้นแนวทางการพัฒนาการจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตตลิ่งชันต้องคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมในพื้นที่ให้ทั่วถึง ควรกระจายจุดศูนย์กลางการบริการการท่องเที่ยวด้วยจักรยานให้ทั่วพื้นที่ ซึ่งจุดบริการเหล่านี้

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
			ล้วนมีทรัพยากรวัฒนธรรมโดยรอบ และมีความพร้อมทั้งทางด้านบุคลากร และศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวอยู่แล้ว แต่ต้องมีการจัดการแบบมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นอย่างมีระบบ เพื่อการท่องเที่ยวที่ดีและยังยืน
แก้วประเสริฐ สอนมณี (2556)	การพัฒนาระบบจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง	งานวิจัยนี้ ต้องการพัฒนาระบบจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับเมืองหลวงพระบาง กระบวนการที่ใช้คือการรวบรวมข้อกำหนดกฎระเบียบในทางสัญจรของพื้นที่และปริมาณความต้องการของนักท่องเที่ยวใช้จักรยานเพื่อการเดินทาง โดยได้สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามใช้กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 180 คน ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้สถิติพรรณนา	ผลการวิจัยการพัฒนาระบบจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว โครงข่ายทางสำหรับจักรยานแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ ถนนที่สามารถวิ่งได้ 2 ทิศทาง กำหนดเลนจักรยานเป็นทางร่วมกับกระแสจารจร(Shared Roadway) มีความกว้างเลนจักรยาน 1.2 เมตร และถนนที่สามารถวิ่งได้ทิศทางเดียวกำหนดให้มีเลนสำหรับจักรยานเฉพาะที่มีเครื่องหมายจราจรบนผิวทาง (Bicycle lane)ซึ่งมีความกว้างของเลน 1.5 เมตร เนื่องจากถนนสามารถวิ่งได้ทิศทางเดียวมีความกว้างเพียงพอที่จะทำเป็นเลนสำหรับจักยานโดยเฉพาะ ในส่วนที่จอดจักรยานในในสถานที่สำคัญ ๆ ยังไม่มีจุด

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
			จอดไว้รองรับจักรยานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากการสำรวจทางกายภาพควรมีการจัดสันพื้นที่ไว้รองรับ รวมถึงด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามเส้นทางต้องมีป้ายบอกทาง ป้ายบอกสถานที่ต่างๆ คู่มือท่องเที่ยว แผนที่การเดินทาง และข้อแนะนำกฎระเบียบจราจรในพื้นที่ โครงข่ายการเดินทางของสถานที่ต้องมีการเชื่อมโยงกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปได้อย่างต่อเนื่อง
ฐนวัฒน์ ศิริวราวาท (2557)	การประเมินความพึงพอใจในการใช้จักรยานเพื่อการเดินทาง : กรณีศึกษาจักรยานสาธารณะปันปั่น	เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยศึกษาจากการสำรวจข้อมูลทางกายภาพ และการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้จักรยานสาธารณะโดยการสุ่มใช้แบบสอบถาม จากสถานีรถไฟฟ้าที่ได้รับการสำรวจจำนวนผู้ใช้จักรยานจำนวนมาก 2 สถานี สถานีละ 20 คน	ผู้ตอบแบบสอบถามหรือกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้จักรยานเพื่อการเดินทาง หรือเพื่อการดำรงชีวิตประจำวันมากกว่าการใช้เพื่อการพักผ่อน หรือออกกำลังกาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ และความพึงพอใจในการใช้จักรยานสาธารณะ ในการเดินทางสามารถแยกได้เป็นสองปัจจัยหลัก ๆ ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกายภาพของสถานที่จักรยานสาธารณะ และปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกายภาพของสถานที่จักรยานสาธารณะ พบว่าปัจจัยด้านที่ไม่เกี่ยวข้องกับกายภาพของสถานีจักรยานสาธารณะจะ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
			ส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าด้านที่เกี่ยวข้องกับกายภาพ โดยเฉพาะเรื่องการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและความรวดเร็วในการใช้จักรยานสาธารณะช่วยย่นระยะเวลาในการเดินทางมีความพึงพอใจค่อนข้างสูงกว่าเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่น
ฉัฐสุรีย์ สิทธิทรัพย์-ไพศาล (2558)	อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวการรับฟังคำบอกต่อและการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวโดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกระเจ้า	เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการทัวร์จักรยานในการท่องเที่ยวที่คุ้งบางกะเจ้า และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 200 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)	ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกะเจ้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในขณะที่รายด้านต่างๆ พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึงโดยรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การรับฟังคำบอกต่อ การรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวและการกลับมาท่องเที่ยวโดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกะเจ้ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการรับรู้คุณค่าการท่องเที่ยวส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำโดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกะเจ้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยที่การรับรู้คุณค่าสามารถอธิบายความแปรปรวนของการกลับมาท่องเที่ยวโดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกะเจ้าได้ร้อยละ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
			52.3 ในขณะที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการรับฟังคำบอกต่อไม่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวโดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกะเจ้า
ดวงดาว วัฒนากลาง (2558)	การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้จักรยานของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน คือ 1.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยวของคนไทย โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีแบบจำลองพฤติกรรมการมุ่งสู่เป้าหมาย (Model of Goal-Directed Behavior) โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 983 คน และวิเคราะห์โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง 2. ศึกษาโมเดลการวัดแรงจูงใจในการใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยวของคนไทย เปรียบเทียบระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว โดยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 798 คนแบ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทภูเขาจำนวน 510 คนและสถานที่	-ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมประกอบด้วย ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานของบุคคล การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม อารมณ์ที่คาดหวังด้านบวก พฤติกรรมในอดีต ความต้องการ ความเสี่ยง และโครงสร้างพื้นฐาน พบว่าทุกตัวแปรส่งผลโดยตรงทางบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจอย่างมีนัยยะสำคัญ ยกเว้นการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลโดยตรงทางลบต่อพฤติกรรมความตั้งใจ และพบว่าความต้องการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจสูงกว่าปัจจัยอื่นๆ -การวัดแรงจูงใจ ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัย ได้แก่ การพัฒนาความสามารถของตนเอง ความสันโดษ การสำรวจ การเปลี่ยนแปลงของร่างกาย การหลีกหนี และการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม เป็นตัวบ่งชี้ที่บ่งบอกถึงแรงจูงใจในการใช้จักรยานเพื่อการ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
		ท่องเที่ยวประเภททะเลจำนวน 288 คน 3. ศึกษาค่าความพึงพอใจที่จะจ่ายสำหรับการใช้จักรยานสถานที่ท่องเที่ยว วิเคราะห์โดยใช้การทดสอบกรณีกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มเป็นอิสระกัน(Independent sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน(Analysis of Variance:ANOVA)	ท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทั้งสองแบบมีนัยยะสำคัญ และเมื่อเปรียบเทียบโมเดลการวัดแรงจูงใจในการใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่พบว่ามีค่าแตกต่างกันระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว -จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และสังคม ได้แก่ เพศอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว การใช้จักรยาน และประเภทของจักรยาน พบว่าค่าความพึงพอใจที่จะจ่ายสำหรับการเช่าจักรยานแตกต่างกันระหว่างเพศอายุและประเภทของจักรยานอย่างมีนัยสำคัญ
เพ็ญนภา พงศ์กมลาสน์ (2557)	การประเมินการใช้งานเส้นทางจักรยานชุมชน : กรณีศึกษาเส้นทางจักรยานในชุมชนคลองสาน ช่วงระหว่างวัดอนงคารามจนถึงป้อมป้องปัจจามิตร	การวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจ การสังเกตการณ์ด้วยตนเอง และจากแบบสอบถามโดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้กำลังใช้งานเส้นทางจักรยานที่ศึกษาอยู่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาโดยใช้การแจกแจงความถี่เป็นร้อยละ	พบว่าผู้ใช้เส้นทางมีความพึงพอใจในการใช้งานเส้นทางที่ศึกษาในระดับดีและเห็นว่าอุปสรรคทางกายภาพในการใช้เส้นทางจักรยานที่ศึกษา 4 อันดับแรก คือ อันตรายจากอุบัติเหตุ ผิวทางสัญจรขรุขระ ทางจักรยานถูกรุกล้ำโดยพาหนะอื่น และขาดที่จอดจักรยานที่ปลอดภัยตามลำดับ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
อดิเรก อุ่นเจริญ และพลเดช เชาวรัตน์ (2558)	ระบบจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา : อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์	เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ที่นำเอาข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยว และข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการเสวนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญการใช้จักรยาน วิเคราะห์ควบคู่กัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญการใช้จักรยาน นักจักรยาน รวมถึงตัวแทนผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ที่ทำงานท้องถิ่นในพื้นที่ โดยแบ่งการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 285 คน และเก็บข้อมูลโดยการเสวนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 13 คน	พบว่า องค์ประกอบที่เป็นมาตรฐานในการใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย มีการจัดเส้นทางที่ผ่านเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวและเข้าถึงได้ง่าย มีป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว มีทัศนียภาพระหว่างทางที่สวยงาม มีเส้นทางจักรยานที่กว้าง มีความปลอดภัย การจราจรไม่แออัด มีการวางแผนประสานงานและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐ องค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้จำเป็นสำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบต่อไป
โชติพงษ์ บุญฤทธิ์, อมรรัตน์ บุญสว่าง, และพงศกร จงรักษ์ (2559)	การพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครสงขลาโดย	ศึกษาปัญหาและพฤติกรรมการใช้เส้นทางจักรยานจากผู้ที่อยู่อาศัยในเขตเทศบาลนครสงขลาจำนวน 400 คน, ศึกษาต้นแบบเส้นทางจักรยานเพื่อการ	พบว่า จากการสำรวจปัญหาและพฤติกรรมการใช้เส้นทางจักรยานนั้น นักปั่นจักรยานส่วนใหญ่มีปัญหาความไม่ปลอดภัยของเส้นทางจักรยานมากที่สุด รองลงมาคือปัญหาความไม่ต่อเนื่องของเส้นทาง ความ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
	กระบวนการมีส่วนร่วม	ท่องเที่ยวชุมชนโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจงจากความคิดเห็นตัวแทนชุมชนจาก 4 ภาคส่วน จำนวน 4 คน จากกลุ่มนักปั่นจักรยานที่ทดลองใช้เส้นทางจักรยาน จำนวน 20 คน และศึกษาความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อต้นแบบเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวโดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 คนจากนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา	ไม่ชัดเจนของป้ายบอกทางเส้นทางจักรยาน สภาพพื้นผิวถนนไม่เหมาะสำหรับการปั่นจักรยาน และเส้นทางปั่นจักรยานไม่มีความดึงดูดใจเป็นปัญหาที่เล็กน้อยที่สุด ส่วนในการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นพบว่าในด้านการจัดการควรมีบุคลากรที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน โครงสร้างพื้นฐาน เลนจักรยาน ป้ายชี้ทาง และควรมีกิจกรรมเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีให้แหล่งท่องเที่ยวด้วย และในส่วนของการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อต้นแบบเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครสงขลานั้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความแตกต่างทางลักษณะภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาคือสถานที่ตั้งซึ่งอยู่ติดกับทะเลอ่าวไทย มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆทางการท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงจุดหมายไปทางด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ และสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้น ได้แก่ การ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
			ประชาสัมพันธ์ ต้องกระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง และปรับปรุงภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยว และควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพ
รสมารินทร์ อรุโณทัย-พิพัฒน์ และพรเทพ ดิษยบุตร (2560)	คุณลักษณะของที่พักแรมที่เป็นมิตรกับจักรยานตามความต้องการของนักปั่นจักรยานทางไกลเพื่อการท่องเที่ยว	การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มนักปั่นจักรยานที่มีประสบการณ์ปั่นจักรยานทางไกลเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 22 คน	พบว่านักปั่นจักรยานชาวต่างชาติ และชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านรูปแบบการเดินทาง ขนาดของกลุ่ม ระยะเวลาในการเดินทาง และประเภทของที่พักแรม สำหรับที่พักแรมที่เป็นมิตรกับจักรยานควรมีคุณลักษณะ 8 ด้านคือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการบริการข้อมูลข่าวสาร ด้านคุณสมบัติของพนักงาน ด้านความปลอดภัย ด้านความสะอาด ด้านราคา และด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งข้อค้นพบนี้สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย นอกจากนั้นในงานวิจัยนี้ยังได้นำเสนอแนวคิดในการพัฒนามาตรฐานที่พักแบบที่เป็นมิตรกับ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
			จักรยาน ซึ่งจะเป็นเครื่องมือทางการตลาดในการส่งเสริมประเทศไทยให้มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในการเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวโดยจักรยาน
Meng & Han (2016)	Effect of environmental perceptions on bicycle travelers' decisionmaking process: developing an extended model of goal-directed behavior.	การศึกษานี้ออกแบบมาเพื่อตรวจสอบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวโดยจักรยานต่อผลกระทบของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจการท่องเที่ยวโดยจักรยาน โดยใช้โมเดล MGB(Model of Goal-directed Behavior)คือการเชื่อมโยงสิ่งแวดล้อม กับพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของนักเที่ยวโดยจักรยาน ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวโดยจักรยานจำนวน394 คน ในชมรมจักรยานของประเทศจีน และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน(CFA)	พบว่าการตรวจสอบผลการวิเคราะห์การตัดสินใจการท่องเที่ยวโดยจักรยานจากโครงสร้าง MGB ที่มีการขยายเพิ่มเติมของEC(การรับรู้ความสัมพันธ์กับธรรมชาติ)และ Eb(พฤติกรรมด้านการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติ) แบบบูรณาการมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการตัดสินท่องเที่ยวโดยจักรยาน และเป็นที่น่าพึงพอใจในความสามารถของการคาดการณ์ความตั้งใจของนักเดินทางโดยจักรยานดีกว่าโครงสร้าง MGB แบบเดิม ผลการวิจัยพบว่าทั้งสองโครงสร้างเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจักรยาน การรับรู้ ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยาน
Kovačić (2015)	PROFILING BICYCLE TOURISTS:	การวิจัยได้มีการเก็บข้อมูลแบบอิเล็กทรอนิกส์โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ โดยการส่ง	บทความวิจัยนี้เป็นการศึกษาครั้งแรกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจักรยานในประเทศโครเอเชีย โดย

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
	A CASE OF CROATIA	ลิงค์กระจายให้ผู้ตอบแบบสอบถามในสังคมออนไลน์ ทำให้มีอัตราการตอบรับสูง ลักษณะของการออกแบบการวิจัยได้ผลเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา แม้ว่าการเก็บข้อมูลบางอย่างถือว่าเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ	คุณลักษณะที่พบได้ทั่วไปทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ มีความเหมือนและความแตกต่างกันของข้อมูลในแต่ละพื้นที่ ในการกำหนดความต้องการในการท่องเที่ยวจักรยานจะสามารถเปรียบเทียบผลการวิจัยที่เฉพาะเจาะจงได้กลับแนวโน้มในปัจจุบัน งานวิจัยนี้ใช้มุมมองที่แตกต่างออกไปจากที่มีอยู่ ซึ่งช่วยให้เข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการขี่จักรยานที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการเลือกขี่จักรยานในประเทศในช่วงวันหยุด และทำให้ทราบถึงความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวจักรยานระหว่างประเทศ
Deenihan & Caulfield (2015)	Do tourists value different levels of cycling infrastructure?	บทความนี้มุ่งทดสอบว่านักท่องเที่ยวรับรู้คุณค่าชนิดโครงสร้างพื้นฐานการปั่นจักรยานที่แตกต่างกันอย่างไร โดยใช้ผลการสำรวจจากความพึงพอใจที่ตั้งเอาไว้ซึ่งสำรวจนักท่องเที่ยวที่ปั่นจักรยานในเมืองดับลิน ประเทศไอร์แลนด์ ใช้ลักษณะของการสำรวจ คือ เวลา ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพอากาศ และความลาดชันของเส้นทาง	พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเพิ่มเวลาการปั่นจักรยานประมาณ 100% ในการได้ขี่จักรยานบนทางจักรยานอย่างเต็มที่ มากกว่าการขี่จักรยานตามท้องถนนที่ไม่มีเส้นทางสำหรับจักรยานเลย และยินดีที่จะเสียเวลาเพิ่มขึ้น 40-50% เพื่อใช้ทางจักรยานมากกว่าการใช้ถนนที่ปราศจากเลนจักรยาน นักท่องเที่ยวัยรุ่นชายมีแนวโน้มที่จะเลือกการปั่นจักรยานบนถนนโดยไม่ต้องมีเลนหรือสิ่งอำนวยความ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
		A nested log it model ถูกสร้างขึ้นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล	สะดวกในการขี่จักรยาน ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มผู้หญิง มีแนวโน้มที่จะเลือกถนนเลนจักรยานหรือหรือถนนจราจรที่มีการสร้างเลนจักรยานอยู่ร่วมด้วย ปัจจุบันการวิจัยเกี่ยวกับการขี่จักรยานและการท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาในการวิจัยได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในพื้นที่นี้ งานวิจัยที่มีอยู่ในปัจจุบันส่วนมากจะเป็นงานวิจัยที่สนับสนุนรายการใหญ่ๆ เช่น การแข่งขัน Tour de France และการปั่นท่องเที่ยวผจญภัยทั่วไป ซึ่งในงานบทความนี้ได้รับการยอมรับบนพื้นที่ของการขี่จักรยานเพื่อการท่องเที่ยวและพัฒนาระบบตามค่าที่สามารถนำมาใช้ได้การวางแผนโครงสร้างพื้นฐานการขี่จักรยานในสถานที่ท่องเที่ยวและพื้นที่ชนบท
Ritchie, Tkaczynski & Faulks (2010)	Understanding the Motivation and Travel Behavior of Cycle Tourists Using Involvement Profiles.	โดยมีผู้ให้ข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามจำนวน 654 ชุด จากการสำรวจแบบออนไลน์ของสมาชิกชมรมจักรยานในออสเตรเลีย ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มโดยแยกตามระดับการมีส่วนร่วม	วิจัยนี้จึงเป็นการรวบรวมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืนของคนในพื้นที่ และเชื่อมโยงกับทฤษฎีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมและความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่ปั่นจักรยานซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มโดยแยกตามระดับการมีส่วนร่วม โดยในแต่ละ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
			กลุ่มมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ พบได้จากแรงจูงใจในการเดินทาง พฤติกรรมการเดินทาง และความตั้งใจด้านพฤติกรรม ตลอดจนพฤติกรรมทางสังคม และพฤติกรรมในการขี่จักรยาน โดยผลการวิจัยสนับสนุนด้านการมีส่วนร่วมที่ยั่งยืนในบริบทการท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมในการส่งเสริมการตลาดเฉพาะ ซึ่งรวมไปถึงกิจกรรมสันทนาการที่เป็นที่นิยม โดยงานวิจัยได้ระบุข้อเสนอแนะจากการค้นพบด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารการตลาด เพื่อประโยชน์ในการทำการวิจัยในครั้งต่อไป
Lee, Chen & Huang (2014)	Attributes of Destination Attractiveness in Taiwanese Bicycle Tourism : The Perspective of Active Experienced Bicycle Tourists	การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น AHP(Analytic Hierarchy Process) ใ ช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (snow ball) จาก 28 นักปั่นจักรยานท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมและประสบการณ์ในการปั่นจักรยานในประเทศไต้หวัน	ผลการวิจัยพบว่าจากการสอบถามข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์จากนักท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่มีประสบการณ์นั้น คุณลักษณะสำคัญที่ส่งผลต่อความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจักรยานมากที่สุด คือ การให้บริการด้านอาหาร (ร้านขายของชำและร้านสะดวกซื้อ) สภาพภูมิอากาศที่สะดวกสบาย พื้นผิวถนนที่เรียบ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พัก ทั้งหมดนี้คือส่วนสำคัญของคุณลักษณะในจุดหมาย

