

ทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายหลังเหตุการณ์น้ำมันรั่วไหลบริเวณอ่าวพร้าว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

กฤษกร อยู่เจริญ¹ / เจริญชัย เอกมาไพศาล²

¹ นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชา คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์และอาจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ อีเมล: y.kritsarak@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวและปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ภายหลังเหตุการณ์น้ำมันรั่วไหลขึ้นบริเวณอ่าวพร้าว เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งกล่าวได้ว่าเกาะเสม็ด จังหวัดระยองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพสูงทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย หากแต่การเกิดเหตุการณ์น้ำมันรั่วไหลส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของเกาะเสม็ดในด้านต่าง ๆ โดยการศึกษาเน้นดำเนินการเก็บแบบสอบถามจำนวน 300 ตัวอย่างและทำการวิเคราะห์ผลของความเสียหายตลอดจนการให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สำคัญในประเด็นดังกล่าว

ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งพบว่าปัจจัยด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ภายหลังเหตุการณ์น้ำมันรั่ว

คำสำคัญ

นักท่องเที่ยวชาวไทย น้ำมันรั่ว เกาะเสม็ด การท่องเที่ยว



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2560

The Study on Thai Tourists' Attitudes towards Factors in Making Decisions to Purchase Tourism Services after the Oil Spill at Ao Phrao beach in Koh Samet, Rayong

Kritsarak Yoocharoen¹ / Charoenchai Agmapisarn²

¹ Master's student at Graduate School of Tourism Management,
National Institute of Development Administration

² Assistant Professor and lecturer at Graduate School of Tourism Management,
National Institute of Development Administration

¹ E-mail: y.kritsarak@gmail.com

Abstract

The research aimed to examine the relationship between demographic data and attitudes towards factors that lead to the decisions to purchase tourism services and contribute to the return to Koh Samet, Rayong province. Koh Samet, one of the most popular tourist attractions in Thailand, is considered as a high potential tourist destination. However on 27 July 2013, the catastrophic oil spill profoundly affected tourism industry in Koh Samet. This study was conducted by using questionnaires collected from 300 samples of Thai tourists and analyzed for the results of this disaster as well as for providing an important policy on this issue.

Results revealed that demographic data were associated with the attitudes towards factors that caused the decisions to purchase tourism services. Also, the tourism resources factors affected the repeated travel to Koh Samet after the oil spill.

