

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี Decision of Tourists on Travelling to Ko Kret, Nonthaburi Province

ศรัญญา ศรีสุข¹ สาวิตรี รังสิพัทธ์² และพัชราวดี ศรีบุญเรือง²
Saranya Srisook¹, Savitree Rangsiapht² and Patcharavadee Sriboonruang²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 3) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ด เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (F-test) และ LSD (least significant difference)

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 30.87 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 17,445.45 บาท วัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อ shopping จำนวนผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว 3-4 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อครั้งเฉลี่ย 1,123.56 บาท และมีกิจกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว 6-11 กิจกรรม นักท่องเที่ยวเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ด สื่อบุคคลจากเพื่อนมากที่สุด สื่อมวลชนจากอินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเพื่อจับจ่ายซื้อของ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดผ่านสื่อมวลชน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

คำสำคัญ : การตัดสินใจ นักท่องเที่ยว ท่องเที่ยว เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study basic demographic factors, tourist behavior factors, and media exposure towards Ko Kret of tourists, 2) to study the decision of tourists on travelling to Ko Kret, Nonthaburi province, and 3) to compare decision of tourists on travelling to Ko Kret, Nonthaburi province classified by basic demographic factors, tourist behavior factors, and media exposure towards Ko Kret. Data were collected by using questionnaire. Samples consisted of 385 tourists at Ko Kret, Nonthaburi province. Statistical analyses were frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, minimum figure, maximum figure, t-test, One-Way ANOVA, and LSD (least significant difference).

The results of the research revealed that most of the tourists were female with the average age of 30.87 years old, and being single. Tourists attained the bachelor's degree and higher. Their occupation

¹ นิสิตปริญญาโท ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จตุจักร กรุงเทพฯ 10900

² ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จตุจักร กรุงเทพฯ 10900

was civil servant and state enterprise employee. The average income was 17,445.45 Baht. The main purpose of travelling was for shopping. Numbers of passengers were more than 3 persons, travelling by private car, numbers of travelling to Ko Kret were 3-4 times. The average expenses per trip were 1,123.56 Baht and tourism activities were 6-11 activities. Media exposure towards Ko Kret was from fellow tourists, mass media from electronic media, internet, and specific media from posters. Decision of tourists on travelling to Ko Kret, Nonthaburi province on the average was at the high level. Results of hypothesis testing indicated that the overall decision of tourists with different occupations, main purpose of travelling for shopping, numbers of passengers, numbers of travelling to Ko Kret, and media exposure about Ko Kret via mass media had significantly different decision on travelling to Ko Kret, Nonthaburi province at 0.05 and 0.01 level of significance.

Keywords: decision, tourists, travelling, Ko Kret, Nonthaburi province

คำนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วโลก มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ประเทศไทยซึ่งอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมและประเพณีที่สะท้อนถึงอารยธรรมท้องถิ่น ที่มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในการพัฒนาสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวภายในประเทศสามารถช่วยลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศทางหนึ่ง (ประเสริฐ, 2547) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดการท่องเที่ยวแบบชุมชน ซึ่งมีการบริหารจัดการโดยชุมชนเอง และนำวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นเข้ามาเผยแพร่ เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน จึงทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของโลก ทั้งยังได้เจริญเติบโตจนกลายมาเป็นรายได้หลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551)

จังหวัดนนทบุรีตั้งอยู่ในบริเวณภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย เป็นดินแดนวัฒนธรรมแห่งลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา มีคูคลองน้อยใหญ่มากมาย ในปัจจุบันจังหวัดนนทบุรีเต็มไปด้วยสิ่งที่น่าสนใจและมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ งานหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผา รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะวิถีชีวิต 2 ฝั่งคลอง และริมแม่น้ำเจ้าพระยา อาทิ วัดเฉลิมพระเกียรติ ขุขยาน เฉลิมกาญจนาภิเษก วัดปรมย์ยิกาวาส ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้กระจายอยู่ในเขตการปกครอง 6 อำเภอในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง อำเภอไทรน้อย และอำเภopakเกร็ด (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรี, 2556)