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
			ปลายทางการท่องเที่ยวโดยจักรยานที่ส่งผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวปั่นจักรยาน
Lee & Huang (2014)	The Attractiveness of Taiwan as a Bicycle Tourism Destination : A Supply-Side Approach	วิธีนี้ประกอบด้วยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ภายในการสำรวจเชิงประจักษ์ใช้การวิเคราะห์ขั้นตอนลำดับขั้น AHP (Analytic Hierarchy Process) เป็นวิธีจัดลำดับความสำคัญ องค์ประกอบต่างๆ ให้ความสำคัญกับประเด็นที่สำคัญที่สุด มีการเปรียบเทียบเพื่อพัฒนาลำดับความสำคัญในแต่ละระดับ เนื่องจาก AHP ขึ้นอยู่กับอัตราส่วนที่เป็นค่าความผิดพลาดและรวมถึงการตรวจสอบที่ไม่สอดคล้องกับผลการค้นหานี้ ดังนั้นจึงมีความถูกต้องมากขึ้นและให้ข้อมูลมากกว่าวิธีการกำหนดตัวเลข (เช่น ความสำคัญ - การวิเคราะห์ประสิทธิภาพ) ซึ่งถือเป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการศึกษานี้	ข้อค้นพบที่สำคัญของการวิเคราะห์ อาจสรุปได้ดังนี้ ประการแรกการค้นพบของการศึกษาสอดคล้องกับผลการวิจัยของนักวิจัยคนอื่น ๆ ว่าคุณลักษณะบางอย่างไม่เท่ากันในการกำหนดความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง ประการที่สองสภาพภูมิอากาศที่สะดวกสบายมีผลอย่างมากและมีความสำคัญต่อความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจักรยาน ประการที่สามความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับจักรยานและคุณภาพของพื้นผิวถนนที่มีคุณภาพสูงช่วยให้นักท่องเที่ยวรถจักรยานสามารถขับขี่ได้อย่างปลอดภัยและสะดวกสบายและถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจักรยาน

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
			ประการที่สี่ระบบเส้นทางจักรยานที่ครอบคลุมซึ่งเชื่อมโยงกันทั้งจุดหมายปลายทางและเชื่อมโยงกับระบบขนส่งสาธารณะประเภทอื่น ๆ ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจักรยาน ส่วนบริการเสริม เช่น รายงานข้อมูลสภาพอากาศ แสงป้ายระยะทาง,สถานีปฐมพยาบาล และสถานีตำรวจ ไม่ได้เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว แต่เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวจักรยาน
Lee (2014)	An investigation of factors determining cycling experience and frequency	เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อระบุปัจจัยพื้นฐานต่อระดับความพึงพอใจในการคาดการณ์ความพึงพอใจโดยรวมและความถี่ของการเดินทางโดยรถจักรยาน ใช้การวิเคราะห์เชิงสำรวจ โดยแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด และทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวจักรยานที่ได้รับความนิยมในประเทศไต้หวัน 3 แหล่ง แหล่งท่องเที่ยวละ	จากการเก็บข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวโดยจักรยานทั้ง 3 แห่งปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญทางด้านบริการป้ายบอกเส้นทาง, การให้บริการด้านความปลอดภัยและเหตุฉุกเฉิน, และคุณภาพของถนนเส้นทางจักรยาน ปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การให้บริการด้านความปลอดภัยและเหตุฉุกเฉิน และคุณภาพของถนนเส้นทางจักรยาน ในส่วนของด้านรายได้อัตราเงินเดือนได้รับการพิสูจน์ว่ามีผลต่อ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
		100 ชุด	ความถี่ในการท่องเที่ยวโดยจักรยานของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการศึกษานี้อาจเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการในประเทศแถบตะวันตกที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวจักรยานอย่างมาก และในเอเชียที่กำลังเริ่มพัฒนาในด้านจักรยานท่องเที่ยว
Han, Meng & Kim (2017)	Emerging bicycle tourism and the theory of planned behavior	เป็นการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ โครงสร้างTPB (theory of planned behavior) แบบจำลองโครงสร้าง SEM (Structural model evaluation)โดยขยายการศึกษาด้านบรรทัดฐานส่วนบุคคล และจากพฤติกรรมที่ผ่านมา และสำรวจกับสมาชิกของชมรมจักรยาน ในประเทศจีน 8 แห่ง จำนวน 394 ชุด	จากการวิเคราะห์การศึกษากระบวนการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวจักรยานโดยโครงสร้าง TPB (theory of planned behavior)ที่มีการขยายการศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้บรรทัดฐานส่วนบุคคล และจากพฤติกรรมที่ผ่านมา นั้นบรรทัดฐานส่วนบุคคลมีนัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทัศนะคติความตั้งใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะว่าแนวทางการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจักรยานจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับระดับความน่าดึงดูดใจของสถานที่อย่างไม่แน่นอน
Chun-Chang, Liu, Wei-San, Chii-Hwa, & Chang (2011)	Verification of a destination image influence model for	เป็นการวิจัยที่ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง SEM (Structural model evaluation) เพื่อทดสอบรูปแบบของสมมติฐาน โดยการสำรวจ	จากการทดสอบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวจีนแบ่งเป็นเพศชาย 178 คนและเพศหญิง 210 คน ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย และอยู่

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่องวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลของงานวิจัย
	Taiwan bicycle tourism blogs for Chinese tourists	แบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตแบบการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 ตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างในประเทศจีน	ในช่วงอายุ 21-30 ปี และเข้าหาข้อมูลออนไลน์โดยใช้เวลาประมาณ 30 นาทีต่อครั้งการใช้งาน ผลการตรวจสอบยืนยันว่า ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยวโดยจักรยานในบล็อกเว็บไซต์, ข้อความที่น่าเชื่อถือ และประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวที่ลงในเว็บไซต์ท่องเที่ยว มีอิทธิพลโดยตรงต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนแสดงให้เห็นถึงการสร้างความน่าเชื่อถือและตราสินค้าในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดการท่องเที่ยวจักรยาน

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

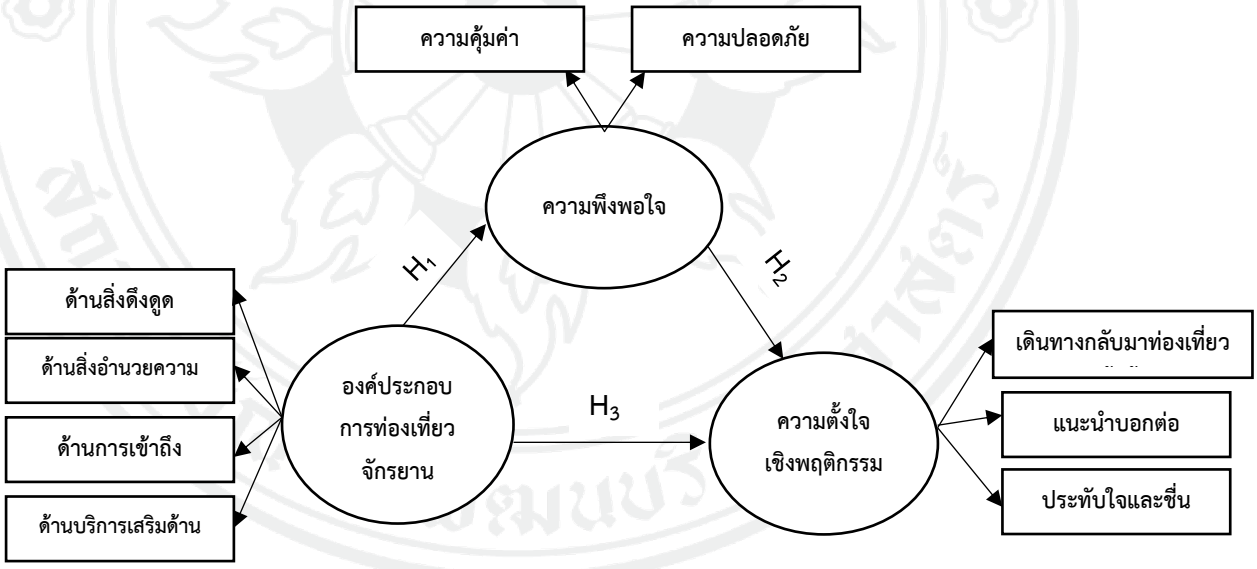
จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (รัจนี นพเกตุ, 2539; Knutson et al., 2008; Lee & Huang,2014; Lee et al, 2012; Padgett & Allen, 1997; Tasci & Boylu, 2010) และการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยสามารถสสร้างสมมติฐาน 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่1 (H_1) องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

สมมติฐานข้อที่ 2 (H_2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

สมมติฐานข้อที่ 3 (H_3) องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

โดยสมมติฐานทั้ง 3 ข้อสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้



ภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

จาการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ :กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยจักรยานในพื้นที่เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ขั้นตอนการดำเนินการ

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

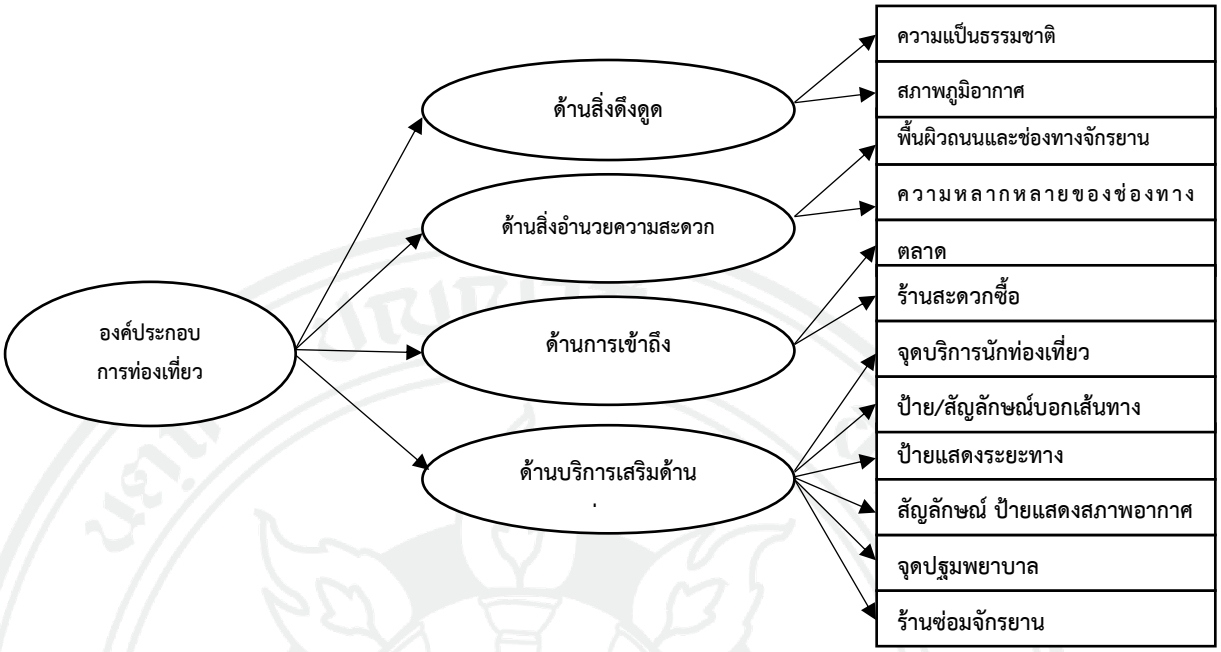
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการ

ขั้นตอนในการดำเนินการเพื่อนำไปสู่การวิจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ :กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยจักรยานในพื้นที่เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีดังต่อไปนี้

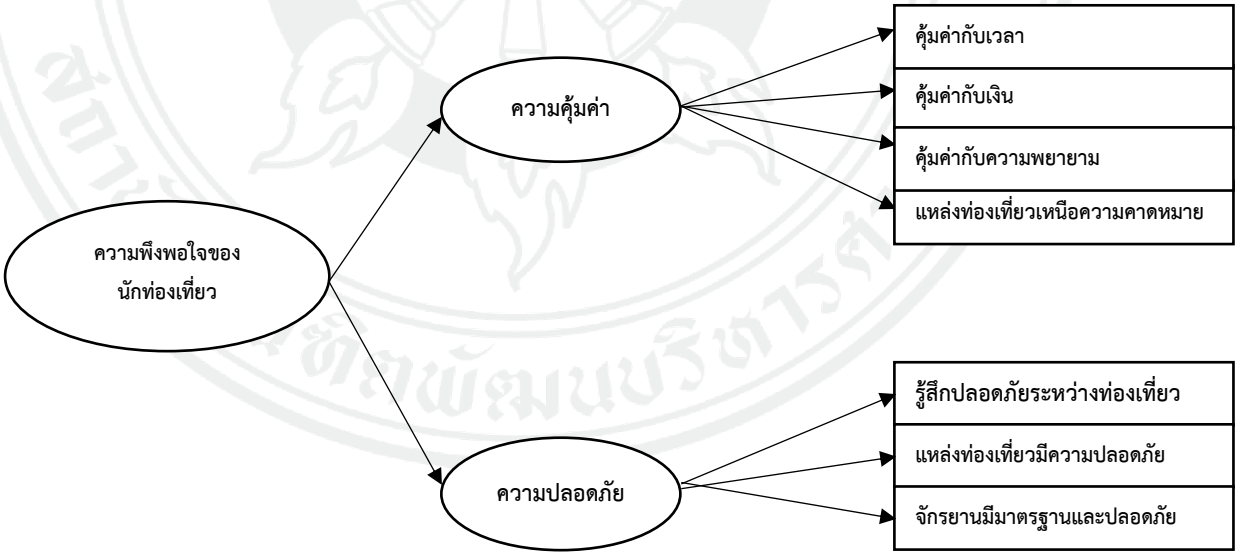
1. ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม
2. วางแผนในการสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยกำหนดวันและสถานที่ในการสำรวจข้อมูลช่วงเวลาที่ใช้เก็บข้อมูลซึ่งอยู่ในช่วง เดือนกุมภาพันธ์ 2561 ถึง เมษายน 2561
3. ดำเนินการสำรวจข้อมูลโดยใช้วิธีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
4. ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
5. ทำการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง โดยการประมวลผลและวิเคราะห์ผลโดยการใช้ผลของเครื่องคอมพิวเตอร์จากการวิเคราะห์พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของโมเดล
6. สรุปผลการวิจัยและจัดทำข้อเสนอแนะ

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

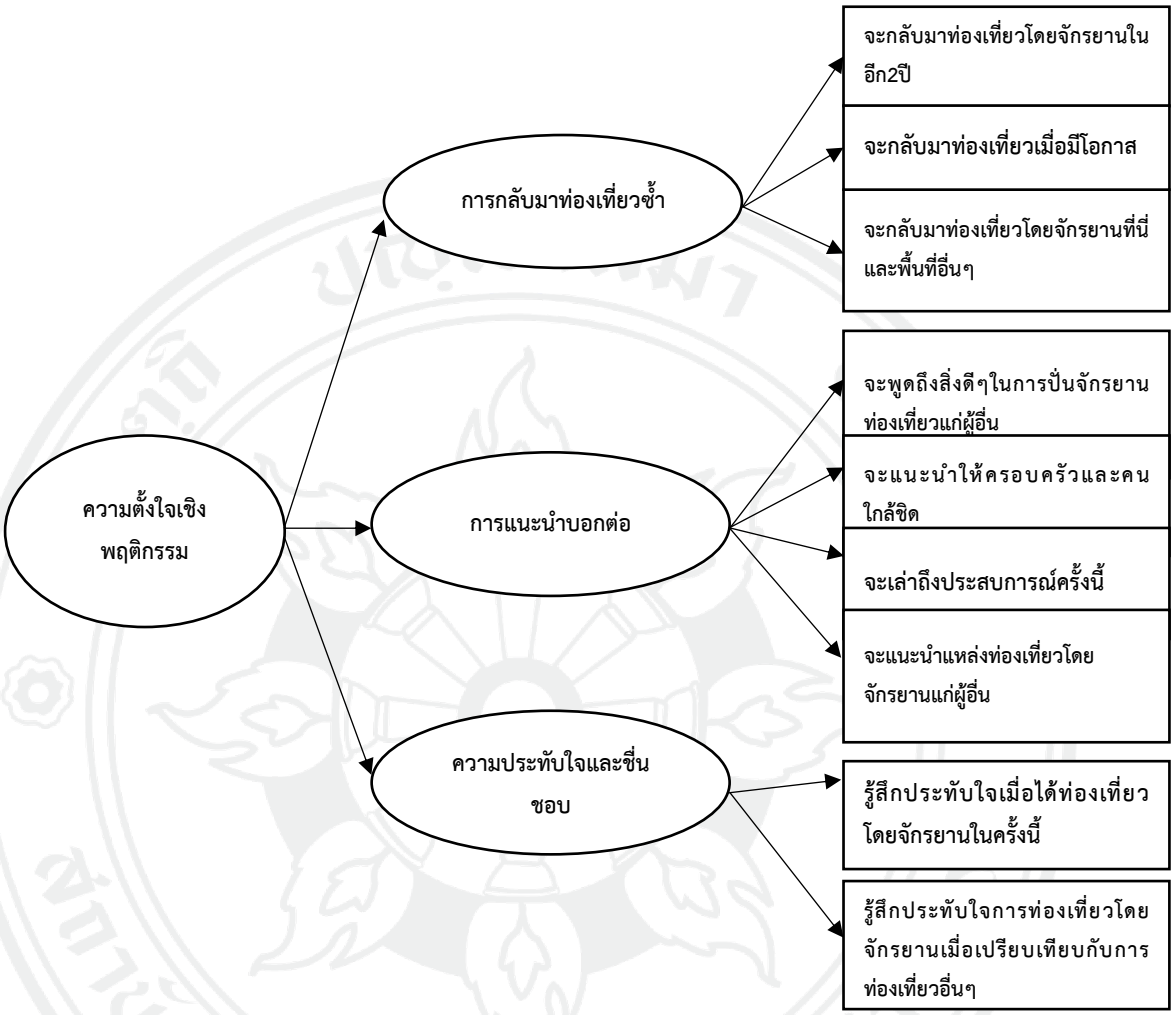
จาการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรอบแนวคิดนี้ได้รวบรวมองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ที่แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริการเสริมด้านต่าง ๆ ทั้งนี้ได้รวบรวมตัวชี้วัดที่สำคัญของแต่ละองค์ประกอบในการวิเคราะห์ โดยกรอบแนวคิดได้แบ่งเป็น โมเดลการวัดขั้นที่ 1 โมเดลการวัดขั้นที่ 2 และโมเดลเชิงสาเหตุ โดยโมเดลการวัดจะเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน CFA (Confirmatory Factor Analysis) ส่วนโมเดลโมเดลเชิงสาเหตุจะเป็นการวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งอิทธิพลใช้การวิเคราะห์ด้วย SEM (Structural equation modeling)