Keywords

Thai tourists, Oil spill, Koh Samet Tourism

บทนำ

จากการเกิดเหตุการณ์ที่อรัญน้ำมันดิบของบริษัทพีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (PTTGC) ขนาด 16 นิ้ว เกิดรอยแตกรั่วขึ้นทำให้น้ำมันดิบกว่า 50 ลูกบาศก์เมตรหรือราวกว่า 50,000 ลิตร รั่วไหลจากทางชายฝั่งท่าเทียบเรือมาตาฟุดไปทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 ได้สร้างความตื่นตระหนกให้กับประเทศไทย เมื่อน้ำมันเคลื่อนตัวไปตามกระแสลมพัดเข้าชายหาด อ่าวพร้าว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง หากแต่เหตุการณ์น้ำมันรั่วปริมาณมากในครั้งนี้ไม่ใช่ครั้งแรกที่เกิดขึ้นกับท้องทะเลไทย จากสถิติของกรมเจ้าท่า (2555) แสดงให้เห็นถึงการรั่วไหลของน้ำมันตั้งแต่ พ.ศ. 2540 – 2553 ที่มีปริมาณมากกว่า 20,000 ลิตรจำนวน 9 ครั้ง และมีจำนวน 5 ครั้งของเหตุการณ์ น้ำมันรั่วไหลมีปริมาณมากกว่า 20,000 ลิตรนั้น เกิดขึ้นบริเวณภาคตะวันออก โดยเฉพาะเขตจังหวัด ชลบุรีและระยอง ซึ่งสำนักจัดการน้ำ กรมควบคุมมลพิษ ได้จำแนกให้กลุ่มพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก อันได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง เป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงมากในการเกิดการรั่วไหลของ น้ำมัน เนื่องจากการสัญจรทางน้ำหนาแน่น มีนิคมอุตสาหกรรมและยังมีการขนถ่ายน้ำมันและสินค้า ทางทะเลจำนวนมากอีกด้วย (The Nation, 2556) ดังนั้นพื้นที่ชายฝั่งภาคตะวันออกจึงมีโอกาสเสี่ยงสูง ในการเกิดน้ำมันรั่วไหล และเหตุการณ์น้ำมันรั่วไหลที่อ่าวพร้าวนี้อีก ส่งผลกระทบอย่างมากต่อระบบ นิเวศทางทะเล สิ่งแวดล้อม สุขอนามัยของประชาชนในท้องถิ่นและยังคงส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ดด้วย โดยยอดการจองห้องพักช่วงฤดูการท่องเที่ยวในเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2556 จนถึงมกราคม ปี พ.ศ. 2557 มีแนวโน้มลดลงจากเดิมราว 80% (ข่าวเกาะเสม็ด, ออนไลน์, 2556) และ ผลการศึกษาวิจัยของ Casarotto, และคณะ (2557 : 82-83) แสดงให้เห็นว่าอัตราการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์น้ำมันรั่วลดลงราว 16% ด้วยสาเหตุที่นักท่องเที่ยวยังคงมีความกังวล และไม่อยากเสี่ยงต่อกภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้นอีก ทั้งยังเชื่อว่ามีการเคมปีนเปื้อนอยู่ในทะเล ซึ่งมีความ สอดคล้องกับตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเปรียบเทียบกับก่อนและหลังการเกิดเหตุการณ์น้ำมันรั่วไหล แสดงให้เห็นถึงตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ลดลงซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด เป็นอย่างมาก แสดงผลดังตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1 : สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยก่อนและหลังเหตุการณ์น้ำมันรั่วไหล พ.ศ.2556

เดือน	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)
มิถุนายน	16,925
กรกฎาคม	13,964
สิงหาคม	11,146
กันยายน	9,297

ที่มา : สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช. 2556



เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ถูกจัดอยู่ในกลุ่มการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ซึ่งกลุ่มการท่องเที่ยวภาคตะวันออกนี้เอง ใน พ.ศ. 2555 สามารถสร้างรายได้ถึง 140,046 ล้านบาท ซึ่งมีการเพิ่มสูงขึ้นจาก พ.ศ. 2554 ถึงร้อยละ 12.61 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งหมดถึง 19,757,639 คน (สถิติทางการประเทศไทย, 2557) เมื่อพิจารณาถึงจังหวัดระยองจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจ พบว่า ระยองได้รับรายได้จากภาคการท่องเที่ยวและบริการร้อยละ 15 ของรายได้ทั้งจังหวัดหรือ 22,294.76 ล้านบาท ใน พ.ศ.2555 (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก, 2557) ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการเพิ่มสูงขึ้นจาก พ.ศ. 2554 ร้อยละ 24.61 อีกทั้ง พ.ศ. 2555 จังหวัดระยองยังเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสูงสุดในกลุ่มการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ถึงร้อยละ 16.68 ด้วยเหตุนี้ การศึกษาวิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด ในปีงบประมาณ 2556 ที่พบว่าสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติถึงร้อยละ 53.20 (สำนักอุทยานแห่งชาติกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2556)

จากความสำคัญของปัญหาและแนวคิดที่ต้องการศึกษาวิจัยเพื่อฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยภายหลังเหตุการณ์น้ำมันรั่วไหล ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวและปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดซ้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยไปปรับใช้เพื่อกำหนดแนวทางและวางมาตรการเพื่อรองรับผลกระทบด้านการท่องเที่ยวจากวิกฤติการณ์น้ำมันรั่วไหลที่อาจจะเกิดขึ้นอีกกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ ในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

1. หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยว
2. ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

2. ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยวส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ภายหลังจากเหตุการณ์น้ำท่วมฉุกละหุก เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหามุ่งศึกษาประเด็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งมีขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยกำหนดขอบเขตด้านเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนมีนาคมพ.ศ.2557 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2558