อำเภopakเกร็ด เป็นอำเภอหนึ่งในหกของจังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานคร มีแหล่งที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด คือ เกาะเกร็ด ซึ่งเป็นเกาะกลางน้ำเจ้าพระยา เกาะเกร็ดเป็นชุมชนเก่าแก่ที่ก่อตั้งและมีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา มีแหล่งชุมชนชาวมอญที่มีชื่อเสียงในเรื่องของเครื่องปั้นดินเผาชั้นดี เป็นสินค้าประจำของเกาะเกร็ด ประเพณีวัฒนธรรมแบบพื้นบ้านดั้งเดิมที่ยังคงอนุรักษ์ไว้ได้เป็นอย่างดี และวิถีชีวิตของชาวเกาะเกร็ดที่มีอาชีพหลากหลาย เช่น การทำขนมไทย นวดแผนโบราณ การทำผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ฟ้าบาติก เป็นต้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวบนเกาะเกร็ดมีทั้งมาเดินเที่ยว หรือขี่จักรยานชมสวนและวิถีชีวิตชุมชนและสวนเกษตรบนเกาะ หรือนั่งเรือชมทิวทัศน์รอบเกาะ มีพระเจดีย์มูเตตาของวัดปรมย์ยิกาวาสเป็นสัญลักษณ์ประจำฝั่งน้ำของเกาะ สินค้าที่เป็นสัญลักษณ์เด่นของเกาะเกร็ดคือ เครื่องปั้นดินเผา โถง กระถางเซรามิกรูปร่าง

ต่างๆ ในราคาย่อมเยาให้เลือกซื้อมากมาย เกาะเกร็ดยังขึ้นชื่อเรื่องอาหารสมุนไพรเพื่อสุขภาพที่อร่อย เช่น ทอดมัน หน่อกะลา นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมแหล่งปลูกหน่อกะลา พืชสมุนไพรท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ด รวมทั้งรับประทานดอกไม้ทอดและข้าวแช่ เป็นต้น (สำนักงานเกษตรจังหวัดนนทบุรี, 2559) เกาะเกร็ดเป็นพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะจึงเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและประกอบกับภาวะทางเศรษฐกิจที่ประเทศไทยได้เผชิญมาตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2540 ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงและการเดินทางสะดวกจึงทำให้เกาะเกร็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว (ศุภวรรณ, 2554)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาค้นคว้าการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้สอดคล้อง หรือตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด อันจะก่อให้เกิดรายได้แก่ชาวเกาะเกร็ด ทั้งยังสามารถขับเคลื่อนให้กิจกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นเติบโตและยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และคุณค่าของเกาะเกร็ดที่ยั่งยืนต่อไป

วิธีการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยเลือกใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย รับจ้างทั่วไป และนักเรียน นักศึกษา ที่เดินทางกลับบริเวณท่าเรือวัดปรายยิกาวาสวรวิหาร ท่าเรือวัดเสาธงทอง และท่าเรือป่าไผ่ โดยทำการเก็บแบบสัมภาษณ์ในวันจันทร์ และวันศุกร์ จำนวน 4 วัน วันละ 25 คน รวม 100 คน วันเสาร์ วันอาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 5 วัน วันละ 57 คน รวม 285 คน รวมทั้งหมดนักท่องเที่ยวจำนวน 385 คน โดยใช้สูตรไม่ทราบประชากรที่แน่นอนของ Yamane (กัลยา, 2545)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตอนที่ 3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดของนักท่องเที่ยว ตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่อเกาะเกร็ด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีโดยรวมทุกด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าถาม 25 ข้อ โดยมีคะแนนสูงสุดเท่ากับ 125 และคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 25 และแบ่งชั้นตามวิธีอันตรภาคชั้น (class interval) จำนวน 5 ระดับ สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยความถี่ระดับการตัดสินใจได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 105.01 – 125.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 85.01 – 105.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม มาก
คะแนนเฉลี่ย 65.01 – 85.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 45.01 – 65.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม น้อย
คะแนนเฉลี่ย 25.00 – 45.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม น้อยที่สุด

คะแนนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 6 ข้อ โดยมีคะแนนสูงสุดเท่ากับ 30 และคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 6 และแบ่งชั้นตามวิธีอันตรภาคชั้น (Class Interval) จำนวน 5 ระดับ สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยความถี่ระดับการตัดสินใจได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 25.21 – 30.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 20.41 – 25.20	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม มาก
คะแนนเฉลี่ย 15.61 – 20.40	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 10.81 – 15.60	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม น้อย
คะแนนเฉลี่ย 6.00 – 10.80	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม น้อยที่สุด

คะแนนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 9 ข้อ โดยมีคะแนนสูงสุดเท่ากับ 45 และคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 9 และแบ่งชั้นตามวิธีอันตรภาคชั้น (class interval) จำนวน 5 ระดับ สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยความถี่ระดับการตัดสินใจได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 37.81 – 45.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 30.61 – 37.80	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม มาก
คะแนนเฉลี่ย 23.41 – 30.60	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 16.21 – 23.40	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม น้อย
คะแนนเฉลี่ย 9.00 – 16.20	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม น้อยที่สุด

คะแนนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 10 ข้อ โดยมีคะแนนสูงสุดเท่ากับ 50 และคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 10 และแบ่งชั้นตามวิธีอันตรภาคชั้น (class interval) จำนวน 5 ระดับ สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยความถี่ระดับการตัดสินใจได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 42.01 – 50.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 34.01 – 42.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม มาก
คะแนนเฉลี่ย 26.01 – 34.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 18.01 – 26.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม น้อย
คะแนนเฉลี่ย 10.00 – 18.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม น้อยที่สุด

4. การทดสอบเครื่องมือ

ทดสอบเครื่องมือโดยการหาความเที่ยงตรง (validity) เพื่อตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสม ความชัดเจนของคำถาม และนำมาปรับปรุงแก้ไข หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยการนำแบบสัมภาษณ์ไปทำการทดสอบกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 30 ราย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำผลข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ตามแบบของครอนบาส์-อัลฟา (Cronbach's alpha) (สุรินทร์, 2553) ได้ค่าความเชื่อมั่นการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีรวมเท่ากับ 0.809

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (F-test) และ LSD (least significant difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01

ผลการวิจัยและวิจารณ์

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยเท่ากับ 30.87 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับสูง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว 17,445.45 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ หนึ่งฤทัย (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนมากมีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,000 – 20,000 บาท

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายซื้อของ มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ มากกว่า 3 คน ซึ่งสอดคล้องกับ ประเสริฐ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนส่วนตัว โดยมากับกลุ่มเพื่อน พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนบุคคล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรถยนต์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการดำเนินชีวิตของทุกคน ทุกบ้านก็จะมีรถไว้ใช้ในการเดินทางหรือใช้เดินทางไปทำงาน ซึ่งรถยนต์มีความสะดวกและรวดเร็วต่อการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ พัฒนพงษ์ (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว คือ 3 – 4 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อครั้งเฉลี่ยเท่ากับ 1,123.56 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนภรณ์ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มายุ่งเยียมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มายุ่งเยียมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้ง 500 – 1,500 บาท และมีกิจกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ 6 – 11 กิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ วีระศักดิ์ (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาเที่ยวและทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ ชมน้ำตก ชมถ้ำ พักผ่อนปิกนิก กางเต็นท์พักผ่อน ศึกษารธรรมชาติ เดินป่า ถ่ายรูปบันทึกภาพ และดูนก

ตอนที่ 3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ด

สื่อบุคคล นักท่องเที่ยวเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดจากเพื่อนมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวรับข่าวสารจากวงสนทนาพูดคุย สอบถาม หรือแลกเปลี่ยนความรู้จากเพื่อนนักท่องเที่ยวได้ง่ายกว่าบุคคลอื่น สื่อมวลชน นักท่องเที่ยวเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดจากอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว

สื่อเฉพาะกิจ นักท่องเที่ยวเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดจากโปสเตอร์ เนื่องจากพื้นที่เกาะเกร็ดมีการจัดงานเทศกาลประจำปี ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารต่างๆ จากช่องทางนี้

ตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 85.49) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 21.51) นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 31.40) นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 32.58) (Table 1)

Table 1 Decision of tourists on travelling to Ko Kret, Nonthaburi province.

Decision of Tourists on Travelling to Ko Kret, Nonthaburi Province	$\bar{X}$	S.D.	Decision level
1. Attraction	21.51	3.46	High
2. Accessibility	31.40	5.55	High
3. Facility	32.58	5.90	moderate
Total	85.49	12.89	High

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ภาพรวมของผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้แตกต่างกัน จะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) แต่นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) (Table2) ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจมีลักษณะงานที่สามารถยืดหยุ่นได้มาก จึงมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ดมากกว่าอาชีพอื่นๆ

Table 2 Decision of tourists on travelling to Ko Kret, Nonthaburi province classified by basic demographic factors.