ภาพที่ 3.1 องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของโมเดล ตัวบ่งชี้องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน



ภาพที่ 3.2 องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของโมเดล ตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



ภาพที่ 3.3 องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของโมเดล ตัวบ่งชี้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ:กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยจักรยานในพื้นที่เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มดังนี้

1) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามคำแนะนำของแฮร์ (J. J. F. Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006) ที่เสนอว่าจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural equation model) คือ 200 ตัวอย่างหรือมากว่า และแนวทางการกำหนดของกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 15 เท่าของจำนวนตัวแปร (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542 อ้างถึงใน อรจันทร์ ศิริโชติ, 2552) ซึ่งการวิจัยนี้มี 28 ตัวแปร X 15 = 420 ตัวอย่าง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มีจำนวน 466 คน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเจาะจงคัดเลือกเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรีเท่านั้น และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random Sampling)

2) ประชากรกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ของเขตธนบุรีซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวโดยจักรยานเดินทางมาท่องเที่ยวจริงในพื้นที่ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random Sampling)

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ประเภทของเครื่องมือ

ในงานวิจัยเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ:กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยจักรยานในพื้นที่เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จะใช้แบบสอบถามความคิดเห็น (Questionnaires) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่ง แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานใน เขตธนบุรี ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) สัญชาติ 4) การศึกษา 5) บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย 6) ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวโดยจักรยาน 7) ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว 8) ข้อมูลข่าวสารประกอบการเดินทางท่องเที่ยว 9) เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่แห่งนี้กี่ครั้ง โดยลักษณะคำถามจะเป็น คำถามปลายปิดแบบเลือกตอบรายการ(Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามตัวแปรเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน โดยแบ่งเป็น 4 หัวข้อหลัก

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามตัวแปรเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำนวน 2 หัวข้อหลัก

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามตัวแปรเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำนวน 3 หัวข้อหลัก

3.3.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนการสร้าง และพัฒนาเครื่องมือผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่1 ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ บทความ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทบทวนโครงสร้างของตัวแปร และกำหนดนิยามปฏิบัติการของตัวแปรหลักในกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม (items) และเพื่อความสะดวกในการแปลความหมายของตัวแปรจึงใช้มาตรวัดประมาณค่าแบบ Likert ชนิด 5 ระดับ และมีการให้คะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมาย 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายความว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

คะแนน 4 หมายความว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

คะแนน 3 หมายความว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนน 2 หมายความว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

คะแนน 1 หมายความว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลค่าคะแนนเฉลี่ย กำหนดเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

4.21 - 5.00 แสดงว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

3.41 - 4.20 แสดงว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

2.61 - 3.40 แสดงว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลางมี

1.81 - 2.60 แสดงว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

1.00 - 1.80 แสดงว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ขั้นที่ 2 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัยโดยการทำโครงสร้างแบบสอบถาม นิยามปฏิบัติการที่กำหนดขึ้นมาสร้างตารางกำหนดพฤติกรรมที่ต้องการวัดและจำนวนข้อคำถาม

ตารางที่ 3.1 ตารางกำหนดพฤติกรรมที่ต้องการวัด จำนวนข้อคำถาม และแหล่งอ้างอิงข้อมูล

วัตถุประสงค์	ข้อคำถามและแหล่งอ้างอิง	จำนวนข้อ	ข้อที่	ระดับมาตรวัด	ลักษณะการตอบ
เพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร	<u>ส่วนที่1.</u> ข้อมูลพื้นฐานและคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวปรับปรุงจาก (อรจันทร์ ศิริโชติ, 2552)	9	1-9		เลือกตอบ
	1) เพศ			นามบัญญัติ	
	2) อายุ			อันดับ	
	3) ระดับการศึกษา			นามบัญญัติ	
	4) สัญชาติ			นามบัญญัติ	
	5) บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวโดยจักรยานในครั้งนี้			นามบัญญัติ อันดับ	
	6) ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวโดยจักรยาน			นามบัญญัติ	
	7) ข้อมูลข่าวสารประกอบการเดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยาน			นามบัญญัติ	
	8) ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว				
	9) เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่แห่งนี้กี่ครั้ง			นามบัญญัติ	
เพื่อสำรวจองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานต่อนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวโดย	<u>ส่วนที่ 2.</u> องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานปรับปรุงจาก(Chang & Chang, 2009), (Lee & Huang, 2014) และ(Lee	12	1-12	อัตราภาคชั้น	เลือกตอบ

วัตถุประสงค์	ข้อคำถามและแหล่งอ้าอิง	จำนวนข้อ	ข้อที่	ระดับมาตรวัด	ลักษณะการตอบ
จักรยาน ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร	et al., 2012) 1.ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. ด้านการเข้าถึง (Accessibility) 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 4. ด้านบริการเสริมด้านต่าง ๆ (Ancillary Service)				
เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยจักรยาน ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร	ส่วนที่ 3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ปรับปรุงจาก (Othaganont & pathomsirikul, 2013), (Chang & Chang, 2009) 1.ด้านประสบการณ์ 2.ด้านความคุ้มค่า 3.ด้านความปลอดภัย	7	13-19	อัตราภาคชั้น	เลือกตอบ
เพื่อสำรวจความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยจักรยาน ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร	ส่วนที่ 4. ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ปรับปรุงจาก(สุวคนธ สมไพรพิทักษ์, 2554), (ดวงดาว วัฒนากลาง, 2558) และ(ฉัฐสุรีย์ สิทธิทรัพย์ไพศาล, 2558) 1.การกลับมาท่องเที่ยวอีก 2.การแนะนำและการบอกต่อ	9	20-28	อัตราภาคชั้น	เลือกตอบ

วัตถุประสงค์	ข้อคำถามและแหล่งอ้าอิง	จำนวนข้อ	ข้อที่	ระดับมาตรวัด	ลักษณะการตอบ
	3.ความประทับใจและความชอบ				

ขั้นที่3 ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่างตามโครงสร้างของแบบสอบถาม
ขั้นที่4 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นพร้อมแบบประเมินให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ พร้อมปรับปรุงแก้ไข

3.3.3 การตรวจสอบคุณภาพและการพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถาม โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหาให้มีความสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยการหาค่าความสอดคล้อง หาค่า ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC: Index of Item Objective Congruence) จากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไขและตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ในการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้การพิจารณาตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด
ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด
ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด
จากนั้นนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร คือ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง
$\sum R$ หมายถึง ผลรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

เกณฑ์ในการพิจารณาค่าเที่ยงตรง

1) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
2) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด จากนั้นหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการนำข้อมูลในแบบสอบถามทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

$$a = \frac{n}{n-1}\left[1 - \frac{\sum^{2} si}{St}2\right]$$

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

n แทน จำนวนข้อของเครื่องมือวัด

$\sum s_i^2$ แทน ผลรวมค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวมของแต่ละคน

ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้ควรมีค่ามากกว่า 0.70

ผู้วิจัยวิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือวัดแต่ละฉบับด้านความเชื่อมั่น ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS (Statistics Package for the Social Sciences) ในการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของมาตรวัด ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาควรมีค่าในระดับ 0.70 ขึ้นไป (J.Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006) ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item–total Correlation) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการ ศึกษาด้วยกันเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง ทำการเก็บข้อมูลนะแหล่งท่องเที่ยวในเขตธนบุรีกรุงเทพมหานคร จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 466 ตัวอย่าง
2. รวบรวมและตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถามจากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำตอบแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์

1.การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

2.การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factory Analysis: CFA)

การวิเคราะห์องค์ประกอบแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ 1.การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Explorative Factor analysis: EFA) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบที่มุ่งศึกษาโมเดลการวัด (measurement model) โดยที่ไม่มีสมมุติฐานกำหนดไว้ แต่ใช้ข้อมูลทางสถิติ เป็นเครื่องมือในการระบุความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (variable) กับองค์ประกอบ (factor) และ 2.การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบที่นักวิจัยได้สร้างโมเดลการวัดเอาไว้แล้ว และรู้ว่ามีจำนวนองค์ประกอบเท่าใด แต่ละองค์ประกอบชื่ออะไรและประกอบไปด้วยตัวแปรใดบ้าง ใช้สถิติ เพื่อเป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของโมเดลการวัด โดยมีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับ EFA (Explorative Factor analysis) คือ 1) เพื่อตรวจสอบทฤษฎีที่ใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2) เพื่อสำรวจและระบุ 3) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างตัวแปรใหม่ โดยใช้โมเดลการวัด (measurement model) ของโมเดลโครงสร้างความแปรปรวนร่วม

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ไชยันต์ สกุลศรีประเสริฐ (2556) ได้แบ่งเป็นขั้นตอน 4 ขั้นตอนได้แก่ การกำหนดข้อมูลจำเพาะของโมเดล การระบุความเป็นไปได้เพียงค่าเดียวของโมเดล การประมาณค่าพารามิเตอร์ และการประเมินความสอดคล้อง ของโมเดล ดังนี้

2.1 การกำหนดข้อมูลจำเพาะของโมเดล (model specification) เป็นการกำหนดความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งเป็นการกำหนดโมเดลการวัดตามทฤษฎีที่ผู้วิจัยคาดการณ์ไว้ว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้หรือตัวชี้วัดตัว

ใดบ้าง ซึ่งในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวต้องถูกอธิบายด้วยตัวแปรแฝงเพียงตัวเดียว (unidimensional measures) หรือค่า cross loading มีค่าเท่ากับ 0

2.2 การระบุความเป็นไปได้เพียงค่าเดียวของโมเดล (Model identification) การประมาณค่าพารามิเตอร์จะทำได้ก็ต่อเมื่อโมเดลที่สร้างสามารถระบุความเป็นไปได้ของพารามิเตอร์เพียงค่าเดียว การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของโมเดลอาศัยกฎของ t ก็คือโมเดลที่ระบุได้พอดี ต้องมีจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าน้อยกว่าจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วม (variance-covariance matrix) ของตัวแปรสังเกตได้ หรือสามารถคำนวณได้จากสูตร $t \leq (p)(p+1)/2$ โดยค่า t คือ จำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่า p เป็นจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ของโมเดล

2.3 การประมาณค่าพารามิเตอร์ (Parameter estimation) เป็นการนำข้อมูลจากตัวแปรสังเกตมาประมาณค่าพารามิเตอร์ เช่น ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ ค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบ ค่าเศษเหลือ ในการประมาณค่าพารามิเตอร์จะมีลักษณะเป็นการทวนซ้ำ (iteration) โดยการประมาณค่า population covariance matrix (Σ) ให้มีความคลาดเคลื่อน น้อยที่สุดเมื่อนำมาเทียบกับ sample covariance matrix (S) ซึ่งได้จากข้อมูลเชิงประจักษ์จากกลุ่มตัวอย่าง

2.4 การประเมินความสอดคล้องของ โมเดล (Assessing measurement model validity) ในการประเมินความสอดคล้องกันของโมเดล เริ่มต้นตรวจสอบว่า ค่าพารามิเตอร์ที่ได้มีความสมเหตุสมผลหรือไม่ เพราะโมเดลที่มีความสอดคล้องดี อาจมีค่าพารามิเตอร์ ที่ไม่เหมาะสม เมื่อตรวจสอบค่าพารามิเตอร์ที่ได้แล้วผู้วิจัยจึงมาตรวจสอบค่าความสอดคล้องของโมเดล ในการตรวจสอบความสอดคล้องกันของโมเดลจะทำใน 2 ส่วนคือ การประเมินความสอดคล้องของทั้งโมเดล (over all goodness of fit) และความสอดคล้องในรายตัวแปร (path estimation)

3. โมเดลสมการโครงสร้าง ประกอบด้วยโมเดลการสร้างมาตรวัด (Measurement Model) และโมเดลโครงสร้าง (Structural Model) ดังนี้

3.1โมเดลมาตรวัด เป็นกระบวนการสร้างมาตรวัดตัวแปรที่ผู้วิจัยกำหนดไว้เป็นตัวแปรหลักที่ต้องการศึกษา ซึ่งอาจทำหน้าที่เป็นตัวแปรอิสระ (Independent variables) หรือตัวแปรตาม (Dependent variables) ในขั้นตอนการสร้างกรอบแนวคิด ตัวแปรหลักๆที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาด้วยตัวบ่งชี้ (Indicators) ต่างๆ จะถูกประเมินด้วยผลเทคนิคการวิเคราะห์

องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) ว่าสามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรหลักได้มากน้อยเพียงใด

3.2โมเดลโครงสร้าง เป็นโมเดลเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลระหว่างตัวแปรหลัก (ตัวแปรแฝง) ที่ระบุไว้ในโมเดลมาตรวัด โดยปกติจะแสดงเป็นภาพในลักษณะคล้ายคลึงกับภาพเส้นทางความสัมพันธ์ (Path model) สิ่งที่แตกต่างกัน คือ แทนที่จะมีเฉพาะเส้นทางระหว่างตัวแปร (แฝง) หลักเท่านั้น ยังมีเส้นทางระหว่างตัวแปรประจักษ์กับตัวแปร (แฝง) หลัก และเส้นทางค่าผิดพลาดของตัวแปรประจักษ์ และของตัวแปรหลัก (หรือตัวแปรแฝง) ด้วย

<u>ข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์</u>

1.ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในโมเดลเป็นความสัมพันธ์แบบเส้นตรงเชิงบวกและเป็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal relationship)

2.ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรทั้งตัวแปรภายนอกและตัวแปรภายใน และความคลาดเคลื่อนต้องเป็นการแจกแจงแบบปกติ ความคลาดเคลื่อนต่างๆต้องมีค่าเฉลี่ยเป็นศูนย์

3.ลักษณะความเป็นอิสระต่อกัน (Independence) ระหว่างตัวแปรกับความคลาดเคลื่อนสามารถแยกได้ดังนี้ คือ ความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ตัวแปรและความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน แต่ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรแต่ละกลุ่มอาจสัมพันธ์กันได้

<u>หลักการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง</u>

หลักการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ได้แก่ การประมาณค่าพารามิเตอร์ในโมเดลโดยการวิเคราะห์เป็นภาพรวมตามหลักการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) และการวิเคราะห์อิทธิพล (Path analysis) ไปพร้อมๆกัน และมีการวิเคราะห์ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์พร้อมทั้งรายงานดัชนีความสอดคล้องด้วย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่ององค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอตามลำดับดังนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Fator Analysis: CFA)

4.4 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1.1 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

$\mathbf{n}$	หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size)
$\bar{x}$	หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
SD	หมายถึง ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
CR	หมายถึง ค่าความเที่ยงตัวแปร (Composite Reliability)
AVE	หมายถึง ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted)
x^2	หมายถึง ค่าไคสแควร์ (Chi-square)
Df	หมายถึง องศาอิสระ (Degree of freedom)
P	หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นทางสถิติ (p-value)
CFI	หมายถึง ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
TLI	หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Tucker-Lewis Index)

RMSEA หมายถึง ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation)

SRMR หมายถึง ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Squared Residual)

R^2 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determination)

TE หมายถึง อิทธิพลรวม (Total Effect)

DE หมายถึง อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)

IE หมายถึง อิทธิพลทางอ้อม (indirect Effect)

4.1.2 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร

ELE หมายถึง องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน

SAT หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

BI หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ATT หมายถึง ด้านสิ่งดึงดูดใจ

AC หมายถึง ด้านการเข้าถึง

AM หมายถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

COM หมายถึง บริการเสริมด้านต่างๆ

S_WO หมายถึง ด้านความคุ้มค่า

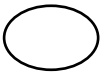
S_WF หมายถึง ด้านความปลอดภัย

BI_IN หมายถึง การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

BI_WM หมายถึง การแนะนำบอกต่อ

BI_SP หมายถึง ความประทับใจและความชื่นชอบ

4.1.3 สัญลักษณ์โมเดล

 หมายถึง ตัวแปรแฝง (Latent variable)

หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable)

หมายถึง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตัวแปรที่ปลายลูกศรก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงโดยตรงตัวแปรที่หัวลูกศร

4.2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การแจกแจงความถี่ และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 466 คน จำแนกตาม เพศ อายุ สัญชาติ การศึกษา บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวโดยจักรยาน ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ข้อมูลข่าวสารประกอบการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยาน ดังแสดงในตารางที่ 4.1 พบว่า เป็นเพศหญิงจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 และเพศชาย จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1

ด้านอายุพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 12 - 24 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 45 - 54 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 อายุระหว่าง 25 – 34 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 อายุระหว่าง 35 – 44 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 อายุระหว่าง 55 – 64 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และอายุ 65 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

ด้านการศึกษาพบว่า มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำนวน 89 คน เท่ากันกับระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 19.1 ระดับมัธยมศึกษา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 12.4 และระดับปริญญาเอก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสัญชาติยุโรปมากที่สุดจำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 71.1 รองลงมาคือสัญชาติอเมริกันจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 สัญชาติเอเชียจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 สัญชาติโอเชียเนียจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และจากสัญชาติอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร่วมเดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานเป็นครอบครัวมากที่สุดจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานกับเพื่อน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานแบบคนเดียวจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และเดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานอื่น ๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยจักรยานส่วนใหญ่ใช้เวลามากกว่า 2 ชั่วโมง จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ ใช้เวลาท่องเที่ยวโดยจักรยานระยะเวลาอื่น ๆ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 ใช้เวลาท่องเที่ยวโดยจักรยานระยะ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และใช้เวลาท่องเที่ยวโดยจักรยานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

ด้านการรับรู้ข่าวสาร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวโดยจักรยานรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวโดยจักรยานทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ

รับรู้ผ่านช่องทางอื่น ๆ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และ รับรู้การท่องเที่ยวโดยจักรยานผ่านแผ่นพับ/หนังสือ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4

รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่มจำนวน 402 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 รองลงมาคือ แบบอิสระด้วยตนเอง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และเดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานรูปแบบอื่นๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวโดยจักรยานส่วนมากเคยท่องเที่ยวโดยจักรยานแล้วมากกว่าหนึ่งครั้ง จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 และท่องเที่ยวโดยจักรยานเป็นครั้งแรกจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

รายการ	จำนวน	%
เพศ		
ชาย	210	45.1
หญิง	256	54.9
อายุ		
12-24	144	30.9
25-34	101	21.7
35-44	78	16.7
45-54	118	25.3
55-64	23	4.9
65 ขึ้นไป	2	0.4
การศึกษา		
มัธยมศึกษา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	58	12.4
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	89	19.1
ปริญญาตรี	211	45.3
ปริญญาโท	89	19.1
ปริญญาเอก	19	4.1
เชื้อชาติ		
ยุโรป	334	71.1
อเมริกัน	101	21.7