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดที่เดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนบริเวณเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการใช้งานจากโปรแกรม G*Power 3.1 กำหนดค่าขนาดอิทธิพลตามตารางขนาดค่าอิทธิพล 3 ระดับ จำแนกตามประเภทของค่าขนาดอิทธิพล 4 ประเภท (Cohen, 1977 อ้างอิงใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) เท่ากับ 0.50 อ่านผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมและสำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มรวมทั้งหมดเป็น 300 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster sampling) เป็นการแบ่งพื้นที่เป็นกลุ่มย่อยจากนั้นเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลากแบบระบุตัวเลขโดยไม่ใส่คืน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการท่องเที่ยวและคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Cronbach Alpha Coefficient Reliability) มีค่าเท่ากับ .92 ซึ่งอยู่ในระดับที่สามารถนำเครื่องมือไปใช้ได้ แปลผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่างๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อสกัดปัจจัย



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2560

ต่าง ๆ ในปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวโดยสัปดาห์แปรจากคู่มือการประเมินแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การหาความสัมพันธ์ของข้อมูลประชากรศาสตร์กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวใช้สถิติทดสอบค่าที (Independent Sample T-Test) สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

3. สถิติวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ทวิ (Binary Logistic Regression) เพื่อหาปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 300 ตัวอย่าง ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ.2557 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ.2558 จากนั้นทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและบันทึกผลจากนั้นทำการแปลผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เพื่ออภิปรายผลและนำเสนอข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิงร้อยละ 64.67 และเพศชายร้อยละ 35.33 ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุในช่วงระหว่าง 25 – 34 ปีคิดเป็นร้อยละ 46.67 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.67 มีระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่ที่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 68.67 และผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงสุดส่วนใหญ่ที่ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจเพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันให้อยู่ในปัจจัยเดียวกันจากข้อมูลที่เหมาะสมแล้ว โดยการใช้วิธีหมุนแกนแบบมุมฉากแบบ varimax ทั้งนี้การจัดกลุ่มตัวแปรจะยังลดตัวแปรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยการพิจารณาจากค่า Kaiser Mayer Olkin ดังตาราง 2 ดังนี้

ตาราง 2 : แสดงค่าดัชนี (Kaiser-Mayer-Olkin) และสถิติทดสอบแบบแจกแจงโดยประมาณจากการ

Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.90
Bartlett's Test of Approx.Chi-Square	2454.52
Sphericity df	91
Sig.	.00

จากตาราง 2 พบว่าการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจมีความเหมาะสม ค่า Kaiser Mayer Olkin มีค่ามากกว่า 0.60 แสดงว่าตัวแปรสามารถนำมาสังกัดปัจจัยได้ผลลัพธ์ในปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว ดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตาราง 3 : การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ในปัจจัยที่ทำให้เกิดการ

ทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจ การซื้อบริการทางการท่องเที่ยว	Component		
	1	2	3
ด้านการบริการข่าวสารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertisement and Public relation)			
1. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและองค์กรท้องถิ่น		.87	
2. สื่อภายนอกหลายประเภท เช่น โทรศัพท์ สื่อออนไลน์ วิทยุ เป็นต้น		.84	
3. เจ้าหน้าที่ บุคลากรบริการ มีเพียงพอและสื่อสารได้มากกว่าภาษาไทย		.66	
4. สื่อหลายประเภท เช่น แผ่นพับ โบสเตอร์ นิทรรศการ		.64	
5. การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสีย		.60	
Cronbach's Alpha		.86	
ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resources)			
1. หยู้ทะเลหรือสาหร่าย		.87	
2. แนวปะการัง		.83	
3. สัตว์จำพวกนก สัตว์หายากและสัตว์น้ำ		.73	
4. ความชุ่มชื้นของน้ำทะเล		.73	
Cronbach's Alpha		.87	