Basic demographic factors	Attraction	Accessibility	Facility	Total	Conclusion
1. Gender	0.651 ^{ns}	1.368 ^{ns}	1.521 ^{ns}	1.461 ^{ns}	Not different
2. Age	2.478 ^{ns}	0.987 ^{ns}	0.537 ^{ns}	0.283 ^{ns}	Not different
3. Marital status	-0.385 ^{ns}	-0.336 ^{ns}	0.157 ^{ns}	-0.175 ^{ns}	Not different
4. Educational level	3.740 ^{**}	-1.664 [*]	0.168 ^{ns}	0.252 ^{ns}	Not different
5. Occupation	3.760 [*]	3.750 [*]	2.739 [*]	4.107 [*]	Different
6. Income	11.991 ^{**}	1.882 ^{ns}	2.016 ^{ns}	0.054 ^{ns}	Not different

ns. = Non - significant , * Significant level at 0.05, ** Significant Level at 0.01

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา พาหนะในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มาท่องเที่ยว กิจกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายซื้อของ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมเฉลี่ยแตกต่างกัน (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) (Table3)

Table 3 Decision of tourists on travelling to Ko Kret, Nonthaburi province classified by tourist behavior factors.

Tourist behavior factors	Attraction	Accessibility	Facility	Total	Conclusion
1. The main purpose for study visit	0.990 ^{ns}	-2.187 [*]	-1.568 ^{ns}	-1.642 ^{ns}	Not different
2. The main purpose for sight-seeing	2.922 ^{**}	0.201 ^{ns}	0.995 ^{ns}	1.320 ^{ns}	Not different
3. The main purpose for shopping	-2.907 ^{**}	-1.866 ^{ns}	-2.237 [*]	-2.199 [*]	Different
4. Numbers of passengers	11.604 ^{**}	1.280 ^{ns}	2.845 ^{ns}	4.558 [*]	Different
5. Traveling by private car	4.408 [*]	2.783 ^{ns}	0.581 ^{ns}	2.504 ^{ns}	Not different
6. Numbers of travelling to Ko Kret	13.849 ^{**}	1.419 ^{ns}	2.753 ^{ns}	3.435 [*]	Different
7. Expenses per trip	2.441 ^{ns}	1.015 ^{ns}	0.353 ^{ns}	0.646 ^{ns}	Not different
8. Tourism activities at Ko Kret	7.367 [*]	3.125 [*]	1.335 ^{ns}	1.265 ^{ns}	Not different

ns. = Non – significant, * Significant level at 0.05 , ** Significant Level at 0.01

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดที่แตกต่างกันกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ด ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมเฉลี่ยแตกต่างกัน (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) (Table4)

Table 4 Decision of tourists on travelling to Ko Kret, Nonthaburi province classified by media exposure towards Ko Kret.

Media exposure towards Ko Kret	Attraction	Accessibility	Facility	Total	Conclusion
1. People media	2.771 ^{ns}	2.760 ^{ns}	1.002 ^{ns}	2.430 ^{ns}	Not different
2. Mass media	2.447 [*]	0.758 ^{ns}	2.144 [*]	1.963 [*]	Different
3. Specific media	-3.453 [*]	-0.224 ^{ns}	-1.068 ^{ns}	-1.518 ^{ns}	Not different

ns. = Non - significant , * Significant level at 0.05

ตอนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่อเกาะเกร็ด

ปัญหาด้านแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็น ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวบางจุดเสื่อมโทรม อากาศร้อน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ที่จอดรถอยู่กลางแจ้ง ตากแดด อากาศร้อน จุดรับแจ้งเหตุมีน้อย และปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ มีจุดนั่งพักผ่อน สื่อประชาสัมพันธ์ ตักเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สินมีน้อยไป ห้องน้ำไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ห้องน้ำมีกลิ่นเหม็น

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่อเกาะเกร็ด ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ควรเสริมทัศนียภาพของเกาะเกร็ดให้มีความสวยงามด้วยต้นไม้และดอกไม้ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรทำหลังคาคลุมลานจอดรถ เพิ่มจุดรับแจ้งเหตุให้เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ควรเพิ่มจุดนั่งพักให้

เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว เพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สิน หอ้งนำควรมีผู้ดูแลและมาคอยตรวจเช็คความสะอาดทุกชั่วโมง

สรุป

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยเท่ากับ 30.87 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยเท่ากับ 17,445.45 บาท

ปัจจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวคือ Shopping มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ มากกว่า 3 คน พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนบุคคล มีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว คือ 3 – 4 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อครั้งเฉลี่ยเท่ากับ 1,123.56 บาท และมีกิจกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ 6 – 11 กิจกรรม

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดสื่อบุคคลจากเพื่อนมากที่สุด สื่อบุคคลจากอินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมทุกด้าน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนต่อไป ควรมีการฟื้นฟู ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น เครื่องปั้นดินเผาที่มีรูปแบบเฉพาะตัวให้คงอยู่ต่อไป พร้อมทั้งมีการปรับปรุงรูปแบบใหม่ๆ ให้มีความร่วมสมัยน่าสะสม ควรมีการจัดแสดงศิลปวัฒนธรรมดนตรีพาทยมอญ วัฒนธรรมของชาวมอญบนเกาะเกร็ดให้นักท่องเที่ยวได้ชม ทุกๆ สัปดาห์อย่างต่อเนื่อง และควรมีการผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปตามเทศกาลต่างๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจและให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจความเป็นอยู่และศิลปวัฒนธรรมของชาวมอญ

2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับมาก ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ดเพิ่มมากขึ้นทุกปี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางกับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น ควรเพิ่มสถานที่จอดรถให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลตลอดเส้นทางท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น และควรเพิ่มจุดรับแจ้งเหตุที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีทั่วทุกแห่ง

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรเพิ่มจุดบริการที่พักแก่นักท่องเที่ยวให้มีจำนวนที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ควรเพิ่มจุดที่ทิ้งขยะให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว เพื่อช่วยกันรักษาความสะอาด และอนุรักษ์ธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมไว้ ควรเพิ่มจุดประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสื่อประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สินให้นักท่องเที่ยวเห็นชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้าง

ความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และควรมีการพัฒนาห้องน้ำให้มีจำนวนเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวที่มีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายซื้อของ มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1-2 คน และมีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ร้านค้าขายสินค้าที่หลากหลายประเภทหลายระดับราคา เน้นสินค้าประเภทอาหาร เสื้อผ้า รองเท้า สินค้าที่ระลึก ให้สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวในกลุ่มช่วงวัยทำงานได้ ควรมีการจัดกิจกรรมลดราคาสินค้าเป็นระยะเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าลดราคาหรืออาจมีการลดราคาเมื่อนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าหลายชิ้น ควรดูแลและปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเกาะเกร็ดอยู่เสมอเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวประทับใจจนอยากเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือไปแนะนำเกาะเกร็ดแก่ผู้อื่น และส่งผลให้นักท่องเที่ยวอื่น ๆ สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด

5. นักท่องเที่ยวที่มีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเกาะเกร็ดจากสื่อมวลชนผ่านอินเทอร์เน็ต ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับเกาะเกร็ดในอินเทอร์เน็ตผ่านทางแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดี สร้างเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้รู้จัก ทำให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเกาะเกร็ดหลายช่องทางและสามารถสนใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- กาญจนาภรณ์ ศิริปัญญา. 2550. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยี่ยมชมเชียงใหม่ในทิวเขาฟ้า. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประเสริฐ สายเกื้อกุล. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พัฒนพงษ์ พงษ์ทองเจริญ. 2541. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วีระศักดิ์ คณะบุญ. 2547. ความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรป่าไม้, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศุภวรรณ เจริญชัยสมบัติ. 2554. การเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมและวิถีชุมชนจากการท่องเที่ยว กรณีศึกษาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สำนักงานเกษตรจังหวัดนนทบุรี. 2559. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี (Online). <http://www.nonthaburi.doae.go.th/Agro%20Toursim/pakket/แบบรายงานฐานข้อมูลท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะเกร็ด.pdf>, 7 มกราคม 2559.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2551. มาตรฐานโสมสเดย์ไทย. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรี. 2556. นนทบุรี 2556. บริษัท ลิโธ แลนด์ จำกัด.
- สุนทร นิยมางกูร. 2553. การวิเคราะห์ข้อมูลตัวอย่างความพึงพอใจในสภาพความเป็นอยู่ปัจจุบันของเกษตรกรในชนบทแห่งหนึ่ง. กรุงเทพฯ: สุวันบัณฑิต.
- หนึ่งฤทัย ศิลลาอาสน์. 2556. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์วิทยาศาตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.