รายการ	จำนวน	%
โอเชียเนีย	7	1.5
เอเชีย	19	4.1
อื่นๆ	5	1.1
ผู้ร่วมปั่นจักรยานในครั้งนี้		
คนเดียว	36	7.7
เพื่อน	146	31.3
ครอบครัว	260	55.8
อื่นๆ	24	5.2
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยจักยาน		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	3	0.6
1-2 ชั่วโมง	15	3.2
มากกว่า 2 ชั่วโมง	339	72.7
อื่น ๆ	109	23.4
ช่องทางการรับรู้การท่องเที่ยวโดยจักรยาน		
อินเทอร์เน็ต	311	66.7
แผ่พับ/หนังสือ	30	6.4
อื่นๆ	125	26.8
รูปแบบการท่องเที่ยวโดยจักรยาน		
อิสระด้วยตนเอง	55	11.8
กลุ่ม	402	86.3
อื่นๆ	9	1.9
จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวโดยจักรยาน		
ครั้งแรก	164	35.2
มากกว่า 1 ครั้ง	302	64.8

4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Fator Analysis: CFA)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวปั่น

จักรยานในเขตธนบุรี โดยผู้วิจัยทดสอบความเหมาะสมของโมเดลการวัด และทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวัด ดังนี้

ในการวิเคราะห์ ความเหมาะสมของโมเดลการวัด การวิเคราะห์ องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวปั่นจักรยานในเขตธนบุรี ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง เพื่อยืนยันการเป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลการวัด (Measurement model) ของแต่ละปัจจัย โดยข้อคำถามที่ไม่เป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้จะถูกตัดออก ก่อนนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยมีการตรวจสอบค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.784 และ ค่าสถิติ Bartlett's test of sphericity เท่ากับ 5678.238 โดยทั้งหมด มีค่า p value มีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปว่า การวิเคราะห์ปัจจัยเหมาะสมกับข้อมูล นอกจากนี้ยังได้มีการวิเคราะห์ ค่าความร่วมกัน (Commonality) ซึ่งในการวิเคราะห์งานวิจัยฉบับนี้ หากค่าความร่วมกันของปัจจัยใดน้อยกว่า 0.3 ข้อมูลนั้นจะถูกตัดออก (Hair et al., 2006)รวมทั้งมีการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal components analysis) โดยหมุนแกนองค์ประกอบแบบมุมฉาก (Orthogonal rotation) ด้วยวิธี Varimax ซึ่งเหมาะสำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบในอุตสาหกรรมบริการ (Turner and Vu, 2012) และพิจารณาค่าความแปรปรวนสะสมขององค์ประกอบที่มีค่า Eigenvalues มากกว่า 1 (Hair et al., 2006) และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยค่าสถิติ ค่าดัชนีไคสแควร์ Chi-square ดัชนี CFI (Comparative fit index) ดัชนี TLI (Tucker and Lewis Index) ดัชนี RMSEA (Root mean square error of approximation) ดัชนี SRMR (Standardized root mean square residual)

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง

องค์ประกอบ	Factor Loadings	Cronbach's Alpha	Item Reliabilities	CR >0.6	AVE >0.5
ด้านสิ่งดึงดูด(ATT)		0.694		0.687	0.523
สภาพภูมิอากาศ	0.732		0.535		
ความเป็นธรรมชาติ	0.715		0.511		
ด้านการเข้าถึง(AC)		0.689		0.689	0.525
ความหลากหลายของช่องทางจักรยาน	0.731		0.534		
พื้นผิวของถนนและช่องทางจักรยาน	0.719		0.516		
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก(AM)		0.727		0.747	0.602
ตลาด	0.884		0.781		
ร้านสะดวกซื้อ	0.651		0.423		

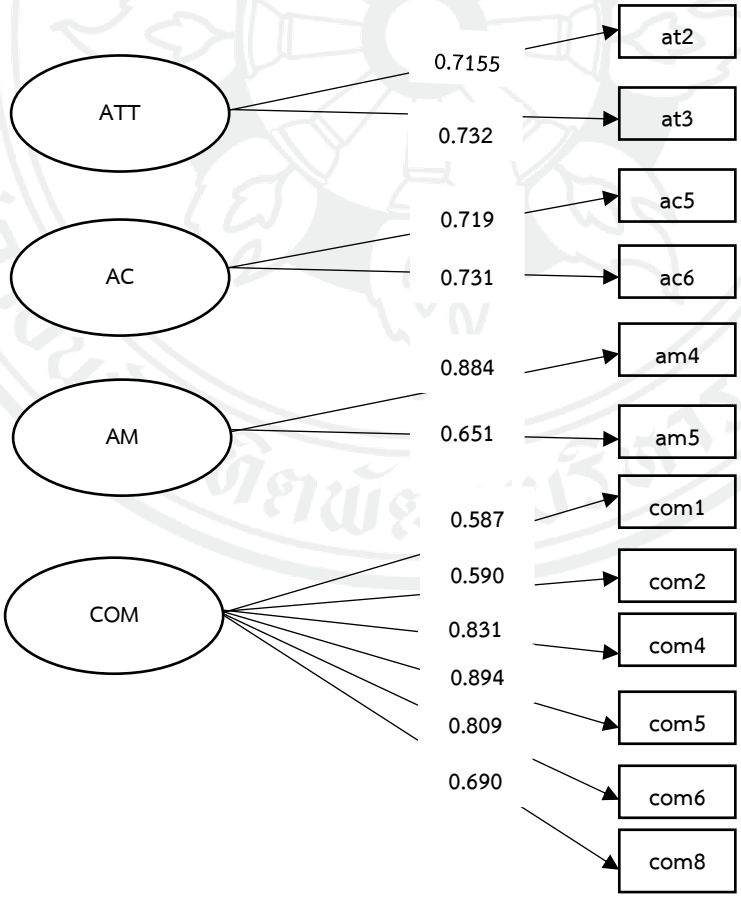
องค์ประกอบ	Factor Loadings	Cronbach's Alpha	Item Reliabilities	CR >0.6	AVE >0.5
บริการเสริมด้านต่างๆ(COM)		0.884		0.878	0.552
สัญลักษณ์ ป้ายแสดงสภาพอากาศ	0.894		0.799		
ป้ายแสดงระยะทาง	0.831		0.690		
จุดปฐมพยาบาล	0.809		0.654		
ร้านซ่อมจักรยาน	0.690		0.476		
ป้าย/สัญลักษณ์บอกเส้นทาง	0.590		0.348		
จุดบริการนักท่องเที่ยว	0.587		0.344		
ด้านความคุ้มค่า(S_WO)		0.794		0.802	0.506
คุ้มค่ากับความพยายาม	0.780		0.608		
คุ้มค่ากับเวลา	0.752		0.565		
คุ้มค่ากับเงิน	0.732		0.535		
แหล่งท่องเที่ยวเหนือความคาดหมาย	0.564		0.318		
ด้านความปลอดภัย(S_SF)		0.770		0.789	0.561
แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	0.878		0.770		
รู้สึกปลอดภัยระหว่างท่องเที่ยว	0.750		0.562		
จักรยานมีมาตรฐานและปลอดภัย	0.593		0.351		
การกลับมาท่องเที่ยว(BI_IN)		0.786		0.798	0.570
จะกลับมาท่องเที่ยวเมื่อมีโอกาส	0.854		0.729		
จะกลับมาท่องเที่ยวโดยจักรยานในอีก 2 ปี	0.717		0.514		
จะกลับมาท่องเที่ยวโดยจักรยานที่นี่ และพื้นที่อื่นๆ	0.685		0.469		
การแนะนำบอกต่อ(BI_WM)		0.851		0.865	0.617
จะแนะนำให้ครอบครัวและคนใกล้ชิด	0.815		0.664		
จะเล่าถึงประสบการณ์ครั้งนี้	0.812		0.659		
จะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวโดยจักรยานแก่ผู้อื่น	0.802		0.643		
จะพูดถึงสิ่งดีๆในการปั่นจักรยานท่องเที่ยวแก่ผู้อื่น	0.709		0.502		
ความประทับใจ หรือ ความชื่นชอบ(BI_SP)		0.877		0.878	0.783
รู้สึกประทับใจเมื่อได้ท่องเที่ยวโดยจักรยานในครั้งนี้	0.885		0.783		
รู้สึกประทับใจการท่องเที่ยวโดยจักรยานเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวอื่นๆ	0.885		0.783		

หมายเหตุ:ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ค่าสัมประสิทธิ์ (Cronbach's Alpha) ค่าความแปรปรวนขององค์ประกอบ (Variance Explained) ค่าความเชื่อมั่นประกอบ (Composite Reliability: CR > 0.6) ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยของตัวแปร (Average Variance Extracted: AVE > 0.5)

จากการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวเป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝง และข้อคำถามส่วนใหญ่เป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้ โดยข้อคำถามทั้งหมดมี 28 ข้อ จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ประกอบด้วย 4 ตัวแปร คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการเสริมด้านต่าง ๆ ความพึงพอใจของ

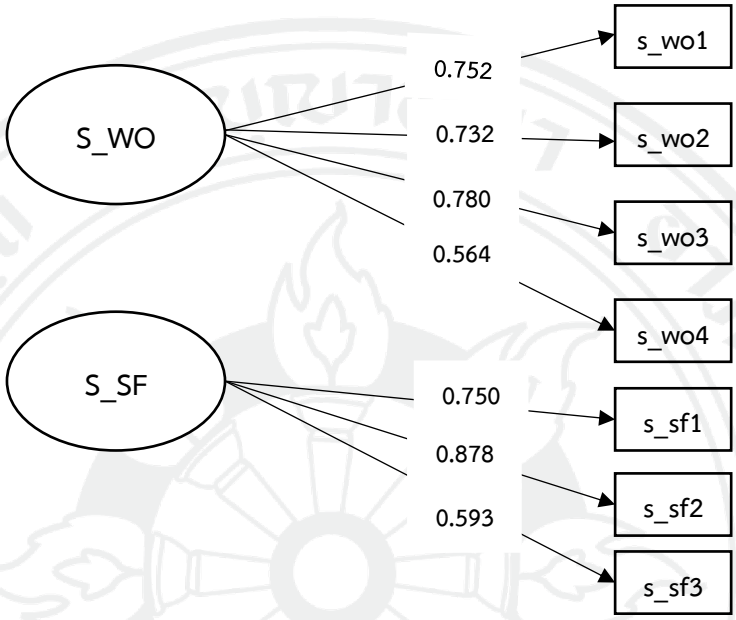
นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ตัวแปร คือ ความคุ้มค่า และความปลอดภัย และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ตัวแปร คือการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ การแนะนำบอกต่อ และความประทับใจหรือความชื่นชอบ โดยตัวบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้ส่วนมากมีค่าน้ำหนักปัจจัยไม่ต่ำกว่า 0.6 พิจารณาความตรงเชิงลู่ (Convergent validity) และความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite reliability: CR) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.6 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average variance extracted: AVE) ซึ่งควรมากกว่า 0.5 (Hair et al., 2006; Schermelleh-engel, Moosbrugger, & Müller, 2003)

ซึ่งจากตารางที่ 4.2 พบว่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (CR) มีค่าอยู่ในช่วง 0.687 – 0.878 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้ที่อธิบายตัวแปรแฝงมีความน่าเชื่อถือและเฉพาะเจาะจง ส่วนค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) อยู่ในช่วง 0.506 – 0.783 และ ความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (CR) มีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัว (CR > AVE) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายตัวแปรแฝงได้ดีเท่าเทียมกัน มีความน่าเชื่อถือ และมีความเที่ยงตรง (Hair et al., 2006)



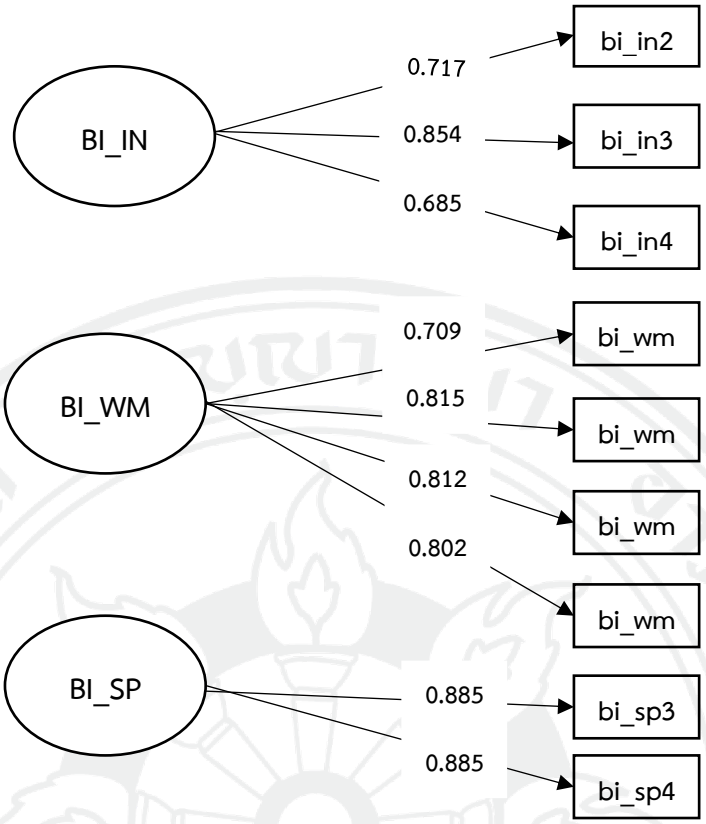
ภาพที่ 4.1 แบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงอันดับที่หนึ่ง (First Order Measurement Model) องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน (ELE)

หมายเหตุ: P-value < 0.05*



ภาพที่ 4.2 แบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงอันดับที่หนึ่ง (First Order Measurement Model) องค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยาน (SAT)

หมายเหตุ: P-value < 0.05*



ภาพที่ 4.3 แบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงอันดับที่หนึ่ง (First Order Measurement Model) องค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยาน (BI)

หมายเหตุ: P-value < 0.05*

ตารางที่ 4.3 ผลประเมินความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง

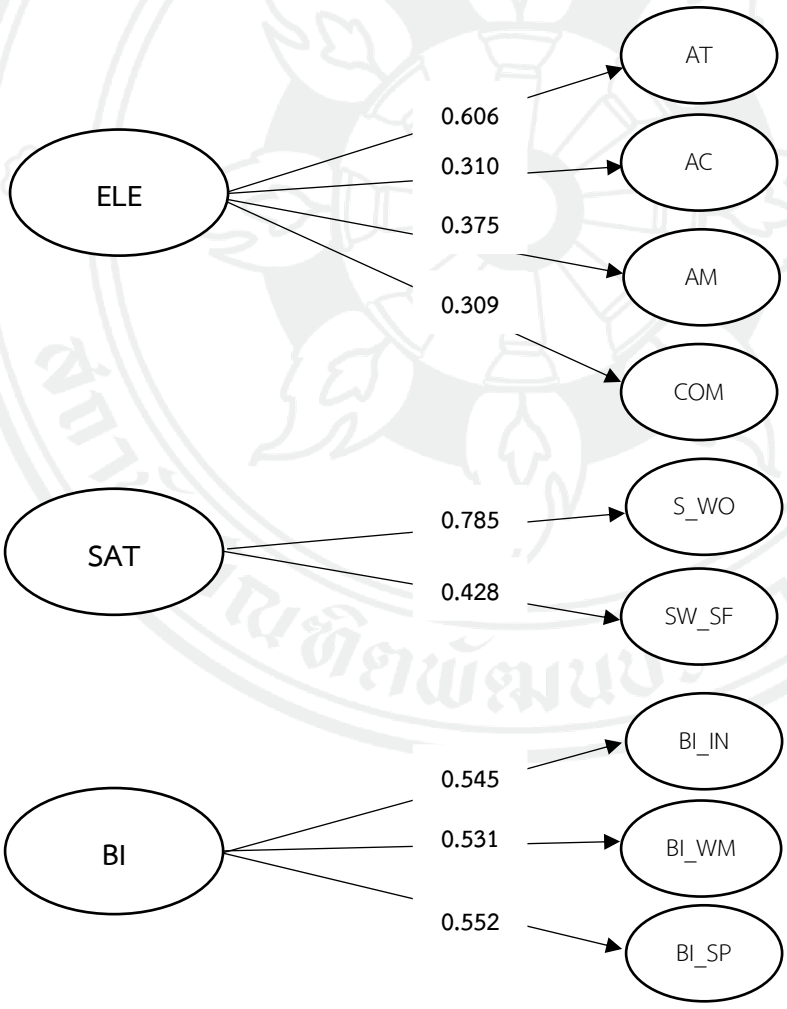
ดัชนีความกลมกลืน	**เกณฑ์**	**ค่าสถิติวิจัย**	**ผลสรุป**
X2 /df	< 2.00	2.300	สอดคล้อง
CFI	≥ 0.9	0.925	สอดคล้อง
TLI	≥ 0.9	0.910	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.07	0.053	สอดคล้อง
SRMR	< 0.08	0.0047	สอดคล้อง

การรวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของตัวบ่งชี้องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวโดยจักรยาน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน (ELE) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูด (ATT) ด้านการเข้าถึง (AC) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (AM) และบริการเสริมด้านต่าง ๆ (COM) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.309 - 0.606 โดยตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ สัญลักษณ์ ป้ายแสดงสภาพอากาศ (COM5) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.894 ตลาดท้องถิ่น (AM4) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.884 และป้ายแสดงระยะทาง (COM4) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.831 ตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (SAT) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านความคุ้มค่า (S_WO) และด้านความปลอดภัย (S_SF) โดยตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (S_SF2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.878 ความคุ้มค่ากับความพยายาม (S_WO3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.780 และ คุ้มค่ากับเวลา (S_WO1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.752 ตัวบ่งชี้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (BI) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (BI_IN) การแนะนำบอกต่อ (BI_WM) และความประทับใจ หรือ ความชื่นชอบ (BI_SP) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.531 - 0.552 โดยตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ รู้สึกประทับใจเมื่อได้ท่องเที่ยวโดยจักรยานในครั้งนี้ (BI_SP3) และรู้สึกประทับใจการท่องเที่ยวปั่นจักรยานเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ (BI_SP4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.885 และจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งเมื่อมีโอกาส (BI_IN3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.854 ทั้งนี้พบว่า ตัวบ่งชี้องค์ประกอบมาตรฐานทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ (t-value >2.48 ที่ระดับนัยสาคัญทางสถิติ .01) รวมทั้งค่าดัชนีต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์การพิจารณา (Hair et al., 2006 & Schermelleh-engel et al., 2003) (Chi-square/df <3, CFI > 0.9, TLI > 0.9, RMSER < 0.07, SRMR < 0.08 ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง

ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง	**ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง**	**ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ**	**t-Value**
ELE	ATT	0.606	6.699*
	AC	0.310	3.422*

ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง	ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	t-Value
	AM	0.375	4.832*
	COM	0.309	4.635*
SAT	S_WO	0.785	10.252*
	S_SF	0.428	7.264*
BI	BI_IN	0.545	9.915*
	BI_WM	0.531	9.170*
	BI_SP	0.552	9.686*



ภาพที่ 4.4 แบบจำลองการวัดการวัดตัวแปรแฝงอันดับที่สอง (Second Order Measurement Model) องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน (ELE) ความพึงพอใจ (SAT) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (BI)