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2560

ทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจ การซื้อบริการทางการท่องเที่ยว	Component		
	1	2	3
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)			
1. การบริการทางการแพทย์ขั้นพื้นฐาน		.78	
2. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน คือ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบการ สื่อสารและท่าเรือ		.75	
3. ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายเตือน ป้ายบอกทางในพื้นที่ท่องเที่ยว		.74	
4. เจ้าหน้าที่ดูแลความเรียบร้อย ความปลอดภัยและให้บริการนักท่องเที่ยว อย่างชัดเจน		.60	
5. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย น่าสนใจ		.52	
Cronbach's Alpha		.85	
3. สัตว์จำพวกนก สัตว์หายากและสัตว์น้ำ		.73	

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว พบว่า

ทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยวด้านการบริการข่าวสารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับข้อมูลประชากรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 8 ด้าน โดยสามารถแจกแจงด้านตามตารางที่ 4 ดังต่อไปนี้ อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสื่อหลายประเภท (อาทิ แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ) ($F = 4.47$, $Sig = .00$) อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสีย ($F = 2.44$, $Sig = .05$) อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสื่อภายนอกหลายประเภท (อาทิ ทีวี สื่อออนไลน์ วิหุ) ($F = 2.73$, $Sig = .02$) อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสื่อภายนอกหลายประเภท (อาทิ แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ) ($F = 2.31$, $Sig = .04$) อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรบริการมีเพียงพอและสื่อสารได้มากกว่าภาษาไทยที่แตกต่างกัน ($F = 2.82$, $Sig = .02$) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสื่อภายนอก (อาทิ แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ) ($F = 3.61$, $Sig = .01$) ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรบริการมีเพียงพอและสื่อสารได้มากกว่าภาษาไทย ($F = 5.27$, $Sig = .00$) และปัจจัยด้านการจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสีย ($F = 3.51$, $Sig = .02$) ที่แตกต่างกัน

ตาราง 4 : ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวด้านการบริการข่าวสารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับข้อมูลประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	เพศ		อายุ		อาชีพ		ระดับการ ศึกษา		รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (บาท)	
	T	Sig.	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของ ภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนท้องถิ่น	-1.30	.20	.79	.53	1.23	.30	.69	.56	1.46	.21
2. สื่อภายนอกหลายประเภท เช่น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ วิทูย์ เป็นต้น	-.93	.36	1.80	.13	2.73	.02*	1.99	.11	1.91	.11
3. สื่อหลายประเภท เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ เป็นต้น	.73	.47	4.47	.00*	2.31	.04*	3.61	.01*	1.65	.16
4. เจ้าหน้าที่ บุคลากรบริการมีเพียงพอ และสื่อสารได้มากกว่าภาษาไทย	-.64	.52	1.66	.16	2.82	.02*	5.27	.00*	1.61	.17
5. การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสีย	-1.22	.22	2.44	.05*	1.91	.09	3.51	.02*	.90	.46

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวด้านการบริการข่าวสารและการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับข้อมูลประชากรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 11 ด้าน โดยสามารถแจกแจงรายด้านตามตารางที่ 5 ได้ดังต่อไปนี้ เพศแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความชุ่มชื้นของน้ำทะเล ($F = -.22$, $Sig = .03$) อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสัตว์จำพวกนก สัตว์หายากและสัตว์น้ำ ($F = 2.44$, $Sig = .05$) อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านแนวปะการัง ($F = 4.09$, $Sig = .00$) อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านหญ้าทะเลหรือสาหร่าย ($F = 4.42$, $Sig = .00$) อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความชุ่มชื้นของน้ำทะเล ($F = 2.63$, $Sig = .02$) อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสัตว์จำพวกนก สัตว์หายากและสัตว์น้ำ ($F = 4.40$, $Sig = .00$) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านแนวปะการัง ($F = 4.44$, $Sig = .00$) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านหญ้าทะเลหรือสาหร่าย ($F = 2.87$, $Sig = .04$) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสัตว์จำพวกนก สัตว์หายากและสัตว์น้ำ ($F = 8.16$, $Sig = .00$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านแนวปะการัง ($F = 2.45$, $Sig = .05$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความชุ่มชื้นของน้ำทะเล ($F = 2.83$, $Sig = .03$) ที่แตกต่างกัน



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2560

ตาราง 5 : ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ด้านทรัพยากรทางการแพทย์เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านทรัพยากร ทางการแพทย์	เพศ		อายุ		อาชีพ		ระดับการศึกษา		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	
	T	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
1. แนวปะการัง	-1.13	.26	.87	.48	4.09	.00*	4.44	.00*	2.45	.05*
2. หาดทะเลหรือสาหร่าย	-1.26	.21	1.10	.36	4.42	.00*	2.87	.04*	1.68	.15
3. ความชุ่มชื้นของน้ำทะเล	-.22	.03*	.84	.50	2.63	.02*	2.56	.06	2.83	.03*
4. สัตว์จำพวกนก สัตว์หายาก และสัตว์น้ำ	.00	1.00	2.44	.05*	4.40	.00*	8.16	.00*	1.86	.12

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับข้อมูลประชากรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 12 ข้อ โดยสามารถแจกแจงรายด้านตามตารางที่ 6 ได้ดังต่อไปนี้ เพศแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายเตือน ป้ายบอกทางในพื้นที่ท่องเที่ยว ($F = -2.36$, $Sig = .02$) อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายเตือน ป้ายบอกทางในพื้นที่ท่องเที่ยว ($F = 2.73$, $Sig = .03$) อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ดูแลความเรียบร้อย ความปลอดภัยและให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ($F = 2.94$, $Sig = .02$) อาชีพที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์ขั้นพื้นฐาน ($F = 3.77$, $Sig = .00$) อาชีพที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ($F = 3.27$, $Sig = .01$) อาชีพที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายเตือน ป้ายบอกทางในพื้นที่ท่องเที่ยว ($F = 4.13$, $Sig = .00$) อาชีพที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกิจกรรมทางการแพทย์ที่หลากหลาย น่าสนใจ ($F = 3.45$, $Sig = .00$) ระดับการศึกษาที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์ขั้นพื้นฐาน ($F = 4.94$, $Sig = .00$) ระดับการศึกษาที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ($F = 3.27$, $Sig = .02$) ระดับการศึกษาที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายเตือน ป้ายบอกทางในพื้นที่ท่องเที่ยว ($F = 7.95$, $Sig = .00$) ระดับการศึกษาที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกิจกรรมทางการแพทย์ที่หลากหลาย น่าสนใจ ($F = 3.78$, $Sig = .01$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์ขั้นพื้นฐาน ($F = 2.51$, $Sig = .04$) ที่แตกต่างกัน

ตาราง 6 : ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ด้านสิ่งแวดล้อมทางสาธารณสุขกับการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางสาธารณสุข	เพศ		อายุ		อาชีพ		ระดับการศึกษา		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	
	T	Sig.	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
1. การบริการทางการแพทย์ขั้นพื้นฐาน	.14	.89	2.11	.08	3.77	.00*	4.94	.00*	2.51	.04*
2. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน คือ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบสื่อสารและโทรคมนาคม	-1.30	.20	1.07	.37	3.27	.01*	3.27	.02*	.57	.69

ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	เพศ		อายุ		อาชีพ		ระดับการศึกษา		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	
	T	Sig.	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
3.ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายเตือนป้ายบอกทางในพื้นที่ท่องเที่ยว	-2.36	.02*	2.73	.03*	4.13	.00*	7.95	.00*	1.36	.25
4.เจ้าหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยความปลอดภัยและให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	-.66	.51	2.94	.02*	1.62	.15	2.29	.08	.55	.70
5.กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายน่าสนใจ	-.48	.63	2.27	.06	3.45	.00*	3.78	.01*	1.84	.12

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ด้านการท่องเที่ยวหรือพลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากที่สุด ($\text{Exp}(B) = 2.20$, $\text{Sig} = .00$) รองลงมาปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ด้านสิ่งแวดล้อม ($\text{Exp}(B) = 1.39$, $\text{Sig} = .36$) และปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\text{Exp}(B) = .85$, $\text{Sig} = .68$) ตามลำดับ



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2560

ตาราง 7 : แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

	B	S.E.	Sig	Exp(B)
ด้านการบริการข่าวสารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertisement and Public relation)	-.16	.38	.68	.85
ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resources)	.80	.23	.01*	2.20
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)	.33	.35	.36	1.39

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวด้านการบริการข่าวสารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertisement and Public relation) มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 ที่ตั้งไว้โดยพบว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวด้านการบริการข่าวสารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สลิตา สุขมาก (2554) ที่พบว่า อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจด้านการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่าง และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ที่พบว่าอายุ อาชีพและระดับการศึกษา ส่งผลต่อทัศนคติด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งนี้อาจเพราะ การรับสารและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวอาจมีระดับที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resources) มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 ที่ตั้งไว้ โดยพบว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง และผลการวิจัยของ สลิตา สุขมาก (2554) พบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ทั้งนี้อาจเพราะนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเป็นหลักในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว โดยมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ

อิตธีรรัตน์ จันทรแสงทอง (2548) ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยการรับสารด้านแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 ที่ตั้งไว้ โดยพบว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว อาจเพราะนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของเกาะเสม็ดที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว รวมถึงความสะดวกสบายในการใช้บริการ โดยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อิตธีรรัตน์ จันทรแสงทอง (2548) ที่พบว่าปัจจัยแรงจูงใจทางกายภาพของเกาะเสม็ดในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันและมีสาธารณูปโภคต่าง ๆ เพียงพอให้บริการมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อีกทั้งผลงานวิจัยของ ลลิตา สุขมาก (2554) ยังพบว่าอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่าง และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่า อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ภายหลังเหตุการณ์น้ำมันรั่วไหล มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2 ที่ตั้งไว้ พบว่าปัจจัยด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resources) มีความสัมพันธ์กับการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง โดยแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งเป็นบวกซึ่งสามารถอนุมานได้ว่าทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว ซึ่งผลการเปรียบเทียบมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เนตรทิพย์ สิทธิเชนทร์ (2552) ที่ได้สรุปผลการวิจัยไว้ว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังจะกลับมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด อีกครั้งคิดเป็นร้อยละ 91.8 และ (นันทนา ลัมประยูร, 2537) ที่พบว่าร้อยละ 76 จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอีกเพราะความเงียบสงบและความสวยงามของธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอิตธีรรัตน์ จันทรแสงทอง (2548) ที่พบว่าปัจจัยด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวผลต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดและนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอีกครั้ง



ข้อเสนอแนะ

เพื่อการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาทัศนคติต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ภายหลังเหตุการณ์น้ำมันรั่วไหลรวมถึงผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ข้อมูลประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยผลการวิจัยผู้วิจัยสามารถเสนอแผนการฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ที่เกิดน้ำมันรั่วไหลดังนี้

1. แผนงานอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควบคู่กับการเตรียมแผนรับมือฉุกเฉินโดยการประสานงานกับภาคีด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนโดยแผนการรับมือนี้จะต้องมีความสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือเน้นการบำรุงรักษาสสิ่งแวดล้อม พัฒนาคนให้รู้วิธีการจัดการ สามารถรองรับเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยแผนจะประยุกต์จากแผนการทำงานของคณะกรรมการป้องกันและขจัดมลพิษทางน้ำเนื่องจากน้ำมัน (กปน.) สามารถแบ่งหน้าที่หลัก ดังนี้

1.1 ภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวโดยตรง อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว ททท. มีหน้าที่ประสานงานด้านการควบคุม กำกับ ดูแล ติดตามผลการดำเนินงานการจัดทราบน้ำมันและแจ้งให้หน่วยงานในพื้นที่ประสบเหตุทราบและลงพื้นที่เพื่อประเมินผลกระทบทางด้านการท่องเที่ยว แจ้งสถานการณ์ตามจริง และประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวในอนาคตและจำเป็นต้องมีหน่วยงานทางด้านการท่องเที่ยวที่ดูแลในพื้นที่เสี่ยงต่อการเกิดเหตุน้ำมันรั่ว เพื่อเป็นการเตรียมรับมือกับสถานการณ์ในอนาคต ภาครัฐจะต้องมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพราะเกาะเสม็ด รายได้ส่วนใหญ่มาจากภาคการท่องเที่ยว อีกทั้งการส่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อไปให้ความรู้ประชาชนและผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อฝึกซ้อมเตรียมการสำหรับเหตุการณ์น้ำมันรั่ว

1.2 ภาคเอกชน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดและในพื้นที่ประสบเหตุจะต้องมีการประสานงานกับภาครัฐ เพื่อทำหน้าที่รายงานข่าวแก่ประชาชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่และเตรียมพร้อมสำหรับการช่วยเหลือและร่วมกันประเมินสถานการณ์และแผนรับมือระยะสั้นเพื่อเยียวยาและแก้ไขปัญหาทางด้านการท่องเที่ยวในเบื้องต้นแก่ผู้ประกอบการร้านค้าร้านอาหาร ที่พักโรงแรม และรวมถึงผู้ประกอบการอื่น ๆ ด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

1.3 ภาคประชาชน ผู้นำชุมชนต้องประสานงานกับกรมอุทยานสัตว์ป่าและพันธุ์พืชเขาแหลมหญ้า – หมู่เกาะเสม็ด เพื่อออกตรวจและรายงานข่าวที่ถูกต้องจากภาครัฐ/ภาคเอกชน สร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในท้องถิ่น และเน้นการให้ความรู้ด้านการขจัดน้ำมันดิบรั่วเพื่อให้ประชาชน

มีความรู้ด้านการจัดการ รู้เทคนิค และการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง เพื่อลดผลกระทบทางด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจากเหตุการณ์น้ำมันรั่วไหลในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรมเจ้าท่า. (2557). สถิติน้ำมันรั่วไหล, สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2557, จาก <http://www.md.go.th/md/index.php/2014-01-19-05-02-28/2014-01-19-05-20-44/-oil-Spill>.
- กรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ กระทรวงพลังงาน. (2554). ประเทศไทยมีปิโตรเลียมมหาศาลจริงหรือไม่, สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2554, จาก http://www.dmf.go.th/truth_file/truth/13.pdf.
- ข่าวเกาะเสม็ด. (2556). ธุรกิจการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดยังวูบ, สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2557, จาก <http://kohsamet.siammede.com>.
- เนตรทิพย์ สิทธิเชนทร์. (2552). แนวทางการพัฒนาอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด เพื่อตอบสนองพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย. ภาคนิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ที่ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ. เอกสารประกอบการบรรยาย Twilight Program. 1, 13-15.
- นันทนา ลิ้มประยูร. (2537). มูลค่าของอุทยานแห่งชาติ: กรณีศึกษาเกาะเสม็ด. วิทยานิพนธ์ คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิสุทธิ์ เพียรมนกุล. (2557). น้ำมันรั่ว ความจริง...ที่ยังไม่จบ. กรุงเทพมหานคร: จ.เจริญ อินเทอร์เน็ต.
- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2546). ทศนคติและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด. สารนิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ลลิตา สุขมาก. (2554). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง. (2556). ดร.ธรณ์ชี้น้ำมันกระทบระบบนิเวศหนักต้องฟื้นฟูเป็นเดือน-อย่าพูดว่าจบใน 3 วัน, สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://tcijthai.com/tcijthainews/view.php?ids=2871>.
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2555). ยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559), สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2557, จาก http://www.ird.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=172.
- สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก. (2557). สถานข้อมูลกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก: ด้านการท่องเที่ยวท่องเที่ยว, สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2557, จาก <http://www.eastosm.com>.



- สถิติทางการประเทศไทย. (2557). รายงานวิเคราะห์สถานการณ์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก, สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/.
- อานูภาพ เกสรสุวรรณ และคณะ. (2552). *คู่มือการประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ*. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- อิตธีรรัตน์ จันทร์แสงทอง. (2548). *ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*. ภาคนิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Casarotto A. et al (2557). *Documentation and analysis of the Rayong Oil Spill Characterizing the health, Economic and Social Impacts of incident and response*, สืบค้นเมื่อ 17 มิถุนายน 2557, จาก http://m.wpi.edu/Pubs/E-project/Available/E-project 031114163830/unrestricte/Final_Rayong_Oil_Spill_Report.pdf.