ตารางที่ 4.5 ผลประเมินความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าสถิติวิจัย	ผลสรุป
X2 /df	< 2.00	2.17	สอดคล้อง
CFI	≥ 0.9	0.928	สอดคล้อง
TLI	≥ 0.9	0.91	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.07	0.05	สอดคล้อง
SRMR	< 0.08	0.062	สอดคล้อง

4.4 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

หลักการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ได้แก่ การประมาณค่าพารามิเตอร์ในโมเดลโดยการวิเคราะห์เป็นภาพรวมตามหลักการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) และการวิเคราะห์อิทธิพล (Path analysis) ไปพร้อมๆกัน และมีการวิเคราะห์ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์พร้อมทั้งรายงานดัชนีความสอดคล้องด้วย ทั้งนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ได้ทำการศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ท่องเที่ยวปั่นจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร การทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวัด โดยการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า มีค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (Correlation : r) ระหว่างตัวแปรแฝงในช่วงระหว่าง -0.073–0.402 และมีค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ สูงกว่าค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ในแถวและสดมภ์เดียวกัน แสดงให้เห็นว่าตัวแปรในการวิจัยฉบับนี้ไม่เกิดปัญหาสภาวะความสัมพันธ์กันเองสูงและมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) สามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างได้ (Hair et al., 2006) ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบัค (Cronbach's alpha) เมทริกซ์สหสัมพันธ์ และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้

ตัวแปรแฝง	M	SD	Cronbach's Alpha	Correlation Matrix								
				ATT	AC	AM	COM	S_WO	S_SF	BI_IN	BI_WM	BI_SP
1. ATT	3.486	0.191	0.694	**(0.723)**								
2. AC	3.891	0.116	0.689	0.223	**(0.724)**							
3. AM	4.197	0.158	0.727	0.143	0.332	**(0.775)**						
4. COM	2.823	0.073	0.884	0.234	0.109	-0.024	**(0.742)**					
5. S_WO	4.143	0.076	0.794	0.253	0.101	0.206	0.216	**(0.711)**				
6. S_SF	4.338	0.058	0.770	0.052	0.235	0.210	0.108	0.343	**(0.748)**			
7. BI_IN	4.050	0.296	0.786	0.306	0.156	0.328	0.114	0.345	0.282	**(0.754)**		
8. BI_WM	4.513	0.025	0.851	0.158	-0.021	0.102	0.097	0.366	0.261	0.244	**(0.785)**	
9. BI_SP	3.955	0.207	0.877	0.402	-0.073	0.041	0.219	0.380	0.058	0.249	0.371	**(0.884)**

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation matrix) เส้นทแยงมุมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ในวงเล็บ แสดงรากที่สองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (√AVE)

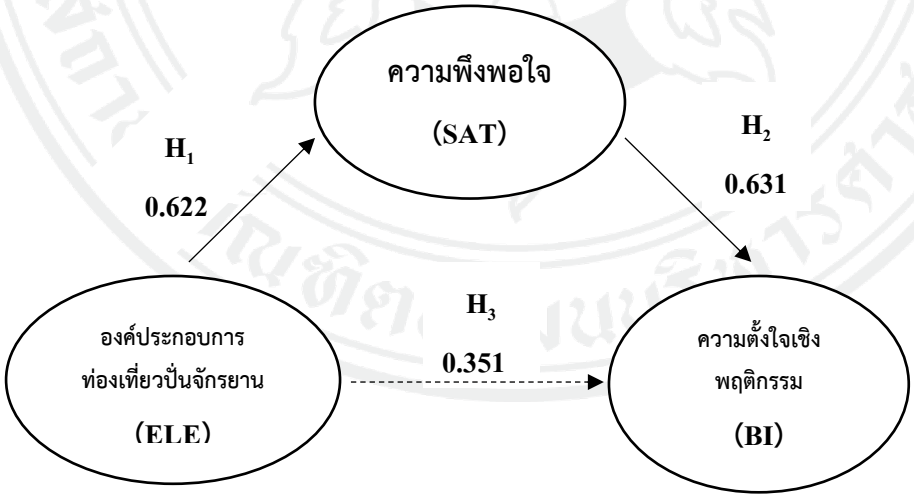
โดยตารางที่ 4.7 ทำการสรุปการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ (H1) ให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.622 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจักรยานมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (H2) ให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.631 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการศึกษาพบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวจักรยานชาวต่างชาติ (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.351, p=0.006) ทั้งนี้องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน (H4) มีอิทธิพลทางบวกต่อการความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ ความพึงพอใจโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.393 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐาน	ค่าประมาณ Estimate	ค่าความคลาดเคลื่อน Standard error	P-value	ผลการทดสอบ
H1	ELE → SAT	0.622*	0.119	0.000	ยืนยัน
H2	SAT → BI	0.631*	0.179	0.000	ยืนยัน
H3	ELE → BI	0.351	0.200	0.079	ปฏิเสธ
H4	ELE → SAT → BI	0.393*	0.142	0.006	ยืนยัน

หมายเหตุ: P-value < 0.05

นอกจากนี้ ยังได้มีการตรวจสอบเงื่อนไขว่าตัวแปรคั่นกลางมีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลจากตัวแปรอิสระไปยังตัวแปรตามหรือไม่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทดสอบของโซเบล (Sobel 's test) ได้ค่า Sobel’s test statistic = 2.922 ดังนั้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจักรยานเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณ์ (Full mediation) ซึ่งทำหน้าที่ส่งผ่านอิทธิพลจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sobel, 1982)



ภาพที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน กรณีศึกษาเขตธนบุรี

หมายเหตุ: P-Value < 0.05 ——→ แสดงถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

P-Value > 0.05 ----------→ แสดงถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อมุ่งเน้นหาความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยงานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์สถิติ คือโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) ประกอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่ง (First-order confirmatory factor analysis) และอันดับที่สอง (Second-order confirmatory factor analysis) ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 466 คน และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ซึ่งจากการศึกษาสามารถสรุปและอภิปรายผลได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา สามารถสรุปผลการวิจัย ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ คือ 1. สรุปผลข้อมูลทั่วไปและลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 2. สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และ 3. สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง

5.1.1 สรุปผลข้อมูลทั่วไปและลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวปั่นจักรยานในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 466 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 12 – 24 ปี มากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 ด้านการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 71.1 โดยร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากที่สุด จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวปั่นจักรยานส่วนใหญ่ ใช้เวลามากกว่า 2 ชั่วโมง จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวปั่นจักรยานทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานแบบเป็นกลุ่มมากที่สุด จำนวน 402 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 และเคยท่องเที่ยวโดยจักรยานแล้วมากกว่าหนึ่งครั้ง จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในงานวิจัยนี้ ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวเป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝง และข้อคำถามส่วนใหญ่เป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้ โดยตัวบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้ส่วนมากมีค่าน้ำหนักปัจจัยไม่ต่ำกว่า 0.6 พิจารณาความตรงเชิงลู่ (Convergent validity) และความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite reliability: CR) มีค่ามากกว่า 0.6 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average variance extracted: AVE) มีค่ามากกว่า 0.5 โดยมีค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (CR) อยู่ในช่วง 0.687 – 0.878 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้ที่อธิบายตัวแปรแฝงมีความน่าเชื่อถือและเฉพาะเจาะจง ส่วนค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) อยู่ในช่วง 0.506 – 0.783 และ ความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (CR) มีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัว (CR > AVE) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายตัวแปรแฝงได้ดีเท่าเทียมกัน มีความน่าเชื่อถือ และมีความเที่ยงตรง (Hair et al., 2006)

ทั้งนี้ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน (ELE) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (ATT) ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ และความเป็นธรรมชาติ ด้านการเข้าถึง (AC)

ได้แก่ ความหลากหลายของช่องทางจักรยาน และพื้นผิวของถนนและช่องทางจักรยาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (AM) ได้แก่ ตลาดท้องถิ่น และร้านสะดวกซื้อ และบริการเสริมด้านต่าง ๆ (COM) ได้แก่ สัญลักษณ์ ป้ายแสดงสภาพอากาศ ป้ายแสดงระยะทาง จุดปฐมพยาบาล ร้านซ่อมจักรยาน ป้าย/สัญลักษณ์บอกเส้นทาง และจุดบริการนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (SAT) ประกอบด้วย 2 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ความคุ้มค่า (S_WO) ได้แก่ คุ้มค่ากับความพยายาม คุ้มค่ากับเวลา คุ้มค่ากับเงิน และแหล่งท่องเที่ยวเหนือความคาดหมาย และความปลอดภัย (S_SF) ให้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย รู้สึกปลอดภัยระหว่างท่องเที่ยว และจักรยานมีมาตรฐานและปลอดภัย

ปัจจัยด้านความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (BI) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ คือการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (BI_IN) ได้แก่ จะกลับมาท่องเที่ยวเมื่อมีโอกาส จะกลับมาท่องเที่ยวปั่นจักรยานในอีก 2 ปี และจะกลับมาท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่นี่และพื้นที่อื่น ๆ การแนะนำบอกต่อ (BI_WM) ได้แก่ จะแนะนำครอบครัวและคนใกล้ชิด จะเล่าถึงประสบการณ์ครั้งนี้ จะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวปั่นจักรยานแก่ผู้อื่น และจะพูดถึงสิ่งดีๆ ในการปั่นจักรยานท่องเที่ยวแก่ผู้อื่น และความประทับใจหรือความชื่นชอบ (BI_SP) ได้แก่ รู้สึกประทับใจเมื่อได้ท่องเที่ยวปั่นจักรยานในครั้งนี้ และรู้สึกประทับใจการท่องเที่ยวปั่นจักรยานเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยว อื่น ๆ

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง

การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษาเขตธนบุรี เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากแบบโมเดลสมการโครงสร้างซึ่งมีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ภายหลังการปรับแต่งแบบจำลองเพื่อให้โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่ามีสมมติฐานที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 1 สมมติฐาน คือ สมมติฐานที่ 3 องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวจักรยานชาวต่างชาติ ซึ่งสมมติฐานข้างต้นนั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากมีค่า P-Value มากกว่า 0.05

ทั้งนี้เส้นทางอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นทางตรงพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ (H1) ให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.622 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจักรยานมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (H2) ให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.631 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการศึกษาพบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน (H4) มีอิทธิพลทางบวกต่อการความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ผ่าน

ตัวแปรคั่นกลาง คือ ความพึงพอใจโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.393 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ยังได้มีการตรวจสอบเงื่อนไขว่าตัวแปรคั่นกลางมีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลจากตัวแปรอิสระไปยังตัวแปรตามหรือไม่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทดสอบของโซเบล (Sobel 's test) ได้ค่า Sobel's test statistic = 2.922 ดังนั้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจักรยานเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณ์ (Full mediation) ซึ่งทำหน้าที่ส่งผ่านอิทธิพลจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sobel, 1982)

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยจักรยานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยสภาพภูมิอากาศ และปัจจัยความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ด้วยลักษณะทางกายภาพของเขตธนบุรีที่แสดงถึงอาณาเขตเป็นแหล่งที่ตั้งเมืองหลวงเก่าของประเทศไทย และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเส้นทางที่สามารถปั่นจักรยานท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนได้อย่างหลากหลาย อีกทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าตลาดท้องถิ่น และร้านสะดวกซื้อในแหล่งท่องเที่ยว คือส่วนสำคัญของคุณลักษณะในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน เนื่องจากตลาดท้องถิ่นถือว่าเป็นสถานที่ที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่ต้องการเป็นจุดแวะพักซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lee and Huang (2014) ที่ศึกษาถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานของสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) จากองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูด ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการเสริมต่าง ๆ ในการศึกษาพบว่าสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพภูมิอากาศที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึง การให้บริการด้านอาหาร (ร้านขายของชำและร้านสะดวกซื้อ) คือ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่สำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสามารถกำหนดความน่าดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยวโดยจักรยานได้ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Lee (2014) ที่แสดงแนวคิดว่าลักษณะองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานของแหล่งท่องเที่ยวนั้นส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวโดยจักรยาน

ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mcdowall (2010) ที่พบว่า ความพึงพอใจ คือ

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวเปรียบเสมือนลูกค้าผู้ใช้บริการหลัก โดยมักจะมีความคาดหวังในคุณภาพของสินค้าและการบริการที่จะได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น และความพึงพอใจที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมินผลความคุ้มค่าจากคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่เคยใช้บริการในอดีตที่ผ่านมา (Li and Petrick, 2010) นอกจากนี้เรื่องของความปลอดภัยยังเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในขณะเดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยาน เนื่องจากความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (Tasci and Boylu, 2010) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee (2014) ที่พบว่าปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวปั่นจักรยานมากที่สุดคือการให้บริการด้านความปลอดภัย การป้องกันและระงับเหตุฉุกเฉิน

จากผลการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวโดยจักรยาน แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณ์ คือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการกลับมาเยี่ยมชม หรือมาเที่ยวอีกครั้ง ถือเป็นส่วนขยายของความพึงพอใจมากกว่าที่จะเป็นต้นกำเนิดของกระบวนการในการตัดสินใจ และตัวแปรอิสระอื่น ๆ บางตัวแปรอาจจะมีความเกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณภาพการบริการในการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ซึ่งมีผลมาจากการใช้บริการ หรือจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวปั่นจักรยานตลอดจนลักษณะและธรรมชาติเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งความพึงพอใจจะเป็นการประเมินแหล่งท่องเที่ยวภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยาน (Oliver, 1986) และอาจนำไปสู่การสนับสนุนความน่าจะเป็นที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง หรือเป็นตัวบ่งชี้ความสัมพันธ์ของผู้เยี่ยมชมภายหลังจากที่ได้สัมผัสและรับรู้การบริการแล้ว และจากประเมินคุณภาพของบริการของการท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่ได้รับ รวมทั้งระดับความพึงพอใจหรือไม่พอใจ (Um et al., 2006) ซึ่งหากนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เชิงบวกต่อการทำกิจกรรมการปั่นจักรยานแล้วมักจะทำกิจกรรมนั้นซ้ำอีก (Petrick and Backman, 2002) ดังนั้นความพึงพอใจเชิงบวกจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวโดยจักรยาน (Gotlieb, Grewal, & Brown, 1994; Meng & Han, 2019)

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะผลการวิจัยจากตัวแปร

จากการศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยานผู้ศึกษาพบว่า ลักษณะองค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยานของแหล่งท่องเที่ยวนั้น มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวปั่นจักรยาน โดยจากข้อค้นพบสามารถนำมาเป็นข้อเสนอแนะในการศึกษาดังนี้

๑) องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่สำคัญสำหรับแหล่งท่องเที่ยวปั่นจักรยานนั้นควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับสนับสนุนและสามารถส่งเสริมต่อการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ซึ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยาน ด้านสัญลักษณ์ หรือป้ายแสดงสภาพอากาศ และป้ายแสดงระยะทาง ถือเป็นจุดกำหนดความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการกำหนดเส้นทางการปั่นจักรยานท่องเที่ยว และถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ดังนั้นควรมีการให้ความสำคัญกับการติดตั้งป้ายสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และอาจพัฒนาหรือออกแบบป้ายสัญลักษณ์ที่แสดงถึงสภาพอากาศ การรายงานพยากรณ์ล่วงหน้าบนแผ่นป้ายทางจราจรสำหรับปั่นจักรยานโดยเฉพาะ หรือออกแบบสัญลักษณ์บนทางจาราจรสำหรับทางท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และทำป้ายเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่น ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

2) ด้านความพึงพอใจ พบว่าปัจจัยด้านความคุ้มค่าในความพยายามมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของท่องเที่ยว ทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถสร้างหรือนำเรื่องราวทางประวัติศาตร์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตธนบุรีที่เกี่ยวเนื่องกันมาเป็นไฮไลท์ในการสร้างเส้นทางการปั่นจักรยานท่องเที่ยวให้เกิดความเชื่อมโยงกันในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งอาจเพิ่มช่องทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น การล่องเรือเพื่อมาปั่นจักรยานท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว และจุดท่องเที่ยวที่เข้าถึงยากแต่มีความคุ้มค่า

3) ด้านความตั้งใจเชิงพฤติกรรม พบว่าปัจจัยด้านความประทับใจเมื่อได้ท่องเที่ยวจักรยานในครั้งนี้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมากที่สุด อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวปั่นจักรยานในเขตธนบุรีนั้น สามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวได้ และอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้ ทั้งนี้หากมีการศึกษาลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวปั่นจักรยานอย่างจริงจังควบคู่กับการมีมาตรการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวปั่นจักรยานรองรับ รวมถึงการให้ความรู้หรือแนวทางการเป็นเจ้าบ้านที่ดีแก่คนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวก็จะยิ่งช่วยส่งเสริมให้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวดีขึ้น และจะสามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานของแหล่งท่องเที่ยวถือว่ามีส่วนสำคัญในการเป็นตัวกำหนดจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวและยังช่วยการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานของแหล่งท่องเที่ยวในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร สามารถสร้างความพึงพอใจและส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง และทำให้ได้รู้จักสถานที่ต่าง ๆ อย่างละเอียดมากขึ้น เพราะสามารถสัมผัสเส้นทาง วิถีชีวิตชุมชนได้อย่างไม่เร่งรีบ และยังได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง แต่จากการศึกษาในครั้งนี้คณะผู้วิจัย พบว่า การสำรวจข้อมูลเชิงสถิติด้านการท่องเที่ยวด้วยจักรยานในประเทศไทย ยังไม่มีแหล่งข้อมูลที่ชัดเจน เนื่องจากยังขาดการรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติอย่างจริงจัง รวมไปถึงการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวโดยจักรยานที่ยังไม่มีมาตรฐานที่จะรองรับเพื่อสนับสนุนสำหรับการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน แต่ในทางกลับกันนั้น การส่งเสริมและการรณรงค์ให้ใช้จักรยาน ถือเป็นประเด็นหลักในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน และการใช้จักรยานในกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ จักรยานเพื่อการแข่งขันกีฬา และจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว อีกทั้งมีผู้ใช้จักรยานและมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานเพิ่มมากขึ้น มีร้านจำหน่ายจักรยาน และมีบริษัทนำเที่ยวจักรยานที่เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้จักรยานในการท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน จึงควรได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวปั่นจักรยานอย่างจริงจัง อาทิ ภาครัฐอาจจะส่งเสริมหรือสนับสนุนทางด้านการปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มเส้นทางจักรยาน และเพิ่มจุดให้บริการจักรยานแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในแหล่งท่องเที่ยวจักรยาน การอำนวยความสะดวกเรื่องแผนที่การท่องเที่ยวด้วยจักรยาน รวมถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวปั่นจักรยานให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการนำเสนอข่าวสารเรื่องความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้อาจมีการกำหนดมาตรฐานของการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากขึ้น อีกทั้งชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ที่อาจอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวควรได้รับความรู้ หรืออาจมีแนวทางในการปฏิบัติ ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวจักรยานเพื่อเรียนรู้และรับมือ และเป็นการเพิ่มช่องทางสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มมากขึ้น อาทิ ทัศนคติต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวปั่นจักรยานการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้จักรยานท่องเที่ยวระหว่างชาวไทย และชาวต่างชาติเพื่อเพิ่มมิติของการศึกษาด้านการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ซึ่งอาจทำให้โมเดลสมการโครงสร้างมีความครอบคลุมในแง่ข้อมูลมากยิ่งขึ้น

2) เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวปั่นจักรยานได้รับความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ประกอบกับการสนับสนุนของทางภาครัฐด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อความพึงพอใจ ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวโดยจักรยาน และความพร้อมของประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการเป็นเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถกำหนดพื้นที่ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวประเภทนี้ โดยอาจมีกระบวนการวิจัยอื่ ร่วมด้วย เช่น วิจัยปฏิบัติการ (Action research) เพื่อจะได้รู้ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวปั่นจักรยานอย่างเหมาะสมต่อไป

บรรณานุกรม

กฤษณุ ทิพย์น้อย. (2560). เนเธอร์แลนด์ ประเทศที่จักรยานมากกว่าจำนวนคน เกิดขึ้นได้เพราะ อะไร. สืบค้นจาก http://www.workpointtv.com/news/33957

กวิน ชุติมา. (2016). การประชุมจักรยานโลก 2016 ที่ไทเป ปิดลงแล้ว พร้อมชี้ทิศทางอนาคตของการใช้จักรยาน. สืบค้นจาก http://www.thaicyclingclub.org/en_US/%0A

กัลยารัตน์ คงพิบูลย์กิจ. (2549). ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานบริการบ้านพักเยาวชนในประเทศไทย. สืบค้นจาก http://search.lib.cmu.ac.th/search/?searchtype=.&searcharg=b1377241%0Ahttp://cmuir.cmu.ac.th/handle/6653943832/21953

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *โครงการสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึก 2558.* กรุงเทพฯ: บริษัทอินทัช รีเสริช แอนด์ คอนซัลแทนซี่ จำกัด.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). มูลค่าตลาดจักรยานไทยปี 2558. สืบค้นจาก https://positioningmag.com/60164

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). กองกลยุทธ์การตลาด ททท. สืบค้นจาก http://www.etatjournal.com/web/menu-read- tat/menu-2015/

เกริก บุณยโยธิน. (2559). ฝั่งธนฯ จากย่านที่มีเอกลักษณ์ในเชิงวัฒนธรรม สู่สีสันแห่งนวัตกรรมเมือง. สืบค้นจาก http://propholic.com/prop-talk/

แก้วประเสริฐ สอนมณี. (2556). *การพัฒนาระบบจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับเมืองหลวงพระบาง* (วิทยาพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2559). *The 2nd edition of National Tourism Development Plan (BE. 2017-2021); แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่* ๒.กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ฉัฐสุรีย์ สิทธิทรัพย์ไพศาล. (2558). *อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การรับฟังคำบอกต่อและการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวโดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกระเจ้า*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ

ชัยพร ธนันทา. (2559). *อิทธิพลของทัศนคติด้านความเป็นส่วนตัวของประชาชนต่อข้อมูลส่วนบุคคล บนกูเกิลสตรีทวิวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม, 2*(2), 52. doi:10.14456/jisb.2016.10

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2543). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่.

โชติพงษ์ บุญฤทธิ์, อมรรัตน์ บุญสว่าง, และ พงศกร จงรักษ์. (2559). การพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครสงขลาโดยกระบวนการมีส่วนร่วม, *(Thailand Bike and Walk Forum)*, 95–103.

ไชยันต์ สกุลศรีประเสริฐ. (2556). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis). *จิตวิทยาคลีนิค*, 1–16.

ฐนวัฒน์ ศิริวราวาท. (2557). *การประเมินความพึงพอใจในการใช้จักรยานเพื่อการเดินทาง กรณีศึกษาจักรยานสาธารณะปันปั่น* (สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

ดวงดาว วัฒนากลาง. (2558). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้จักรยานของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย* (ปริญญาวิศวกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). *รวมบทความวารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปี พ.ศ. 2551*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.

ธนพล แก้ววงษ์. (2552). *แนวทางการพัฒนาการจัดการกิจกรรมจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร* (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. นนทบุรี: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, และเพ็ญศิริ ศรีคำภา. (2557). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน Sustainable tourism development*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: พิมพลักษณ์.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2014). 10 อันดับประเทศที่ใช้จักรยานมากที่สุด. สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid

ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม. (2560). แผนที่เขตธนบุรี. สืบค้นจาก http://develop-thonburi.blogspot.com/

พณกฤษ อุดมกิตติ. (2556). *การจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร* (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

พรศิริ บินนารารี. (2555). *ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. ที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน* (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.

เพ็ญนภา พงศ์กมลาสน์. (2557). *การประเมินการใช้งานเส้นทางจักรยานชุมชน : กรณีศึกษาเส้นทางจักรยานในชุมชนคลองสานช่วงระหว่างวัดอนงคาราม จนถึงป้อมป้องปัจจามิตร* (สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

รสมารินทร์ อรุโณทัยพิพัฒน์ และพรเทพ ดิษยบุตร. (2560). คุณลักษณะของที่พักแรมที่เป็นมิตรกับจักรยานตามความต้องการของนักปั่นจักรยาน ทางไกลเพื่อการท่องเที่ยว. *Veridian E-Journal*

Silapakorn Universit, 10(2), 1476–1487.

รัจนี นพเกตุ. (2539). *จิตวิทยาทั่วไป : เรื่องการรับรู้*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพรึก.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตสถาน พศ. 2542*. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คพับลิเคชั่นส์.

ลิลลาลี ศิริวิไลเลิศอนันต์. (2560). องค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยาน. ส่งเสริมท่องเที่ยวด้วยการเดินและการใช้จักรยาน. สืบค้นจาก https://drive.google.com/drive/folders/0B5Pnf3wFxcLATnh6dXFmQkJXb3M

วารัชต์ มัธยมบุรุษ. (2560). การท่องเที่ยวจักรยาน. สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/619774

วุฒิชัย ทองเจียม. (2553). *แนวทางปรับปรุงเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน :กรณีศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่ม โบราณสถานเกาะพระนครศรีอยุธยา*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สรนันท์ การเจริญดี, & พรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2559). ปัจจัยที่มีอิธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมการปั่นจักรยานของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า*, *3*, 29–47.

สุวคนธ สมไพรพิทักษ์. (2554). *ผลกระทบของคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว ที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชม นครประวัติศาสตรพระนครศรีอยุธยา*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง. (2558, ตุลาคม 8). ททท.ตรังผุดกิจกรรมจักรยานท่องเที่ยว...'ปั่นเปิดฟ้าอันดามัน-ตรัง'เปิดฤดูท่องเที่ยว. สืบค้นจาก http://www.tgo.or.th/

อดิเรก อุ่นเจริญ และพลเดช เชาวรัตน์. (2558). ระบบจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา : อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ Bicycle System for Tourism,Case Study of Kham Muang District, Kalasin Province. *การประชุมวิชาการและและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ,* 234–241.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรจันทร์ ศิริโชติ. (2552). *การพัฒนาโมเดลโครงสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คุณค่าในความรับรู้ ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวภาคใต้เขต1(จังหวัดสงขลาสตูล)*. มหาวิทยาลัยทักษิณ, สงขลา.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New Jersy: Prentice-Hall.

Akama, J. S., & Kieti, D. M. (2003). Measuring tourist satisfaction with Kenya' s wildlife safari : a case study of Tsavo West National Park. *Tourism Management, 24*, 73–81.

Arndt, J. (1967). Role of Product-Related Conversations in the Diffusion of a New Product. *Journal of Marketing Research*, *4*(3), 291–295. doi:10.2307/3149462

ASTV ผู้จัดการออนไลน์. (2558, ธันวาคม 10). ททท. ผุดเส้นทางจักรยาน 12 เมืองต้องห้ามพลาด. สืบค้นจาก http://www.manager.co.th/iBizchannel/viewNews.aspx?NewsID

BBC ไทย. (2559, มกราคา 8). กรุงเทพฯ รั้งอันดับ 1 จุดหมายสุดคุ้มในใจนักท่องเที่ยวอังกฤษ. สืบค้นจาก http://www.bbc.com/thai/international-40837175

Boniface, B. G., & Cooper, C. (2005). *Worldwide Destinations casebook*. London: Butterworth-Heinemann.

Chang, H. L., & Chang, H. W. (2009). Exploring recreational cyclists' environmental preferences and satisfaction: Experimental study in Hsinchu technopolis. *Environment and Planning B: Planning and Design*, *36*(2), 319–335. doi:10.1068/b34030

Chen, C., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions ?. *Tourism Management, 28*, 1115–1122. doi:10.1016/j.tourman.2006.07.007

Chun-Chang, Y., Liu, C.-Y., Wei-San, S., Chii-Hwa, L., & Chang, C.-M. (2011). Verification of a destination image influence model for Taiwan bicycle tourism blogs for Chinese tourists. *African Journal of Business Management*, *5*(19), 7931–7938. doi:10.5897/AJBM11.782

Collier, A. (2011). *Principles of Tourism* (8th. ed). New Zealand: Pearson.

Darnell, A. C., & Johnson, P. S. (2001). Repeat visits to attractions: a preliminary economic analysis. *Tourism Management*, *22*(2), 119–126. doi:10.1016/S0261-5177(00)00036-4

Deenihan, G., & Caulfield, B. (2015). Do tourists value different levels of cycling infrastructure? *Tourism Management*, *46*(April 2010), 92–101. doi:10.1016/j.tourman.2014.06.012

Duncan, T., & Ouwersloot, H. (2008). *Integrated Marketing Communications*. McGraw-Hill.

Gotlieb, J., Grewal, D., & Brown, S. W. (1994). Consumer Satisfaction and Perceived Quality: Complementary or Divergent Construct? *Journal of Applied Psychology*, *79*(6), 875–885.

Hair, J. J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Han, H., Meng, B., & Kim, W. (2017). Emerging bicycle tourism and the theory of planned behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, *25*(2), 292–309. doi:10.1080/09669582.2016.1202955

Harrison-Walker, L. Jean. (2001). The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment As Potential Antecedents. *Journal of Service Research*, *4*(1), 60–75. doi:10.1177/109467050141006

Jones, T., & Taylor, S. F. (2007). The conceptual domain of service loyalty: How many dimensions. *Journal of Services Marketing*, *21*(1), 36–51. doi:10.1108/08876040710726284

Jorgensen, G. (2017). World's Greatest City: 50 reasons why Bangkok is No. 1. Retrieved from https://edition.cnn.com/travel/article/bangkok-worlds-greatest-city

Joseph F. Hair, Bill Black, Barry Babin, Anderson, R. E., & Ronald L. Tatham. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.

Knutson, B. J., Beck, J. A., Kim, S., & Cha, J. (2008). Identifying the Dimensions of the Guest's Hotel Experience. *Cornell Hospitality Quarterly*, *50*(1), 44–55. doi: 10.1177/1938965508326305

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *A Framework for Marketing Management* (4th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler,P., & Armstrong, G. (2010). *Priciple of Marketing* (13th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Kovačić, N. (2015). Profiling bicycle tourists: a case of Croatia. *Tourism and Hospitality Management*, *21*(2), 159–177. doi:10.20867/thm.21.2.4

Lamont, M. J. (2009). Reinventing the wheel: a definitional discussion of bicycle tourism

Reinventing the Wheel: A Definitional Discussion of Bicycle Tourism Introduction & Background. *Journal of Sport and Tourism*, *14*(1), 5–23. doi:10.1080/14775080902847363

Lee, C. F. (2014). An investigation of factors determining cycling experience and frequency. *Tourism Geographies*, *16*(5), 844–862. doi:10.1080/14616688.2014.927524

Lee, C. F., Chen, P. T., & Huang, H. I. (2012). Attributes of Destination Attractiveness in Taiwanese Bicycle Tourism: The Perspective of Active Experienced Bicycle Tourists. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, *15*(3), 275–297. doi: 10.1080/15256480.2014.925726

Lee, C. F., & Huang, H. I. (2014). The Attractiveness of Taiwan as a Bicycle Tourism Destination: A Supply-Side Approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *19*(3), 273–299. doi:10.1080/10941665.2012.739190

Lennon, R., Weber, J. M., & Henson, J. (2001). A test of a theoretical model of consumer travel behaviour: German consumers' perception of Northern Ireland as a tourist destination. *Journal of Vacation Marketing*, *1*. Retrieved from http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/135676670100700105

Li, X. (Robert), & Petrick, J. F. (2010). Towards an Integrative Model of Loyalty Formation: The Role of Quality and Value. *Leisure Sciences An Interdisciplinary Journal*, *32*(3), 201–221. doi: 10.1080/01490401003709123

Mcdowall, S. (2010). International Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: Bangkok, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *15*(1), 21–42. doi: 10.1080/10941660903510040

Meng, B., & Han, H. (2016). Effect of environmental perceptions on bicycle travelers' decision-making process: developing an extended model of goal-directed behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *21*(11), 1184–1197. doi:10.1080/10941665.2015.1129979

Meng, B., & Han, H. (2019). Multiple attributes of cycling tourism in travelers ' decision-making process. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, *20*(3), 317–338. doi:10.1080/1528008X.2018.1530166

MGR Online. (2558). ททท. ผุดเส้นทางจักรยาน 12 เมืองต้องห้ามพลาด. สืบค้นจาก

http://w3.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9580000112921&Html=1&TabID=2&

Ministry of Tourism and Sport. (2016). *Sport Tourism*. Bangkok.

Mullins, L. J. (1985). *Management and Organization Behavior*. London: Pitman Company.

Noe, F. P., Uysal, M., & & Magnini, V. P. (2010). *Tourist customer service satisfaction: an encounter approach*. Newyork: Routledge.

Office of the Nation Economic and Social Development Council. (2017). *The twelfth National Economic and social development plan (2017-2021)*.

Oliver, R. L. (1986). A congitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, *17*(4), 460–469.

Othaganont, P., & pathomsirikul, Y. (2013). The Model of Service Quality, Destination Image, and Satisfaction Influencing Behavioral Intention of European and American Visitors in Long Stay Tourism. *Thammasat University Journal*, (1), 35–56.

Padgett, D., & Allen, A. D. (1997). Communicating Experiences: A Narrative Approach to Creating Service Brand Image. *Journal of Advertising*, *26*, 49–62. doi: 10.1080/00913367.1997.10673535

Petrick, J. F., & Backman, S. J. (2002). An Examination of the Construct of Perceived Value for the Prediction of Golf Travelers' Intentions to Revisit. *Journal of Travel Research*, *41*(1), 38–45. doi:doi.org/10.1177/004728750204100106

Positioningmag. (2559). ข้อมูลตลาดจักรยานในประเทศไทย ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา. สืบค้นจาก https://positioningmag.com/1104212

Powell, D. H. (1983). *Understanding Human adjustment : Normal Adaptation Through the Life Cycle*. Boston: Little, Brown and Company.

Ritchie, B. W. (1998). Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: planning and management issues. *Tourism Management*, *19*(6), 567–582. doi:10.1016/S0261-5177(98)00063-6

Ritchie, B. W., Tkaczynski, A., & Faulks, P. (2010). Understanding the motivation and travel behavior of cycle tourists using involvement profiles. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, *27*(4), 409–425. doi:10.1080/10548408.2010.481582

Runtastic Thailand. (2014). 10 อันดับประเทศที่ใช้จักรยานมากที่สุด. สืบค้นจาก www.runtasticthai.com/top10_ cyclist_country/

Saha, G. C., & Theingi. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand. *Managing Service Quality: An International Journal*, *19*(3), 350–372. doi:10.1108/09604520910955348

Schermelleh-engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models : Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research*, *8*(2), 23–74.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior* (8th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Shelly, M. W. (1975). *Responding to social change*. Pennsylvania: Dowden ,Hutchison.

Sobel, M. E. (1982). *Asymptotic intervals for indirect effects in structural equations models*. San Francisco: Jossey-Bass. doi:10.2307/270723

Tasci, A. D. A., & Boylu, Y. (2010). Cultural comparison of tourists' safety perception in relation to trip satisfaction. *Tourism research*, *12*(2), 179–192. doi:10.1002/jtr.745

The Cumberland Country Bike Trail. (2000). Cumberland County Bike Trail Study Executive Summary. Retrieved March 30, 2018, from https://www.sjtpo.org/wp-content/uploads/2016/06/CumbCoBikeStudy_Dec2000.pdf

Thonburi District office. (2012). *Thonburi Guide*. Ayutthaya: Mahachulalongkornrajvidyalaya University.

Tourism Authority of Thailand. (2017). The Best of Asia-Pacific Travel : DestinationAsian Announces Winners of 2017 Readers'Choice Awards Poll. Retrieved May 5, 2018, from http://tatnewsthai.org/detail.php?newsID=4457

Travel M Thai. (2016). กรุงเทพมหานคร อันดับ 1 เมืองท่องเที่ยวยอดนิยม ปี 2016. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2017, จาก https://travel.mthai.com/world-travel/144148.html

Turner, L. W., and Vu, C. (2012). *Handbook of Research Methods in Tourism Quantitative and Qualitative Approaches*, 183–211.

Um, S., Chon, K., & Ro, Y. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of tourism research*, *33*(4), 1141–1158. doi 10.1016/j.annals.2006.06.003

Walker, P. (2014). World's best airport bike paths. สืบค้นจาก

https://edition.cnn.com/travel/article/worlds-best-airport-bike-paths/index.html

Wangkasem, T. (2015). International Bangkok Bike. สืบค้นจาก https://www.bkkwheels.com/internation

Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2002). Overnight Ecotourist Market Segmentation in the Gold Coast Hinterland of Australia. *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/004728750204000305

Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of behavioral science* (1st ed.). New York: Van Norstrand.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & & Gremler, D. D. (2009). *Service maketing*. integrating Cu.

Zeithaml, Valarie A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, *60*(2), 31. doi:10.2307/1251929.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูล

องค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ:กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยจักรยานในพื้นที่เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

The questionnaire

Elements of cycling tourism, perception and satisfaction affect behavioral intention

foreign tourists: Cycling tourism in Thonburi district, Bangkok

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวปั่นจักรยานในเขตธนบุรี

Part 1: Personal information of respondents. Please tick ☑ for each of the question

1. Gender ☐ 1) Male ☐ 2) Female

2. Age ☐ 1) 12-24 years ☐ 2) 25-34 years ☐ 3) 35-44 years
☐ 4) 45-54 years ☐ 5) 55-64 years ☐ 6) 65 up

3. Education

☐ 1) Upper Secondary / Vocational Certificate ☐ 2) Diploma / High Vocation
☐ 3) Bachelor's degree ☐ 4) Master's degree ☐ 5) Doctor's degree

4. Nationality

☐ 1) European ☐ 2) American ☐ 3) Oceania
☐ 4) Asian ☐ 5) Others .....

5. Who are you going to travel by cycling with?

☐ 1) By yourself ☐ 2) With friends
☐ 3) Family ☐ 4) Others .....

6. How long did you travel by cycling?

☐ 1) Less than 1 hour ☐ 2) 1-2 hours
☐ 3) More than 2 hours ☐ 4) others .....

7. How do you know about cycling tourism?

☐ 1) Internet ☐ 2) Brochure/Booklet ☐ 3) Others .....

8. What kind of cycling tourism?

☐ 1) By yourself ☐ 2) By tourism agents ☐ 3) Others .....

9. How many times did you travel by cycling?

☐ 1) First time ☐ 2) More than 1 time

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามตัวแปรเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

Part 2 A: Please tick √ for each of these questions

Elements of cycling tourism What do you think about elements of cycling tourism?	Poor	Fair	Average	Good	Excellent
How do you feel about tourism attractions in this area?					
1. Natural ecology					
2. Comfortable climate					
How do you feel about accessibility of cycling tourism in this area?					
3. Road surface and pavement					
4. Variety of bicycle route alternative					
How do you feel about amenities of cycling tourism in this area?					
5. Markets					
6.Grocery and convenience store					
How do you feel about complementary services which relate to cycling tourism in this area?					
7. Visitor centers					
8. Way finder and directional signs					
9. Distance signboard					
10. Weather report message board					
11. First-aid station					
12. Bicycle hire/repair shops					

B: Please tick √ for each of these questions about satisfactions of cycling tourism

Cycling Tourists' Satisfaction What do you think about satisfactions of cycling tourism in this area?	Poor	Fair	Average	Good	Excellent
Worthy					
13. Time Worthy					
14. Reasonably priced bicycle tourism					
15. Rewarding Attempt					
16. Cycling attractions have More Expectations					
Safety					
17. Safety for life and properties					
18. Tourism attractions' safety					
19. Bicycles are Safety for cycling					

C: Please tick √ for each of these questions about behavioral intentions of cycling tourism

Behavior Intention What do you think about behavioral intentions of cycling tourism in this area?	Poor	Fair	Average	Good	Excellent
Intention to Revisit					
20. I have a will to join cycling tourism at here in next 2 years					
21. I have a will to join cycling tourism at here if I had any opportunities					
22. I will make an effort cycling tourism at here and other areas					
Word of Mouth					
23. I would say positive things about this cycling tourism to other people					

24. I will recommend this cycling tourism to my family					
25. I will tell the experience about cycling tourism to other people					
26. I will recommend this attractions to others					
Strength of Preference					
27. I have an impression of latest cycling tourism					
28. I have an impression of latest cycling tourism compared with other tourism					

ภาคผนวก ข

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha Based on	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	28

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AT2	102.00	162.621	0.254	0.903
AT3	102.10	156.438	0.433	0.900
AC5	102.20	157.683	0.408	0.901
AC6	101.67	162.506	0.249	0.903
AM4	101.77	154.668	0.560	0.898
AM5	101.83	151.799	0.682	0.895
COM1	102.17	160.282	0.391	0.901
COM2	102.23	155.633	0.586	0.897
COM4	102.40	154.662	0.627	0.897
COM5	102.97	159.620	0.265	0.904

COM6	102.97	152.102	0.530	0.898
COM8	102.67	152.437	0.580	0.897
S_WO1	101.17	155.178	0.513	0.899
S_WO2	101.37	153.344	0.679	0.896
S_WO3	101.27	156.409	0.592	0.897
S_WO4	101.50	161.983	0.315	0.902
S_SF1	101.37	158.654	0.550	0.899
S_SF2	101.03	160.240	0.535	0.899
S_SF3	101.17	160.902	0.314	0.902
BI_IN2	102.17	146.626	0.596	0.897
BI_IN3	101.83	147.592	0.632	0.896
BI_IN4	101.63	149.482	0.663	0.895
BI_WM1	100.97	159.068	0.554	0.899
BI_WM2	100.97	160.654	0.501	0.900
BI_WM3	100.93	161.651	0.354	0.901
BI_WM4	100.93	160.409	0.428	0.900
BI_SP3	101.17	161.661	0.342	0.901
BI_SP4	101.17	162.213	0.287	0.902

ภาคผนวก ค

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบและโมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยโมเดลสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

Description statistics

	Mean	Std.Deviation	Analysis N
ความเป็นธรรมชาติ (at2)	3.67	0.927	466
สภาพภูมิอากาศ (at3)	3.30	0.971	466
พื้นผิวของถนนและช่องทางจักรยาน (ac5)	3.74	0.813	466
ความหลากหลายของช่องทางจักรยา (ac6)	4.04	0.786	466
ตลาด (am4)	4.30	0.714	466
ร้านสะดวกซื้อ (am5)	4.10	0.808	466
จุดบริการนักท่องเที่ยว (com1)	3.26	0.889	466
ป้าย/สัญลักษณ์บอกเส้นทาง (com2)	3.18	0.996	466
ป้ายแสดงระยะทาง (com4)	2.71	1.028	466
สัญลักษณ์ ป้ายแสดงสภาพอากาศ (com5)	2.44	1.036	466
จุดปฐมพยาบาล (com6)	2.53	0.968	466
ร้านซ่อมจักรยาน (com8)	2.81	1.072	466
คุ้มค่ากับเวลา (s_wo1)	4.28	0.701	466
คุ้มค่ากับเงิน (s_wo2)	4.21	0.664	466
คุ้มค่ากับความพยายาม (s_wo3)	4.05	0.689	466
แหล่งท่องเที่ยวเหนือความคาดหมาย (s_wo4)	4.03	0.758	466
รู้สึกปลอดภัยระหว่างท่องเที่ยว (s_sf1)	4.33	0.657	466
แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (s_sf2)	4.33	0.625	466
จักรยานมีมาตรฐานและปลอดภัย (s_sf3)	4.35	0.698	466
จะกลับมาท่องเที่ยวโดยจักรยานในอีก 2 ปี (bi_in2)	3.82	1.005	466
จะกลับมาท่องเที่ยวเมื่อมีโอกาส (bi_in3)	4.13	0.808	466
จะกลับมาท่องเที่ยวโดยจักรยานที่นี่ และพื้นที่อื่นๆ (bi_in4)	4.21	0.778	466
จะพูดถึงสิ่งดีๆในการปั่นจักรยานท่องเที่ยวแก่ผู้อื่น (bi_wm1)	4.57	0.564	466
จะแนะนำให้ครอบครัวและคนใกล้ชิด (bi_wm2)	4.47	0.579	466

จะเล่าถึงประสบการณ์ครั้งนี้ (bi_wm3)	4.53	0.557	466
จะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวโดยจักรยานแก่ผู้อื่น (bi_wm4)	4.48	0.591	466
รู้สึกประทับใจเมื่อได้ท่องเที่ยวโดยจักรยานในครั้งนี้ (bi_sp3)	4.02	0.763	466
รู้สึกประทับใจการท่องเที่ยวปั่นจักรยานเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวอื่นๆ (bi_sp4)	3.89	0.819	466

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.784
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5678.238
	df	378
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
AT2	1.000	0.720
AT3	1.000	0.775
AC5	1.000	0.717
AC6	1.000	0.743
AM4	1.000	0.762
AM5	1.000	0.807
COM1	1.000	0.570
COM2	1.000	0.678
COM4	1.000	0.725
COM5	1.000	0.774
COM6	1.000	0.712
COM8	1.000	0.641
S_WO1	1.000	0.696

S_WO2	1.000	0.694
S_WO3	1.000	0.719
S_WO4	1.000	0.607
S_SF1	1.000	0.705
S_SF2	1.000	0.800
S_SF3	1.000	0.607
BI_IN2	1.000	0.712
BI_IN3	1.000	0.759
BI_IN4	1.000	0.709
BI_WM1	1.000	0.611
BI_WM2	1.000	0.782
BI_WM3	1.000	0.755
BI_WM4	1.000	0.703
BI_SP3	1.000	0.891
BI_SP4	1.000	0.877

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.451	19.466	19.466	5.451	19.466	19.466	3.851	13.754	13.754
2	3.423	12.229	31.695	3.424	12.229	31.695	2.899	10.355	24.109
3	2.614	9.337	41.032	2.614	9.337	41.032	2.530	9.034	33.143
4	2.025	7.232	48.264	2.025	7.232	48.264	2.174	7.763	40.905
5	1.722	6.151	54.415	1.722	6.151	54.415	2.107	7.525	48.431
6	1.482	5.294	59.708	1.482	5.294	59.708	1.782	6.364	54.795
7	1.325	4.732	64.441	1.325	4.732	64.441	1.672	5.971	60.766
8	1.178	4.205	68.646	1.178	4.205	68.646	1.628	5.813	66.579
9	1.029	3.675	72.321	1.029	3.675	72.321	1.608	5.743	72.321

10	.704	2.513	74.835
11	.685	2.448	77.283
12	.602	2.151	79.434
13	.569	2.032	81.466
14	.524	1.870	83.336
15	.495	1.768	85.104
16	.469	1.674	86.777
17	.426	1.520	88.297
18	.414	1.480	89.777
19	.386	1.377	91.154
20	.360	1.285	92.440
21	.349	1.247	93.686
22	.328	1.172	94.858
23	.305	1.090	95.948
24	276	.987	96.935
25	.252	.902	97.836
26	.248	.884	98.720
27	.203	.725	99.445
28	.155	.555	100.000

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรม M Plus

1.การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second Confirmatory Factor Analysis: CFA) ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน กรณีศึกษาเขตธนบุรี

Loglikelihood

H0 Value	-12713.791
H1 Value	-12354.940

Information Criteria

Akaike (AIC)	25671.582
Bayesian (BIC)	26177.173
Sample-Size Adjusted BIC (n* = (n + 2) / 24)	25789.973

Chi-Square Test of Model Fit

Value	717.703
Degrees of Freedom	312
P-Value	0.0000

RMSEA (Root Mean Square Error Of Approximation)

Estimate	0.053
90 Percent C.I.	0.048 0.058
Probability RMSEA <= .05	0.176

CFI/TLI

CFI	0.925
TLI	0.910

Chi-Square Test of Model Fit for the Baseline Model

Value	5817.646
Degrees of Freedom	378
P-Value	0.0000

SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)

Value	0.047

STANDARDIZED MODEL RESULTS

STDYX Standardization

Observed Variable	Estimate	S.E.	EST./S.E.	Two-tailed P-Value
ATT BY				
AT2	0.715	0.052	13.880	0.000
AT3	0.732	0.052	14.073	0.000
AC BY				
AC5	0.719	0.062	11.615	0.000
AC6	0.731	0.063	11.696	0.000
AM BY				
AM4	0.884	0.068	12.985	0.000
AM5	0.651	0.056	11.563	0.000
COM BY				
COM1	0.587	0.033	17.707	0.000
COM2	0.590	0.033	17.685	0.000
COM6	0.809	0.019	42.057	0.000
COM5	0.894	0.014	63.675	0.000
COM4	0.831	0.018	46.753	0.000
COM8	0.690	0.027	25.239	0.000
S_WO BY				
S_WO1	0.752	0.028	26.968	0.000
S_WO2	0.732	0.029	25.076	0.000
S_WO3	0.780	0.027	28.585	0.000
S_WO4	0.564	0.038	14.937	0.000
S_SF BY				
S_SF1	0.750	0.030	25.224	0.000
S_SF2	0.878	0.027	31.935	0.000
S_SF3	0.593	0.035	16.828	0.000
BI_IN BY				
BI_IN2	0.717	0.030	23.798	0.000
BI_IN3	0.854	0.026	32.468	0.000

BI_IN4	0.685	0.032	21.615	0.000
BI_WM BY				
BI_WM1	0.709	0.029	24.356	0.000
BI_WM2	0.815	0.020	40.344	0.000
BI_WM3	0.812	0.020	40.250	0.000
BI_WM4	0.802	0.023	34.740	0.000
BI_SP BY				
BI_SP3	0.885	0.030	29.414	0.000
BI_SP4	0.885	0.030	29.426	0.000
AC WITH				
ATT	0.223	0.067	3.323	0.001
AM WITH				
ATT	0.143	0.068	2.106	0.035
AC	0.332	0.060	5.485	0.000
COM WITH				
ATT	0.234	0.057	4.118	0.000
AC	0.109	0.059	1.851	0.064
AM	-0.024	0.054	-0.436	0.663
S_WO WITH				
ATT	0.253	0.060	4.230	0.000
AC	0.101	0.064	1.577	0.115
AM	0.206	0.056	3.707	0.000
COM	0.216	0.052	4.153	0.000
S_SF WITH				
ATT	0.052	0.062	0.834	0.404
AC	0.235	0.060	3.917	0.000
AM	0.210	0.055	3.805	0.000
COM	0.108	0.053	2.043	0.041
S_WO	0.343	0.051	6.675	0.000
BI_IN WITH				
ATT	0.306	0.058	5.261	0.000

AC	0.156	0.062	2.525	0.012
AM	0.328	0.056	5.845	0.000
COM	0.114	0.053	2.142	0.032
S_WO	0.345	0.051	6.724	0.000
S_SF	0.282	0.053	5.364	0.000
BI_WM WITH				
ATT	0.158	0.058	2.725	0.006
AC	-0.021	0.060	-0.351	0.726
AM	0.102	0.054	1.878	0.060
COM	0.097	0.051	1.897	0.058
S_WO	0.366	0.049	7.540	0.000
S_SF	0.261	0.051	5.144	0.000
BI_IN	0.244	0.052	4.735	0.000
BI_SP WITH				
ATT	0.402	0.055	7.374	0.000
AC	-0.073	0.061	-1.195	0.232
AM	0.041	0.056	0.727	0.467
COM	0.219	0.051	4.318	0.000
S_WO	0.380	0.048	7.844	0.000
S_SF	0.058	0.054	1.083	0.279
BI_IN	0.249	0.052	4.805	0.000
BI_WM	0.371	0.049	7.610	0.000
COM2 WITH				
COM1	0.362	0.042	8.517	0.000
BI_WM4 WITH				
BI_WM1	-0.363	0.070	-5.149	0.000
Intercepts				
AT2	3.961	0.138	28.751	0.000
AT3	3.406	0.121	28.195	0.000
AC5	4.604	0.158	29.183	0.000
AC6	5.150	0.175	29.439	0.000

AM4	6.022	0.203	29.720	0.000
AM5	5.079	0.173	29.410	0.000
COM1	3.670	0.129	28.487	0.000
COM2	3.198	0.115	27.920	0.000
COM4	2.641	0.098	26.913	0.000
COM5	2.362	0.090	26.192	0.000
COM6	2.615	0.097	26.854	0.000
COM8	2.626	0.098	26.879	0.000
S_WO1	6.115	0.206	29.744	0.000
S_WO2	6.348	0.213	29.798	0.000
S_WO3	5.877	0.198	29.681	0.000
S_WO4	5.325	0.180	29.506	0.000
S_SF1	6.597	0.221	29.850	0.000
S_SF2	6.940	0.232	29.914	0.000
S_SF3	6.244	0.210	29.775	0.000
BI_IN2	3.799	0.133	28.610	0.000
BI_IN3	5.113	0.174	29.424	0.000
BI_IN4	5.418	0.183	29.539	0.000
BI_WM1	8.106	0.270	30.074	0.000
BI_WM2	7.724	0.257	30.029	0.000
BI_WM3	8.147	0.271	30.079	0.000
BI_WM4	7.595	0.253	30.013	0.000
BI_SP3	5.266	0.179	29.484	0.000
BI_SP4	4.761	0.163	29.265	0.000
Variances				
ATT	1.000	0.000	999	999
AC	1.000	0.000	999	999
AM	1.000	0.000	999	999
COM	1.000	0.000	999	999
S_WO	1.000	0.000	999	999
S_SF	1.000	0.000	999	999

BI_IN	1.000	0.000	999	999
BI_WM	1.000	0.000	999	999
BI_SP	1.000	0.000	999	999
Residual Variances				
AT2	0.489	0.074	6.633	0.000
AT3	0.464	0.076	6.083	0.000
AC5	0.483	0.089	5.435	0.000
AC6	0.465	0.091	5.089	0.000
AM4	0.219	0.120	1.818	0.069
AM5	0.576	0.073	7.856	0.000
COM1	0.655	0.039	16.835	0.000
COM2	0.652	0.039	16.589	0.000
COM4	0.310	0.030	10.485	0.000
COM5	0.201	0.025	8.007	0.000
COM6	0.345	0.031	11.072	0.000
COM8	0.524	0.038	13.919	0.000
S_WO1	0.435	0.042	10.388	0.000
S_WO2	0.464	0.043	10.847	0.000
S_WO3	0.392	0.043	9.215	0.000
S_WO4	0.682	0.043	15.981	0.000
S_SF1	0.438	0.045	9.810	0.000
S_SF2	0.230	0.048	4.769	0.000
S_SF3	0.649	0.042	15.542	0.000
BI_IN2	0.486	0.043	11.238	0.000
BI_IN3	0.271	0.045	6.035	0.000
BI_IN4	0.531	0.043	12.231	0.000
BI_WM1	0.497	0.041	12.017	0.000
BI_WM2	0.336	0.033	10.229	0.000
BI_WM3	0.340	0.033	10.362	0.000
BI_WM4	0.357	0.037	9.631	0.000
BI_SP3	0.217	0.053	4.071	0.000

BI_SP4	0.216	0.053	4.056	0.000
R-SQUARE				
AT2	0.511	0.074	6.940	0.000
AT3	0.536	0.076	7.037	0.000
AC5	0.517	0.089	5.808	0.000
AC6	0.535	0.091	5.848	0.000
AM4	0.781	0.120	6.493	0.000
AM5	0.424	0.073	5.782	0.000
COM1	0.345	0.039	8.854	0.000
COM2	0.348	0.039	8.842	0.000
COM4	0.690	0.030	23.377	0.000
COM5	0.799	0.025	31.838	0.000
COM6	0.655	0.031	21.029	0.000
COM8	0.476	0.038	12.619	0.000
S_WO1	0.565	0.042	13.484	0.000
S_WO2	0.536	0.043	12.538	0.000
S_WO3	0.608	0.043	14.293	0.000
S_WO4	0.318	0.043	7.469	0.000
S_SF1	0.562	0.045	12.612	0.000
S_SF2	0.770	0.048	15.968	0.000
S_SF3	0.351	0.042	8.414	0.000
BI_IN2	0.514	0.043	11.899	0.000
BI_IN3	0.729	0.045	16.234	0.000
BI_IN4	0.469	0.043	10.808	0.000
BI_WM1	0.503	0.041	12.178	0.000
BI_WM2	0.664	0.033	20.172	0.000
BI_WM3	0.660	0.033	20.125	0.000
BI_WM4	0.643	0.037	17.370	0.000
BI_SP3	0.783	0.053	14.707	0.000
BI_SP4	0.784	0.053	14.713	0.000

2.วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second Confirmatory Factor Analysis: CFA)

ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวปั่นจักรยานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวปั่นจักรยาน กรณีศึกษาเขตธนบุรี

Loglikelihood

H0 Value	-12713.898
H1 Value	-12354.940

Information Criteria

Akaike (AIC)	25635.796
Bayesian (BIC)	26066.791
Sample-Size Adjusted BIC (n* = (n + 2) / 24)	25736.719

Chi-Square Test of Model Fit

Value	717.916
Degrees of Freedom	330
P-Value	0.0000

RMSEA (Root Mean Square Error Of Approximation)

Estimate	0.050
90 Percent C.I.	0.045 0.055
Probability RMSEA <= .05	0.463

CFI/TLI

CFI	0.929
TLI	0.918

Chi-Square Test of Model Fit for the Baseline Model

Value	5817.646
Degrees of Freedom	378
P-Value	0.0000

SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)

Value 0.062

STANDARDIZED MODEL RESULTS

STDYX Standardization

Observed Variable	Estimate	S.E.	EST./S.E.	Two-tailed P-Value
ATT BY				
AT2	0.771	0.062	12.378	0.000
AT3	0.671	0.058	11.673	0.000
AC BY				
AC5	0.578	0.091	6.326	0.000
AC6	0.909	0.136	6.709	0.000
AM BY				
AM4	0.834	0.096	8.721	0.000
AM5	0.690	0.082	8.420	0.000
COM BY				
COM1	0.597	0.033	18.117	0.000
COM2	0.597	0.032	18.770	0.000
COM6	0.856	0.019	44.692	0.000
COM5	0.859	0.019	45.153	0.000
COM4	0.833	0.028	29.340	0.000
COM8	0.682	0.029	23.752	0.000
S_WO BY				
S_WO1	0.779	0.027	28.375	0.000
S_WO2	0.757	0.028	26.744	0.000
S_WO3	0.732	0.030	24.759	0.000
S_WO4	0.494	0.043	11.630	0.000
S_SF B				
S_SF1	0.731	0.031	23.288	0.000
S_SF2	0.903	0.029	30.866	0.000
S_SF3	0.584	0.036	16.327	0.000
BI_IN BY				

BI_IN2	0.712	0.031	23.344	0.000
BI_IN3	0.859	0.027	32.139	0.000
BI_IN4	0.683	0.032	21.370	0.000
BI_WM BY				
BI_WM1	0.712	0.029	24.233	0.000
BI_WM2	0.801	0.021	37.634	0.000
BI_WM3	0.808	0.021	39.025	0.000
BI_WM4	0.813	0.023	35.622	0.000
BI_SP BY				
BI_SP3	0.924	0.037	24.860	0.000
BI_SP4	0.843	0.036	23.420	0.000
ELE BY				
ATT	0.632	0.092	6.860	0.000
AC	0.337	0.088	3.851	0.000
AM	0.384	0.078	4.894	0.000
COM	0.294	0.068	4.337	0.000
SAT BY				
S_WO	0.767	0.075	10.206	0.000
S_SF	0.428	0.059	7.289	0.000
BI BY				
BI_IN	0.551	0.054	10.166	0.000
BI_WM	0.535	0.056	9.633	0.000
BI_SP	0.539	0.056	9.631	0.000
SAT WITH				
ELE	0.594	0.118	5.021	0.000
BI WITH				
ELE	0.718	0.107	6.700	0.000
SAT	0.886	0.094	9.471	0.000
COM2 WITH				
COM1	0.323	0.042	7.749	0.000
AT3	-0.239	0.050	-4.774	0.000

BI_WM4 WIT				
BI_WM1	-0.396	0.074	-5.322	0.000
COM8 WITH				
COM2	0.226	0.043	5.232	0.000
COM6 WITH				
COM4	-0.298	0.105	-2.833	0.005
BI_SP3 WITH				
BI_WM2	0.394	0.115	3.431	0.001
S_WO4 WITH				
S_WO3	0.266	0.052	5.084	0.000
COM5 WITH				
COM4	0.174	0.096	1.810	0.070
Intercepts				
AT2	3.961	0.138	28.752	0.000
AT3	3.417	0.120	28.545	0.000
AC5	4.604	0.158	29.183	0.000
AC6	5.150	0.175	29.439	0.000
AM4	6.022	0.203	29.720	0.000
AM5	5.079	0.173	29.410	0.000
COM1	3.670	0.129	28.487	0.000
COM2	3.196	0.114	28.100	0.000
COM4	2.640	0.098	26.904	0.000
COM5	2.362	0.090	26.192	0.000
COM6	2.615	0.097	26.854	0.000
COM8	2.626	0.098	26.879	0.000
S_WO1	6.115	0.206	29.744	0.000
S_WO2	6.348	0.213	29.798	0.000
S_WO3	5.877	0.198	29.682	0.000
S_WO4	5.325	0.180	29.506	0.000
S_SF1	6.597	0.221	29.850	0.000
S_SF2	6.940	0.232	29.914	0.000

S_SF3	6.244	0.210	29.775	0.000
BI_IN2	3.799	0.133	28.610	0.000
BI_IN3	5.113	0.174	29.424	0.000
BI_IN4	5.418	0.183	29.539	0.000
BI_WM1	8.106	0.270	30.074	0.000
BI_WM2	7.809	0.257	30.380	0.000
BI_WM3	8.147	0.271	30.079	0.000
BI_WM4	7.595	0.253	30.013	0.000
BI_SP3	5.298	0.177	29.852	0.000
BI_SP4	4.761	0.163	29.265	0.000
Variances				
ELE	1.000	0.000	999	999
SAT	1.000	0.000	999	999
BI	1.000	0.000	999	999
Residual Variances				
AT2	0.406	0.096	4.225	0.000
AT3	0.549	0.077	7.117	0.000
AC5	0.666	0.106	6.306	0.000
AC6	0.173	0.246	0.702	0.483
AM4	0.304	0.160	1.901	0.057
AM5	0.524	0.113	4.642	0.000
COM1	0.644	0.039	16.394	0.000
COM2	0.643	0.038	16.931	0.000
COM4	0.307	0.047	6.495	0.000
COM5	0.263	0.033	8.039	0.000
COM6	0.268	0.033	8.174	0.000
COM8	0.535	0.039	13.646	0.000
S_WO1	0.394	0.043	9.211	0.000
S_WO2	0.427	0.043	9.947	0.000
S_WO3	0.464	0.043	10.728	0.000

S_WO4	0.756	0.042	17.971	0.000
S_SF1	0.466	0.046	10.153	0.000
S_SF2	0.185	0.053	3.500	0.000
S_SF3	0.659	0.042	15.804	0.000
BI_IN2	0.493	0.043	11.334	0.000
BI_IN3	0.262	0.046	5.700	0.000
BI_IN4	0.533	0.044	12.196	0.000
BI_WM1	0.493	0.042	11.794	0.000
BI_WM2	0.359	0.034	10.519	0.000
BI_WM3	0.348	0.033	10.401	0.000
BI_WM4	0.340	0.037	9.165	0.000
BI_SP3	0.146	0.069	2.129	0.033
BI_SP4	0.290	0.061	4.779	0.000
ATT	0.600	0.116	5.154	0.000
AC	0.886	0.059	15.007	0.000
AM	0.853	0.060	14.148	0.000
COM	0.913	0.040	22.886	0.000
S_WO	0.412	0.115	3.581	0.000
S_SF	0.817	0.050	16.274	0.000
BI_IN	0.696	0.060	11.640	0.000
BI_WM	0.714	0.059	12.028	0.000
BI_SP	0.710	0.060	11.787	0.000
R-SQUARE				
AT2	0.594	0.096	6.189	0.000
AT3	0.451	0.077	5.836	0.000
AC5	0.334	0.106	3.163	0.002
AC6	0.827	0.246	3.355	0.001
AM4	0.696	0.160	4.360	0.000
AM5	0.476	0.113	4.210	0.000
COM1	0.356	0.039	9.058	0.000
COM2	0.357	0.038	9.385	0.000

COM4	0.693	0.047	14.670	0.000
COM5	0.737	0.033	22.577	0.000
COM6	0.732	0.033	22.346	0.000
COM8	0.465	0.039	11.876	0.000
S_WO1	0.606	0.043	14.188	0.000
S_WO2	0.573	0.043	13.372	0.000
S_WO3	0.536	0.043	12.379	0.000
S_WO4	0.244	0.042	5.815	0.000
S_SF1	0.534	0.046	11.644	0.000
S_SF2	0.815	0.053	15.433	0.000
S_SF3	0.341	0.042	8.163	0.000
BI_IN2	0.507	0.043	11.672	0.000
BI_IN3	0.738	0.046	16.070	0.000
BI_IN4	0.467	0.044	10.685	0.000
BI_WM1	0.507	0.042	12.117	0.000
BI_WM2	0.641	0.034	18.817	0.000
BI_WM3	0.652	0.033	19.512	0.000
BI_WM4	0.660	0.037	17.811	0.000
BI_SP3	0.854	0.069	12.430	0.000
BI_SP4	0.710	0.061	11.710	0.000

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม MPlus

SUMMARY OF ANALYSIS

Number of groups	1
Number of observations	466
Number of dependent variables	28
Number of independent variables	0
Number of continuous latent variables	12

Observed dependent variables

Continuous

AT2	AT3	AC5	AC6	AM4	AM5
COM1	COM2	COM4	COM5	COM6	COM8
S_WO1	S_WO2	S_WO3	S_WO4	S_SF1	S_SF2
S_SF3	BI_IN2	BI_IN3	BI_IN4	BI_WM1	BI_WM2
BI_WM3	BI_WM4	BI_SP3	BI_SP4		

Continuous latent variables

ATT	AC	AM	COM	S_WO	S_SF
BI_IN	BI_WM	BI_SP	ELE	SAT	BI

Estimator	ML
Information matrix	OBSERVED
Maximum number of iterations	1000
Convergence criterion	0.500D-04
Maximum number of steepest descent iterations	20

SAMPLE STATISTICS

Means

Variable	Mean	Variable	Mean
AT2	3.667	S_WO3	4.047
AT3	3.305	S_WO4	4.034
AC5	3.740	S_SF1	4.326
AC6	4.043	S_SF2	4.335
AM4	4.296	S_SF3	4.354
AM5	4.099	BI_IN2	3.815
COM1	3.260	BI_IN3	4.127
COM2	3.182	BI_IN4	4.210
COM4	2.712	BI_WM1	4.571

COM5	2.444	BI_WM2	4.470
COM6	2.53	BI_WM3	4.530
COM8	2.813	BI_WM4	4.483
S_WO1	4.283	BI_SP3	4.015
S_WO2	4.208	BI_SP4	3.895

MODEL FIT INFORMATION

Number of Free Parameters 104

Loglikelihood

H0 Value -12713.898

H1 Value -12354.940

Information Criteria

Akaike (AIC) 25635.796

Bayesian (BIC) 26066.791

Sample-Size Adjusted BIC 25736.719

(n* = (n + 2) / 24)

Chi-Square Test of Model Fit

Value 717.916

Degrees of Freedom 330

P-Value 0.0000

RMSEA (Root Mean Square Error Of Approximation)

Estimate 0.050

90 Percent C.I. 0.045 0.055

Probability RMSEA <= .05 0.463

CFI/TLI

CFI 0.929

TLI 0.918

Chi-Square Test of Model Fit for the Baseline Model

Value 5817.646

Degrees of Freedom 378

P-Value 0.0000

SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)

Value 0.062

STANDARDIZED MODEL RESULTS

STDYX Standardization

Observed Variable	Estimate	S.E.	EST./S.E.	Two-tailed P-Value
ATT BY				
AT2	0.771	0.062	12.378	0.000
AT3	0.671	0.058	11.673	0.000
AC BY				
AC5	0.578	0.091	6.326	0.000
AC6	0.909	0.136	6.709	0.000
AM BY				
AM4	0.834	0.096	8.721	0.000
AM5	0.690	0.082	8.420	0.000
COM BY				
COM1	0.597	0.033	18.117	0.000
COM2	0.597	0.032	18.770	0.000
COM6	0.856	0.019	44.692	0.000
COM5	0.859	0.019	45.153	0.000
COM4	0.833	0.028	29.340	0.000
COM8	0.682	0.029	23.752	0.000
S_WO BY				
S_WO1	0.779	0.027	28.375	0.000
S_WO2	0.757	0.028	26.744	0.000
S_WO3	0.732	0.030	24.759	0.000
S_WO4	0.494	0.043	11.630	0.000
S_SF BY				

S_SF1	0.731	0.031	23.288	0.000
S_SF2	0.903	0.029	30.866	0.000
S_SF3	0.584	0.036	16.327	0.000
BI_IN BY				
BI_IN2	0.712	0.031	23.344	0.000
BI_IN3	0.859	0.027	32.139	0.000
BI_IN4	0.683	0.032	21.370	0.000
BI_WM BY				
BI_WM1	0.712	0.029	24.233	0.000
BI_WM2	0.801	0.021	37.634	0.000
BI_WM3	0.808	0.021	39.025	0.000
BI_WM4	0.813	0.023	35.622	0.000
BI_SP BY				
BI_SP3	0.924	0.037	24.860	0.000
BI_SP4	0.843	0.036	23.420	0.000
ELE BY				
ATT	0.632	0.092	6.860	0.000
AC	0.337	0.088	3.851	0.000
AM	0.384	0.078	4.894	0.000
COM	0.294	0.068	4.337	0.000
SAT BY				
S_WO	0.767	0.075	10.206	0.000
S_SF	0.428	0.059	7.289	0.000
BI BY				
BI_IN	0.551	0.054	10.166	0.000
BI_WM	0.535	0.056	9.633	0.000
BI_SP	0.539	0.056	9.631	0.000
SAT WITH				
ELE	0.594	0.118	5.021	0.000
BI WITH				
ELE	0.718	0.107	6.700	0.000

SAT	0.886	0.094	9.471	0.000
COM2 WITH				
COM1	0.323	0.042	7.749	0.000
AT3	-0.239	0.050	-4.774	0.000
BI_WM4 WITH				
BI_WM1	-0.396	0.074	-5.322	0.000
COM8 WITH				
COM2	0.226	0.043	5.232	0.000
COM6 WITH				
COM4	-0.298	0.105	-2.833	0.005
BI_SP3 WITH				
BI_WM2	0.394	0.115	3.431	0.001
S_WO4 WITH				
S_WO3	0.266	0.052	5.084	0.000
COM5 WITH				
COM4	0.174	0.096	1.810	0.070
Intercepts				
AT2	3.961	0.138	28.752	0.000
AT3	3.417	0.120	28.545	0.000
AC5	4.604	0.158	29.183	0.000
AC6	5.150	0.175	29.439	0.000
AM4	6.022	0.203	29.720	0.000
AM5	5.079	0.173	29.410	0.000
COM1	3.670	0.129	28.487	0.000
COM2	3.196	0.114	28.100	0.000
COM4	2.640	0.098	26.904	0.000
COM5	2.362	0.090	26.192	0.000
COM6	2.615	0.097	26.854	0.000
COM8	2.626	0.098	26.879	0.000
S_WO1	6.115	0.206	29.744	0.000
S_WO2	6.348	0.213	29.798	0.000

S_WO3	5.877	0.198	29.682	0.000
S_WO4	5.325	0.180	29.506	0.000
S_SF1	6.597	0.221	29.850	0.000
S_SF2	6.940	0.232	29.914	0.000
S_SF3	6.244	0.210	29.775	0.000
BI_IN2	3.799	0.133	28.610	0.000
BI_IN3	5.113	0.174	29.424	0.000
BI_IN4	5.418	0.183	29.539	0.000
BI_WM1	8.106	0.270	30.074	0.000
BI_WM2	7.809	0.257	30.380	0.000
BI_WM3	8.147	0.271	30.079	0.000
BI_WM4	7.595	0.253	30.013	0.000
BI_SP3	5.298	0.177	29.852	0.000
BI_SP4	4.761	0.163	29.265	0.000
Variances				
ELE	1.000	0.000	999	999
SAT	1.000	0.000	999	999
BI	1.000	0.000	999	999
Residual Variances				
AT2	0.406	0.096	4.225	0.000
AT3	0.549	0.077	7.117	0.000
AC5	0.666	0.106	6.306	0.000
AC6	0.173	0.246	0.702	0.483
AM4	0.304	0.160	1.901	0.057
AM5	0.524	0.113	4.642	0.000
COM1	0.644	0.039	16.394	0.000
COM2	0.643	0.038	16.931	0.000
COM4	0.307	0.047	6.495	0.000
COM5	0.263	0.033	8.039	0.000
COM6	0.268	0.033	8.174	0.000

COM8	0.535	0.039	13.646	0.000
S_WO1	0.394	0.043	9.211	0.000
S_WO2	0.427	0.043	9.947	0.000
S_WO3	0.464	0.043	10.728	0.000
S_WO4	0.756	0.042	17.971	0.000
S_SF1	0.466	0.046	10.153	0.000
S_SF2	0.185	0.053	3.500	0.000
S_SF3	0.659	0.042	15.804	0.000
BI_IN2	0.493	0.043	11.334	0.000
BI_IN3	0.262	0.046	5.700	0.000
BI_IN4	0.533	0.044	12.196	0.000
BI_WM1	0.493	0.042	11.794	0.000
BI_WM2	0.359	0.034	10.519	0.000
BI_WM3	0.348	0.033	10.401	0.000
BI_WM4	0.340	0.037	9.165	0.000
BI_SP3	0.146	0.069	2.129	0.033
BI_SP4	0.290	0.061	4.779	0.000
ATT	0.600	0.116	5.154	0.000
AC	0.886	0.059	15.007	0.000
AM	0.853	0.060	14.148	0.000
COM	0.913	0.040	22.886	0.000
S_WO	0.412	0.115	3.581	0.000
S_SF	0.817	0.050	16.274	0.000
BI_IN	0.696	0.060	11.640	0.000
BI_WM	0.714	0.059	12.028	0.000
BI_SP	0.710	0.060	11.787	0.000
R-SQUARE				
AT2	0.594	0.096	6.189	0.000
AT3	0.451	0.077	5.836	0.000
AC5	0.334	0.106	3.163	0.002
AC6	0.827	0.246	3.355	0.001

AM4	0.696	0.160	4.360	0.000
AM5	0.476	0.113	4.210	0.000
COM1	0.356	0.039	9.058	0.000
COM2	0.357	0.038	9.385	0.000
COM4	0.693	0.047	14.670	0.000
COM5	0.737	0.033	22.577	0.000
COM6	0.732	0.033	22.346	0.000
COM8	0.465	0.039	11.876	0.000
S_WO1	0.606	0.043	14.188	0.000
S_WO2	0.573	0.043	13.372	0.000
S_WO3	0.536	0.043	12.379	0.000
S_WO4	0.244	0.042	5.815	0.000
S_SF1	0.534	0.046	11.644	0.000
S_SF2	0.815	0.053	15.433	0.000
S_SF3	0.341	0.042	8.163	0.000
BI_IN2	0.507	0.043	11.672	0.000
BI_IN3	0.738	0.046	16.070	0.000
BI_IN4	0.467	0.044	10.685	0.000
BI_WM1	0.507	0.042	12.117	0.000
BI_WM2	0.641	0.034	18.817	0.000
BI_WM3	0.652	0.033	19.512	0.000
BI_WM4	0.660	0.037	17.811	0.000
BI_SP3	0.854	0.069	12.430	0.000
BI_SP4	0.710	0.061	11.710	0.000

QUALITY OF NUMERICAL RESULTS

Condition Number for the Information Matrix 0.152E-03

(ratio of smallest to largest eigenvalue)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวรุ่งรัตน์ วรรณะอยู่

ประวัติการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2552

ประสบการณ์การทำงาน พ.ศ. 2562 ข้าราชการ ตำแหน่งนักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ กรมการท่องเที่ยว

พ.ศ. 2561 พนักงานราชการ ตำแหน่งนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว

พ.ศ. 2560-2561 ลูกจ้างเหมาบริการ กรมการท่องเที่ยว

พ.ศ. 2559 -2560 พนักงานตำแหน่ง อาจารย์ สาขาการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการเพชรเกษม