

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
จังหวัดพังงา

เลิศศักดิ์ ปนกกลีน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ)
คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2566

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน

จังหวัดพังงา

เลิศศักดิ์ ปนกกลีน

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ)

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิญธร นาคพิน)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา
ชื่อผู้เขียน	นายเลิศศักดิ์ ปนกลิ่น
ชื่อปริญญา	การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบ บูรณาการ)
ปีการศึกษา	2566

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา และ 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA : F-test) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 25 ปี มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า/ปวส. ภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร สถานภาพโสด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งโดยประมาณ 1,001 – 2,000 บาท เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงากับคู่สมรส/แฟน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในช่วงไตรมาสที่ 1 (มกราคม - มีนาคม) ช่วงวันศุกร์ - วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 12.01 – 16.00 น. รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางอินเทอร์เน็ต สถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด คือ ทะเล/ชายหาด และกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา คือ ทัวร์วันเดย์ทริปดำน้ำตื้นที่หมู่เกาะสิมิลัน (มีเรือหลายแบบให้เลือก/

ดำน้ำตื้น 2 ครั้ง) และเมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และสำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการคมนาคม ด้านการบริการ และด้านระบบการรักษาความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ABSTRACT

Title of Thesis	Tourism Motivation Affecting Travel Decisions of Thai Tourists in Phang Nga Province
Author	Mr. LERTSAK PONKLIN
Degree	Master of Management (Integrated Tourism and Hospitality Management)
Year	2023

The objectives of this research were 1) to study demographic characteristics affecting tourism behavior of Thai tourists in Phang Nga and 2) to study travel motivations affecting travel decisions of Thai tourists in Phang Nga. The sample group used in this research was 385 Thai tourists who had traveled to Phang Nga Province with experience of traveling in Phang Nga Province at least once. By using a non-probability sampling method by purposive sampling and convenience sampling. The tool used for collecting data was a questionnaire. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. T-test, One-Way ANOVA (F-test), and Multiple Regression Analysis.

The results showed that Most of the respondents were female, aged 20 - 25 years old, educated at a diploma or equivalent / high vocational certificate, domiciled in Bangkok, single status and average monthly income of 15,000 - 25,000 baht. The main purpose of traveling in the province for most tourists is to relax physically and mentally. Most tourists use their own cars to travel. The cost of traveling per time is approximately 1,001 – 2,000 baht. Traveling in Phang Nga province with spouse / girlfriend. Most tourists come to travel in Phang Nga during the first quarter (January - March) during Friday - Sunday from 12.01 - 4.00 p.m. Get information about tourism in Phang Nga from the Internet. The place that most tourists like to visit in Phang Nga province the most is the sea/beach and their favorite activity to do in Phang Nga is the Similan Islands Similan Islands Day Tour. (Various types of boats to choose from/snorkeling 2 times). And when considering the

incentives for tourism, it was found that the overall level was at a high level. When considering each side, it was found that the side with the highest average was that the intrinsic motivation of tourism was at a high level and extrinsic motivation of tourism was at a high level. And for the results of the hypothesis test, it was found that 1) tourists with age, education level, domicile, marital status and average monthly income had a statistically significant difference on the tourism behavior of Thai tourists in Phang Nga Province at the level of 0.05 and 2) travel motivation found that The intrinsic motivation of tourism, physical aspect and interpersonal relationship affect the travel decision of Thai tourists in Phang Nga province with statistical significance at 0.05 level. For extrinsic motivation of tourism attraction aspect transportation service and security systems Affecting the travel decision of Thai tourists in Phang Nga province. Statistically significant at the 0.05 level.

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ ที่มอบองค์ความรู้ของการศึกษาตลอดหลักสูตรเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลักและสละเวลาให้ความรู้ แนวคิดแนวทาง และความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นขั้นตอนการทำวิทยานิพนธ์รวมถึงเจ้าหน้าที่ของคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการประสานงานต่างๆ ด้วยดีเสมอมาจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัวที่เป็นกำลังใจอย่างดียิ่งและให้การสนับสนุนตลอดมา และขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้สั่งสอน อบรมผู้วิจัยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนเพื่อนๆ ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจที่ดี คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่บุพการี คณาจารย์ และทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

เลิศศักดิ์ ปนกกลิ่น

กันยายน 2566

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
ABSTRACT.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	8
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	10
1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	13
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการวิจัย	14
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์.....	14
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	17
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	27
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว	37
2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดพังงา.....	43
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	56
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	56
3.2 เครื่องมือการวิจัย.....	58
3.3 สมมติฐานการวิจัย.....	59
3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย	59
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	62
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	65
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์.....	66
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	69
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	75
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว	83
4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	87
4.7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	101
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	104
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	104
5.2 อภิปรายผล.....	110
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	116
บรรณานุกรม.....	119
ภาคผนวก.....	126
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	127
ภาคผนวก ข หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ.....	137
ประวัติผู้เขียน.....	141



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1	แสดงการปรับตัวที่ไม่สมดุลของจำนวนและรายได้การท่องเที่ยว.....	3
ตารางที่ 1.2	แสดงจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้ของคนไทย.....	4
ตารางที่ 1.3	แสดงสถิติการเติบโตของนักท่องเที่ยวผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดพังงา ในช่วงปี พ.ศ.2562 – 2565.....	6
ตารางที่ 1.4	แสดงสถิติการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดพังงา ในช่วงปี พ.ศ.2562 – 2565.....	7
ตารางที่ 3.1	แสดงค่า Cronbach's alpha ในแต่ละข้อคำถาม.....	60
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์.....	65
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา.....	68
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา.....	69
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง.....	69
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา.....	70
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในช่วงไตรมาสใด.....	70
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา.....	71
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา.....	71
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางใด.....	72
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านประเภทของสถานที่ที่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด.....	72

ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมที่ขอเข้าร่วมในจังหวัดพังงา.....	73
ตารางที่ 4.12	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา.....	74
ตารางที่ 4.13	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในของ การท่องเที่ยว โดยรวม.....	74
ตารางที่ 4.14	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในของ การท่องเที่ยว ด้านกายภาพ.....	75
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในของ การท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม.....	76
ตารางที่ 4.16	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในของ การท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล.....	76
ตารางที่ 4.17	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในของ การท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ.....	77
ตารางที่ 4.18	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของ การท่องเที่ยว โดยรวม.....	78
ตารางที่ 4.19	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของ การท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ.....	78
ตารางที่ 4.20	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของ การท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	79
ตารางที่ 4.21	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของ การท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม.....	80
ตารางที่ 4.22	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของ การท่องเที่ยว ด้านการบริการ.....	80
ตารางที่ 4.23	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของ การท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย.....	81
ตารางที่ 4.24	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยรวม.....	82
ตารางที่ 4.25	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการตระหนักถึงปัญหา.....	83

ตารางที่ 4.26	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการค้นหาข้อมูล.....	83
ตารางที่ 4.27	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการประเมินทางเลือก.....	84
ตารางที่ 4.28	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการตัดสินใจ.....	85
ตารางที่ 4.29	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว.....	85
ตารางที่ 4.30	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพังงา จำแนกตามเพศ.....	86
ตารางที่ 4.31	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพังงา จำแนกตามอายุ.....	88
ตารางที่ 4.32	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพังงา จำแนกตามระดับการศึกษา.....	89
ตารางที่ 4.33	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพังงา จำแนกตามภูมิลำเนา.....	91
ตารางที่ 4.34	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพังงา จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	93
ตารางที่ 4.35	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพังงา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	94
ตารางที่ 4.36	แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา.....	96
ตารางที่ 4.37	แสดงผลการทดสอบสมมติฐานสมมติฐานที่ 1.....	101
ตารางที่ 4.38	แสดงผลการทดสอบสมมติฐานสมมติฐานที่ 2.....	102

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	12
ภาพที่ 2.1	แสดงขั้นตอนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว.....	38
ภาพที่ 2.2	แสดงภาพหาดเขาหลัก.....	44
ภาพที่ 2.3	แสดงภาพอุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา.....	45
ภาพที่ 2.4	แสดงภาพเกาะเขาพิงกัน.....	45
ภาพที่ 2.5	แสดงภาพเกาะไข่นอก.....	46
ภาพที่ 2.6	แสดงภาพอ่าวนาง.....	46
ภาพที่ 2.7	แสดงภาพพิพิธภัณฑสถาน.....	47
ภาพที่ 2.8	แสดงภาพเกาะสิมิลัน.....	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจสังคมสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้ที่สำคัญที่นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศกระแสเงินตราไหลเวียนในประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ อีกทั้งยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมและขนส่ง รวมถึงการค้าและการลงทุนที่ช่วยเพิ่มการขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอ้างอิงจากบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account: TSA) ในปี พ.ศ. 2562 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Gross Domestic Product: TGDP) มากถึง 3,005,552 ล้านบาท หรือเท่ากับสัดส่วนร้อยละ 17.79 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมาประเทศไทยในภาพรวมจะประสบผลสำเร็จในด้านการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่จากการศึกษาค้นคว้าและวิจัยที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงประสบปัญหา อุปสรรค และความท้าทายสำคัญหลายประการ และเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงปลายปี พ.ศ.2562 จึงทำให้ปัญหาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเด่นชัดยิ่งขึ้น อาทิ การพึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติมากเกินไปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ยังคงกระจุกตัวอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในแง่ลบของประเทศไทย เช่น การเป็นจุดหมายปลายทางราคาถูก ปัญหาด้านอาชญากรรม เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม การขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวที่ไม่คำนึงถึงความยั่งยืนและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่สนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น ระบบการเดินทางและขนส่งมวลชนที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอย่างไม่ครอบคลุม เป็นต้น ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของสถานที่ต่าง ๆ ขัดจำกัดในการพัฒนาและยกระดับ

บุคลากรด้านการท่องเที่ยว ความล้าสมัยและความขัดแย้งของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การขาดข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกันของกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งระบบ (การท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2565)

นอกจากนั้นสภาพแวดล้อมและบริบทต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งที่เป็นปัจจัยภายใน เช่น สถานการณ์การเมืองของประเทศ นโยบายของภาครัฐ การปรับตัวของภาคเอกชน ความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น และปัจจัยภายนอก เช่น สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความต้องการ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกที่ปัจจุบันมีความหลากหลายของกลุ่มประชากรมากขึ้น และประชากรมีแนวโน้มเข้าสู่สังคมสูงวัย แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก รวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ที่ยิ่งเร่งรัดให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ทางสังคมที่เรียกว่า "ความปกติใหม่" หรือ New Normal ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงมาตรฐานความปลอดภัยสุขอนามัยมากขึ้น และจากบริบทและความท้าทายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวของไทยยังมีความท้าทายหลักในด้านการกระจุกตัว การรั่วไหลของรายได้ ความไม่เชื่อมโยงของโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคม การมีภูมิคุ้มกันความเสี่ยงที่ต่ำ กฎระเบียบและมาตรฐานที่ล้าสมัย และมีการเติบโตที่ไม่ยั่งยืน ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในระยะ 10 ปีข้างหน้า จะต้องมียุทธศาสตร์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงอย่างยั่งยืนและสมบูรณ์ มีสัดส่วนการพึ่งพานักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) ที่สูงเป็นอุตสาหกรรมที่พร้อมรับมือกับความเสี่ยงและวิกฤตทุกรูปแบบรวมถึงการมีความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมได้อย่างครบวงจร (การท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2565)

จากเหตุการณ์การเปิดประเทศอย่างเป็นทางการของประเทศจีน โดยผ่อนคลายมาตรการการรับมือสถานการณ์โควิด-19 ในวันที่ 8 มกราคม พ.ศ.2566 เป็นสัญญาณของจุดสิ้นสุดของวิกฤตโควิด-19 ที่กระทบต่อภาคการท่องเที่ยว หลังจากประเทศไทยได้ประกาศเปิดประเทศอย่างเป็นทางการในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2565 ส่งผลให้รายได้ภาคการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2565 เพิ่มขึ้นเป็น 1.25 ล้านล้านบาท จากแรงขับเคลื่อนสำคัญของการท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยที่ฟื้นตัวถึงระดับร้อยละ 89 เมื่อเทียบกับ พ.ศ.2562 สำหรับการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจนที่ร้อยละ 28 และจะเห็นได้ว่าการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวมีความไม่สมดุลของจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยว โดยพบว่า รายได้จากนักท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวเพียงร้อยละ 59.5 ซึ่งต่ำกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว ในขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ร้อยละ 31.7 สูงกว่าจำนวน

นักท่องเที่ยวต่างชาติ สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมและรูปแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติที่แตกต่างไปจากเดิม สำหรับในปี พ.ศ.2566 คาดการณ์ท่องเที่ยวของคนไทยยังเติบโตต่อเนื่องด้วยจำนวนนักท่องเที่ยว 226 ล้านคนต่อครั้ง จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เริ่มกลับสู่สภาวะปกติส่งผลบวกต่อพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2565 รวมถึงในภูมิภาคอื่นที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในมิติของรายได้ พบค่าเฉลี่ยของรายจ่ายต่อทริปคาดว่าจะปรับตัวขึ้นจากภาวะเงินเฟ้อและการปรับขึ้นของค่าที่พักจากระดับที่ปรับลดในช่วงก่อนหน้านี้ แต่ยังคงต่ำกว่าระดับก่อนช่วงสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวแบบไทยเที่ยวไทยคาดว่าจะสร้างจำนวนเงินประมาณ 8.2 แสนล้านบาทในปี 2566

ตารางที่ 1.1 แสดงการปรับตัวที่ไม่สมดุลของจำนวนและรายได้การท่องเที่ยว

การปรับตัวที่ไม่สมดุลของจำนวนและรายได้การท่องเที่ยว					
		ปี 2562	ปี 2565	ปรับตัวเทียบกับปี 2562	ปี 2566
นักท่องเที่ยวคน	ล้านคนครั้ง	229.7	202.5	89%	226
ไทย	ล้านล้านบาท	1.08	0.64	60%	0.82
นักท่องเที่ยว	ล้านคน	39.7	11.3	28%	28
ต่างชาติ	ล้านล้านบาท	1.91	0.61	32%	1.44

แหล่งที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและธนาคารทหารไทยธนชาต จำกัด (มหาชน) (2566).

นอกจากนี้ยังพบว่าภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศไทยเดือนมกราคม - ธันวาคม ปี พ.ศ.2565 อยู่ในทิศทางที่เติบโตที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 20.29 ล้านคนต่อครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 182.37 และมีรายได้ทางการท่องเที่ยว 64.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 196.50 ด้วยเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของคนไทย ผ่นวกกับได้รับปัจจัยสนับสนุนหลักๆ ได้แก่ มาตรการผ่อนคลายการควบคุมการระบาดของ COVID-19 และการเดินทางข้ามจังหวัด นโยบายการเปิดประเทศช่วงปลายปีที่ผ่านมา มีการฉีดวัคซีนเข็ม 2 และเข็ม 3 ได้ครอบคลุมประชากรมากขึ้น การผ่อนคลายมาตรการต่างๆ ให้กิจการและกิจกรรมต่างๆ กลับมาดำเนินการได้ มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในประเทศทำให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เฟส 3 และโครงการคนละครึ่ง และกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และพันธมิตร อาทิ การจัด

โปรโมชั่นราคาตัวเครื่องบิน ที่พักเกาะสมุย-ภูเก็ต. งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ครั้งที่ 40 ณ สวนลุมพินีกรุงเทพฯ เพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้ของคนไทย

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน)			รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (ล้านบาท)		
	2565	2564	%การเปลี่ยนแปลง	2565	2564	%การเปลี่ยนแปลง
กรุงเทพมหานคร	28,793,993	11,946,480	+141.02	142,276.82	52,546.78	+170.76
ภาคกลาง	31,625,135	8,793,239	+259.65	41,926.04	11,827.3	+254.49
ภาคตะวันตก	39,745,202	13,091,474	+203.60	87,556.40	31,388.02	+178.95
ภาคตะวันออก	21,802,534	7,047,136	+209.38	106,390.42	24,308.59	+337.67
ภาคใต้	17,488,392	5,679,506	+ 207.92	84,379.66	29,487.83	+186.15
ภาคเหนือ	31,745,813	12,396,560	+156.09	125,837.92	45,860.31	+174.39
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	31,771,452	12,927,886	+145.76	53,186.93	20,957.14	+153.79
รวม	202,972,521	71,882,281	+ 182.37	641,554.19	216,375.92	+196.50

แหล่งที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2565).

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ในพื้นที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังมีความเสี่ยงอยู่ เนื่องจากโอมิครอนเป็นสายพันธุ์ที่แพร่ระบาดได้ง่าย อาการไม่รุนแรง ส่งผลทางจิตวิทยาต่อคนไทยบางส่วนทำให้เกิดความวิตกกังวล พร้อมทั้งชะลอการเดินทางออกไป บางพื้นที่มีมาตรการควบคุมการระบาดโดยผู้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจะต้องได้รับการฉีดวัคซีนหรือตรวจ ATK ตามเงื่อนไขที่กำหนด รวมทั้งปัญหาเศรษฐกิจในประเทศ ก็เป็นปัจจัยรั้งให้สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศเติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไป ยังไม่กลับเข้าสู่ภาวะปกติก่อนเกิดวิกฤต COVID-19 โดยแต่ละภูมิภาคมีสถานการณ์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งภาคใต้สถานการณ์ท่องเที่ยวเริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัว คาดว่ามีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 17.48 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 207.92 และมีรายได้ทางการท่องเที่ยว 84.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.15 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลัก ๆ จากกระแสความศรัทธาไอ้ไข่ นครศรีธรรมราช การมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่อย่างอัยเยอร์เวง อ.เบตง รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดทั้งของ ททท. และเอกชนร่วมกันจัดทำโปรโมชั่นราคาสายการบิน โรงแรมที่พัก และรถเช่าในจังหวัดท่องเที่ยวทางทะเลอย่างภูเก็ต กระบี่ พังงา และเกาะสมุย ส่งผลให้ภาพรวมท่องเที่ยวโดยเฉพาะจังหวัดที่พึ่งพิงรายได้คนไทยเป็นหลักมีการเติบโตเพิ่มขึ้น (TAT Review, 2565)

การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญ เป็นแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญของจังหวัดจังหวัดพังงามีความหลากหลายทางการท่องเที่ยว ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตชุมชน เชิงสุขภาพ หรือสพาน้ำพุร้อน และการท่องเที่ยวทางทะเล มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีศักยภาพ เช่น หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ ซึ่งเป็นแหล่งดำน้ำดูปะการังที่มีชื่อเสียงในระดับโลก และยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนในพื้นที่จังหวัดพังงา สร้างรายได้ในภาคบริการท่องเที่ยวมูลค่าหลายล้านบาท/ต่อปี ให้กับประเทศ และเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว สูงเป็นอันดับ 5 ของภาคใต้ รองจากจังหวัดภูเก็ต สงขลา กระบี่ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี แม้ในปัจจุบันสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จะมีการแพร่ระบาดไปทั่วโลกทุกภูมิภาค รวมทั้งประเทศไทย และจังหวัดพังงา ที่กระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต ในช่วงปี 2563 เป็นช่วงปีของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพังงาหดตัวลงโดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 1,213,421 คน จากจำนวน 4,905,309 คน ในปี 2562 หดตัวลงร้อยละ 75.26 กลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศ จำนวน 638,824 คน หดตัวลงจากปี 2562 ที่มีจำนวน 1,434,895 คน หดตัวลง ร้อยละ 55.48 ในขณะที่เดียวกันกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีจำนวน 574,497 คน จากจำนวน 3,470,414 คน หดตัวลงร้อยละ 83.44 เช่นกัน (สำนักงานจังหวัดพังงา, 2564)

อย่างไรก็ตามแม้สถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จะยังไม่ยุติ แต่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะรองรับสถานการณ์ภายหลังสถานการณ์ภายหลัง โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้คลี่คลายลง ยังเป็นสิ่งที่ท้าทายต่อการพัฒนา โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์สู่การท่องเที่ยวแนวใหม่ (New normal) ท่องเที่ยวยุคดิจิทัล มีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาท่องเที่ยว และถึงตลาดการท่องเที่ยวแนวใหม่สู่พื้นที่จังหวัด ต่อไป ประกอบกับจังหวัดได้ร่วมมือกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดร่วมกันประชาสัมพันธ์ ในเชิงรุก ทั้งในและต่างประเทศและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเสริมสร้างศักยภาพเครือข่ายการท่องเที่ยว การบริหารจัดการและการกระตุ้นการท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบครบวงจร ตั้งแต่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวการพัฒนาสินค้า และผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ สร้างมาตรฐานทางการท่องเที่ยวระดับสากลตลอดจนการพัฒนาเครือข่ายเพื่อกระจาย การท่องเที่ยวสู่ชุมชน โดยส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบครบวงจร กระจายรายได้ทางเศรษฐกิจสู่ชุมชนและประชาชนในวงกว้าง และนำทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดพังงามาสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นทุนทรัพย์และอัตลักษณ์ของจังหวัดพังงาให้เกิดความยั่งยืน เพิ่มรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่

อย่างต่อเนื่อง สังคมเกิดความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรม สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ด้วยการนำประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นมาสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชน ยังรวมถึงการสร้างตลาดการท่องเที่ยวในเชิงรุก การจัดหากิจกรรมใหม่ๆ ในพื้นที่รวมถึงการพัฒนา Cluster ท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวทางทะเลของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม รวมถึงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว Sand box ในภูมิภาคกลุ่มอันดามัน (สำนักงานจังหวัดพังงา, 2564)

ตารางที่ 1.3 แสดงสถิติการเติบโตของนักท่องเที่ยวผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดพังงา ในช่วงปี พ.ศ.2562 – 2565

จังหวัดพังงา	2562	2563	2564	2565
นักท่องเที่ยวผู้เยี่ยมเยือน (คน)	4,905,309	1,213,421	676,324	845,626
ชาวไทย	1,434,895	638,824	612,871	595,649
ชาวต่างชาติ	3,470,414	574,597	63,453	249,977

แหล่งที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2565).

ในขณะเดียวกันภาครายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับ 5 ของภาคใต้ รองจากจังหวัดภูเก็ต สงขลา กระบี่ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น ในปี 2563 รายได้จากการท่องเที่ยว มีจำนวน 11,729 ล้านบาท หดตัวลงจาก ปี 2562 ที่มีจำนวน 51,705 ล้านบาท หรือหดตัวลงร้อยละ 77.32 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย หดตัวลง ร้อยละ 55.01 ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ก็หดลง ร้อยละ 80.50 เช่นกัน จากสภาวะสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ ของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น สถานประกอบการมีการปิดกิจการ การ Lock Down ประเทศ Lock Down จังหวัด

ตารางที่ 1.4 แสดงสถิติการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดพังงา ในช่วงปี พ.ศ.2562 – 2565

จังหวัดพังงา	2562	2563	2564	2565
รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	51,705	11,729	2,750.10	4,019.29
ชาวไทย	6,448.28	2,901.35	2,188.91	1,927.88
ชาวต่างชาติ	45,256.45	8,827.21	561.19	2,091.41

แหล่งที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2565).

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการวางแผนพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดความประทับใจ รวมถึงรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต อันจะส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของจังหวัดพังงาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดพังงาทั้งในปัจจุบันและอนาคต และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องต่อผู้วิจัย อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ไปปรับปรุงพัฒนาต่อยอดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และพัฒนาองค์กรให้เติบโตบรรลุเป้าหมายที่องค์กรวางไว้ได้อย่างสูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

1.2.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1.3.1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

1.3.2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้มีการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มีดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1) ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว บุคคลที่มาท่องเที่ยวด้วย เส้นทางท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสใด วันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางใด ประเภทของสถานที่ที่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา

3) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่

(1) แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

(2) แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการบริการ และระบบการรักษาความปลอดภัย

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ได้แก่ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอย่างน้อย 1 ครั้ง และไม่เกิน 5 ปี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอย่างน้อย 1 ครั้ง ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรการคำนวณของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% หรือเท่ากับ 0.05 โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง

1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่บริเวณในเขตจังหวัดพังงา

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือน กันยายน พ.ศ.2566

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จะเป็นประโยชน์ในเชิงนโยบาย ประโยชน์เชิงบริหาร และประโยชน์เชิงวิชาการ รายละเอียดดังต่อไปนี้

1.5.1 ประโยชน์ในเชิงนโยบาย

1.5.1.1 ผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์กับรัฐบาลหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนารูปร่างกิจการด้านการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มเติมศักยภาพให้กับประเทศมากยิ่งขึ้น

1.5.2 ประโยชน์ในเชิงบริหาร

1.5.2.1 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ในการสร้างจุดใจในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด

1.5.3 ประโยชน์ในเชิงวิชาการ

1.5.3.1 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา และสามารถนำไปผลการวิจัยไปต่อยอดทางการศึกษาต่อไปได้ในอนาคต

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะการกระทำที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยแสดงออกมาในด้านต่างๆ จากการที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาไม่ว่าจะเป็นในด้านของวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว บุคคลที่มาท่องเที่ยวด้วย เส้นทางท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสใด ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางใด ประเภทของสถานที่ที่ขอไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา ซึ่งพฤติกรรมในการที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นจะแตกต่างกันไปตามลักษณะตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละบุคคลนั้นๆ

1.6.2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก ดังนี้

1.6.2.1 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว

1) ด้านกายภาพ หมายถึง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวพักผ่อนทั้งด้านร่างกายและทางด้านจิตใจ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสุขภาพและความเพลิดเพลิน เช่น การเดินทางไปตากอากาศ ชายทะเล การประกอบกิจกรรมนันทนาการที่คนในชุมชนได้จัดทำขึ้น สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามน่าดึงดูด มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการได้อย่างครบครัน หรือเพื่อหลบพ้นจากชีวิตที่เคร่งเครียดจำเจ

2) ด้านวัฒนธรรม หมายถึง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนที่ยากรู้ อยากเห็นในเรื่องราวต่างๆ ความต้องการที่จะศึกษาหรือสนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมอื่นๆ เช่น เรื่องศิลปะ วิถีชีวิต การละเล่น ตลอดจนความเป็นอยู่ของกลุ่มชนชั้นต่างๆ

3) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง แรงจูงใจที่ไปกระตุ้นให้เดินทางไปพบปะผู้คนอื่น หรือเดินทางไปเพื่อเยี่ยมเพื่อน ญาติ เพื่อนฝูง หรือเดินทางไปแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ

4) ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึง แรงจูงใจที่เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะศึกษาหรือพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น เช่น การเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ในจังหวัด เพื่อแสวงหาประสบการณ์และความรู้ใหม่ๆ เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ได้จัดขึ้นเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อฝึกทักษะการเดินทางท่องเที่ยวและพัฒนาศักยภาพของตนเองให้สูงขึ้น

1.6.2.2 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว

1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดพังงา ในทุกๆ พื้นที่ที่มีความสวยงาม ประทับใจ มีความน่าสนใจ และมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมในพื้นที่ สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้อยากมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย และสร้างความประทับใจได้มากที่สุด เช่น มีที่พักที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการที่ครบครัน อาทิ ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด และสถานที่นันทนาการ เป็นต้น

3) ด้านการคมนาคม หมายถึง ความเพียบพร้อมในด้านของยานพาหนะ ถนนที่สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก ปลอดภัยและรวดเร็ว และระบบการจราจรที่มีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดเขาหลัก

4) ด้านการบริการ หมายถึง การให้บริการในด้านต่างๆ เช่น การให้ความช่วยเหลือ การแสดงสัมพันธ์ไมตรีที่ดีกับนักท่องเที่ยว จากพนักงานบริการและการได้รับต้อนรับของประชาชนคนในพื้นที่จังหวัดพังงา ที่แสดงต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งได้ในที่สุด

5) ระบบการรักษาความปลอดภัย หมายถึง ระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีต่อนักท่องเที่ยวทั้งทางด้านของทรัพย์สิน สัมภาระ ของนักท่องเที่ยว มาตรการการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน และมีการทำประกันทรัพย์สินสูญหายให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

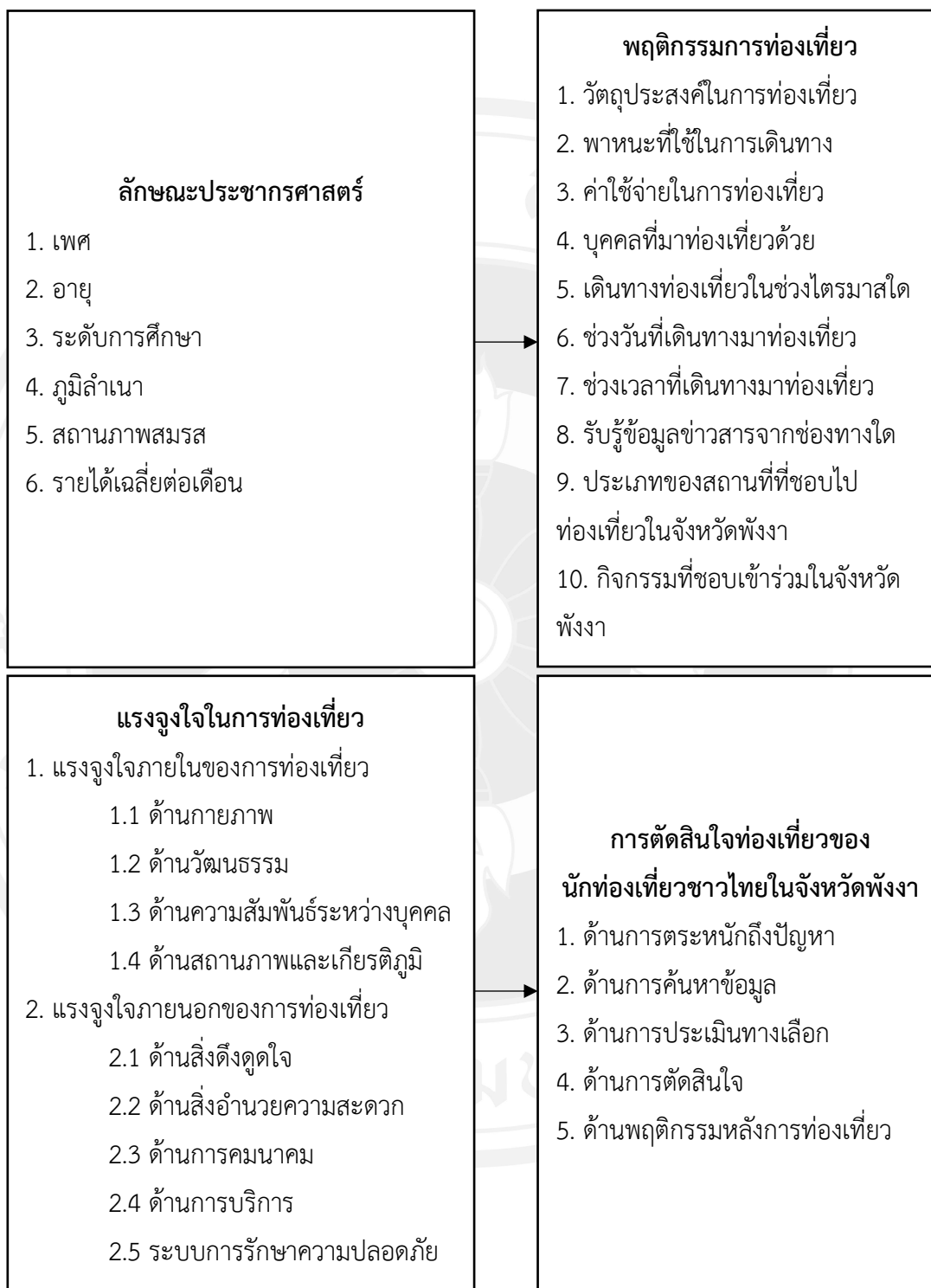
1.6.3 การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา หมายถึง การพิจารณาและการวิเคราะห์ทางเลือกในเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมถึงอารมณ์และข้อมูลต่างๆ เพื่อหาทางเลือกที่จะตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง สำหรับการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา



1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้นำเสนอตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว
- 2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดพังงา
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

2.2.1 ความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์

เมื่อเราต้องการศึกษาถึงตลาดผู้บริโภค นักการตลาดควรที่จะต้องมองภาพกว้างของผู้บริโภคว่าจะมีลักษณะทางประชากรเป็นอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ลักษณะทางประชากรของตลาดผู้บริโภคที่สำคัญจะประกอบไปด้วย จำนวนประชากร อัตราการเกิด ช่วงอายุ แหล่งที่พักอาศัย การเคลื่อนย้าย รายได้และรายจ่าย อาชีพ การศึกษา และสถานการณ์แต่งงาน (สืบทอด อันทะไชย, 2556) ซึ่งได้มีนักวิชาการที่ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ไว้ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2556) ได้กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาทางสถิติที่เกี่ยวกับประชากรในแง่ อัตราการเกิด การตาย การย้ายถิ่น และการกระจาย เป็นต้น รวมทั้งผลกระทบที่มีต่อสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

นพวรรณ คณานุรักษ์ (2556) ได้กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง การอ้างอิงถึงข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวกับประชากร ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์ที่นิยมใช้ คือ อายุ เพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ และการศึกษา นักการตลาดใช้ปัจจัยทางประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่ช่วยกำหนด

กลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน ในขณะที่ปัจจัยด้านจิตวิทยาสังคมวัฒนธรรมช่วยในการอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายที่ให้นักการตลาดเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

วชิรวัชร งามละม่อม (2558) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ สามารถใช้ภูมิหลังของบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา เป็นต้น โดยจะทำให้เห็นถึงประวัติตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมในการแสดงออกที่แตกต่างกันตามความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคล

นพรัตน์ ภูมิวิมลสาร (2558) ได้กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลที่เกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น เพศ วงจรชีวิตครอบครัว ลักษณะทางครอบครัว อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

อังศุมิหย์ ธีระสกุลธาดา (2558) ได้กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ และการศึกษา ปัจจัยเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2558) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แบ่งเป็นกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น ซึ่งตามลักษณะเหล่านี้ นักการตลาดจะนิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์หลายๆ ชนิดและยังสอดคล้องกับ Gasparenienne and Remeilienne (2016) ที่กล่าวว่า ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมลักษณะด้านประชากรศาสตร์อธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายทำให้ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์สามารถเข้าถึงได้และมีผลต่อการกำหนดเป้าหมายและการกำหนดตลาดใหม่ๆ

Hanna and Wozniak (2001) และ Schiffman and Kanuk (2003) ได้ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้คล้ายคลึงกัน โดยกล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์หมายถึงข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนาและเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐาน นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาสำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบและอัตราการใช้จ่ายเงินของผู้บริโภค

ธนพร มนต์ไชยะ (2559) ได้กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องของขนาด โครงสร้าง การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทาง

เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่นๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุ และผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรม ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น เพศ วงจรชีวิต ครอบครัว ลักษณะทางครอบครัว อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ภทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ (2559) ได้กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึงคุณสมบัติทางกายภาพสังคมเศรษฐกิจ และภูมิศาสตร์ที่รวมตัวกันมาเป็นบุคคลซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างที่แสดงอิทธิพลไปถึงพฤติกรรมผู้บริโภค การเลือกใช้สินค้าและบริการ ทำให้ส่งผลถึงทัศนคติต่อตัวบุคคลที่แตกต่างกัน และเป็นความแตกต่างที่เกิดจากคุณสมบัติของผู้บริโภคเองประกอบด้วย

1) เพศ (Gender) เพศหญิงและเพศชายจึงมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องด้วยวัฒนธรรม บทบาททางสังคม และกิจกรรมต่างๆ ของทั้งสองเพศแตกต่างกัน แต่ปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตัวแปรของเพศ โดยเพศหญิงออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น ซึ่งอาจจะส่งผลให้เพศหญิงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ควรพิจารณา เพื่อจากเพศหญิงจะมีโอกาสในการตัดสินใจซื้อและมีอำนาจซื้อมากกว่า

2) อายุ (Age) เป็นปัจจัยของความแตกต่างทั้งในเรื่องความคิดและพฤติกรรมคนที่มีอายุน้อย จึงมักมีความคิดที่เป็นเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และอาจจะมองโลกในแง่ดีกว่าคนที่มีอายุมาก นักจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนอายุมากขึ้นมักมีความคิดเป็นอนุรักษ์นิยม ระมัดระวัง รวมไปถึงโอกาสในการเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงน้อยลง นอกจากนี้คนที่อายุมากกว่าจะมีการมองโลกที่ระมัดระวังไปทางแง่ลบมากกว่าคนอายุน้อย

3) อาชีพ (Occupation) ที่มีความแตกต่างกัน ทำให้ส่งผลต่อแนวคิดความต้องการอุดมการณ์ต่อในเหตุการณ์ต่าง ๆ ต่างกัน เนื่องจากอาชีพเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบของเวลาและสถานที่ ทำให้มีผลต่อการรับซื้อของแต่ละบุคคลด้วย

4) รายได้ (Income) โดยทั่วไปนักการตลาดมักให้ความสนใจต่อผู้บริโภคที่มีรายได้สูง คาดว่าผู้ที่มีรายได้สูงจะมีอำนาจต่อการซื้อสูง แต่ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางจนไปถึงต่ำนั้นเป็นกลุ่มตลาดที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งทำให้เกณฑ์การวัดจากรายได้เพียงอย่างเดียวสามารถชี้วัดความสามารถในการจ่ายสินค้า ซึ่งในความจริงการเลือกซื้อสินค้าอาจจะวัดจากเกณฑ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติอาชีพ หรือการศึกษา เพื่อกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน นักการตลาดมักมีเกณฑ์ในการวัดจากรายได้ควบคู่ไปกับเกณฑ์ประชากรศาสตร์ เช่น การมีรายได้สูงอาจจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของอาชีพและอายุ บุคคลที่ระดับการศึกษาต่ำ โอกาสในการหางานที่อยู่ระดับสูงจึงยาก ทำให้มีรายได้ระดับต่ำโดยความสัมพันธ์จึงเป็นเชิงเหตุและผล

5) สถานภาพ (Status) จากอดีตมาจนถึงปัจจุบันตัวแปรด้านสถานภาพทางครอบครัวนั้น เป็นเป้าหมายที่สำคัญต่อทางการตลาด ซึ่งนักการตลาดมักสนใจกับจำนวนที่มีการบริโภค รวมไปถึงลักษณะการใช้ประเภทสินค้าของคนในครอบครัว รวมไปถึงการทราบถึงผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในครอบครัวนั้น ๆ เพื่อช่วยพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม

6) ระดับการศึกษา (Education) บ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ กว้างขวางลึกซึ้งซึ่งแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้พูดสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้ การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกเช่นกัน ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกรู้สึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย

ผกามาศ ชัยรัตน์ (2560) ได้กล่าวว่าการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ เพื่อเป็นการรับรู้ของลักษณะของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกันโดยมีลักษณะเหล่านี้ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้อาชีพ ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลส่งผลต่อการรับรู้ที่ต่างกัน การตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ต่างกันจึงส่งผลทำให้พฤติกรรมที่แตกต่างออกไปกันตามลักษณะของแต่ละบุคคล

สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์นักการตลาดสามารถใช้ลักษณะร่วมบางประการของผู้บริโภคเพื่ออธิบายลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค และทำให้เกิดความเข้าใจในความ ต้องการของลูกค้าที่ดี จะเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ธุรกิจใดสามารถที่จะระบุได้ว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายของตนได้ชัดเจน และมีความเข้าใจในพฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนั้นได้ดีกว่า ย่อมจะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์มาศึกษาข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเดินทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และสามารถนำไปวางแผนการพัฒนา กลยุทธ์ทางการตลาดต่อไปได้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่ง

ตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง (ศิริรัตน์ ทิมเจริญสุข, 2559) โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัสส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งได้มีการมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

การส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง (2553) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

สุรีย์ เข้มทอง (2554) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะออกเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ ตั้งแต่ก่อนเดินทาง ระหว่างเดินทาง และหลังเดินทางท่องเที่ยว

ศิริรัตน์ นาคแป้น (2555) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวนั้นก็ถือว่าเป็นผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว ดังนั้น การเข้าใจว่าผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมและลักษณะในการท่องเที่ยวอย่างไร รวมถึงปัจจัยใดบ้างที่จะมาเป็นตัวเลือกในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป

วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง (2555) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรูปแบบต่างกัน ประกอบด้วย รูปแบบของวัตถุประสงค์ในการเดินทาง พาหนะในการเดินทาง จำนวนคนในการเดินทาง ช่วงเดือนในการเดินทาง วันเดินทาง ลักษณะการนำอาหารและเครื่องดื่มมารับประทาน ลักษณะการซื้อสินค้าเบ็ดเตล็ดหรือของฝาก

กรอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติดหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวอาจจะเป็นคำพูด การกระทำสีหน้าหรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูปรับประทานอาหาร เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคนที่จะคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันหรืออาจจะมาจากสิ่งแวดล้อมหรือประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น

ธัญชนก แวแก้ว (2557) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือกิจใดๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยวยรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจระดับหนึ่งในการเดินทางไปที่ท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ โดยจะต้องพิจารณาวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบ

การเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่มีอิทธิพล หรือมีส่วนร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาที่เดินทางไปท่องเที่ยว เป็นต้น

ธนิตา คงชัย (2559) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การประพาสหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวถ่ายรูปรับประทานอาหาร เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกนั้น อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้น พื้นฐานของแต่ละคน ที่อาจจะคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกัน หรืออาจจะมาจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น

จิราวุฒน์ เหมวรรณ (2559) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยว เช่น ลักษณะหรือรูปแบบการท่องเที่ยวครั้งนี้ สถานที่ท่องเที่ยว ท่องเที่ยวเมื่อไร จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวอย่างไร ใครเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจท่องเที่ยว สื่อประเภทไหนมีอิทธิพลในการเลือกตัดสินใจท่องเที่ยว เป็นต้น

นรีนาดา แซ่กอ (2559) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2560) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

เชมจิรา ใจดุษย์ (2562) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลายของแต่ละบุคคล ย่อมเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงภูมิหลังทิศทาง และเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่มีทิศทางที่แตกต่างกัน นั้นหมายถึง ความพึงพอใจหรือความสุขทางใจที่นักท่องเที่ยวได้รับที่เกิดจากพฤติกรรมหรือการกระทำที่เป็นเป้าหมายสูงสุดของชีวิตก็เป็นได้

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปความหมายของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำ การแสดงออกความคิด ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวตลอดจนการเลือกหรือไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าในการบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ดังการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นสามารถศึกษาได้ในหลายปัจจัย เช่น การรับรู้ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้บุคคลเกิดจากการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น สามารถนำมาพิจารณาแบ่งชี้ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในแต่ละกลุ่มประเภทได้ ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงองค์ประกอบของพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ปาริฉัตร อัจจะนิล (2554) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการต่อไปนี้

1) ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่าง ก็ต้องใช้เวลาอันจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกันและมักจะเลือกสนองความต้องการ ที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2) ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถ

3) สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4) การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5) การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบความผิดหวัง ในกรณีนี้อาจจะต้องย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์เสียใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

จิตติมานันท์ พูนจันทร์ (2554) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกหรือการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1) เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำเช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรตินิยมโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2) ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบ ได้

3) สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกและทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4) การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาหรือนักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5) การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6) ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทยแต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบินและทำให้สนามบินต้องปิดทำการเครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมายไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ

ศศินกานต์ วิเศษสังข์ (2562) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวถูกกำหนดจากสิ่งกระตุ้น ความปรารถนา ความต้องการและความคาดหวังของบุคคลต่าง ๆ ในสังคมที่มีต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ได้แก่

1) สิ่งกระตุ้นในการเดินทาง เช่น สิ่งต่าง ๆ ที่กระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น การแนะนำจากบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานรัฐบาล

2) ข้อกำหนดของบุคคลในสังคม เป็นลักษณะของข้อบังคับในการตั้งวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน

3) การเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบภายนอก กำหนดความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการให้บริการของผู้ประกอบการ ภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดทางด้านราคาและเวลา เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารเหล่านั้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงความสะดวก ปลอดภัย สะดวกสบาย และความเอื้ออำนวยมากที่สุดเป็นเกณฑ์

ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) คือ การเตรียมวางแผนค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้น ในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง การอนุญาตเข้าประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้าน เพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน

ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1) มีความพึงพอใจ
- 2) ไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Analysis of The Behavior of Tourists) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยว คำถามที่ได้จะช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคือ 5Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย What Why Who When Where และ How (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552)

1) What แหล่งที่ท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดต้องการผลิตภัณฑ์ (Objects) เป็นการกำหนดสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ โดยอาศัยองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น รูปแบบ ราคาสินค้า บริการ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์หรือลักษณะนวัตกรรม เป็นต้น และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation) เช่น การบริการพนักงานและภาพลักษณ์ เป็นต้น

2) Why เหตุผลที่มาท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา

3) Who ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ท่องเที่ยวและผู้ไปท่องเที่ยว

4) When ระยะเวลาที่ท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการท่องเที่ยว เช่น ช่วงเดือนใด หรือฤดูการใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ เป็นต้น

5) Where ท่องเที่ยวที่ไหน เป็นคำถามเพื่อทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยว หรือใช้บริการ เพื่อนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

6) How ท่องเที่ยวอย่างไร เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนการเลือกตัดสินใจท่องเที่ยวหรือกระบวนการท่องเที่ยว ที่ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางการเลือก การตัดสินใจท่องเที่ยวและความรู้ภายหลังการท่องเที่ยว

กรณิกา จารุภรณ์ (2560) ได้กล่าวว่าองค์ประกอบที่สำคัญต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ ต้องมีเป้าหมายในการกระทำ มีความพร้อมความสามารถในการทำกิจกรรม สถานการณ์และเหตุการณ์ที่อำนวยความสะดวกต่อการเลือกทำกิจกรรมการแปลความหมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่พอใจมากที่สุด การตอบสนองหรือการตัดสินใจกระทำกิจกรรมที่ทำได้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ผลลัพธ์ที่ต้องการอาจจะได้ผลตามที่คาดหวังไว้หรืออาจจะตรงข้าม และปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง คือ เมื่อกระทำไปแล้วไม่บรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการจึงจำเป็นต้องนำมากลับมาแปลความหมายใหม่เพื่อไตร่ตรองและหาวิธีใหม่ๆ มาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นสามารถอธิบายได้ว่าการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นต้องมีกระบวนการต่างๆ ที่สำคัญโดยเริ่มจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลส่วนนั้นแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของแต่ละบุคคล

2.2.3 รูปแบบของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยว (Typology : A Systematic Classification or Study of Types) เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้ (ศศินกานต์ วิเศษสังข์, 2562)

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคปัจจุบันที่สุดคือการแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทางคือการแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็นนักท่องเที่ยว (Tourists) หรือนักเดินทาง (Travelers) นักท่องเที่ยวคือบุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Perreault, Dorden, and Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

- 1) นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ
- 2) นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดี และมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4) นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลาในการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

Lundberg (1985) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้รายได้ปานกลาง แต่แสวงหาวันหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

2) นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดี และมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบกิจกรรมระหว่างวันหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหนอย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4) นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้เวลานาน (Moderate Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจกับการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลาในการเล่นกีฬาแต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

Cohend (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2) นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน

3) นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน

4) นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5) นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการผจญภัยหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

Swarbrooke and Horner (2007) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งแตกต่างจากนักวิจัยท่านอื่นๆ โดยแบ่งรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 11 ประเภท ดังนี้

- 1) การเดินทางเพื่อเยี่ยมเพื่อนและญาติหรือบุคคลที่รู้จัก (Visiting Friends and Relatives)
- 2) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ที่สุด การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอื่นๆ เช่น การจัดการประชุม การแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมพิเศษในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยววันหยุด การเดินทางท่องเที่ยวโดยได้รับรางวัลตอบแทนจากนายจ้าง และการจัดหลักสูตรการฝึกอบรม
- 3) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) เป็นการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางศาสนาหรือเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา การกราบไหว้สิ่งศักดิ์ต่างๆ ตามความเชื่อของแต่ละศาสนา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความคาดหวังว่า จะได้รับการเยียวยาทางด้านจิตใจ
- 4) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจควบคู่กันไป เป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
- 5) การท่องเที่ยวเพื่อเข้าสังคม (Social Tourism) เป็นนโยบายการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐโดยจ่ายเงินค่าเดินทางให้บางส่วนหรือทั้งหมดสำหรับผู้ที่มีรายได้น้อยให้เพื่อให้ได้มีโอกาสในการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวทั่วไป
- 6) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อการเรียนรู้ เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาเดินทางเพื่อที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ เช่น การเป็นนักศึกษาแลกเปลี่ยนของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยหนุ่มสาว การเดินทางไปศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและภาษาในประเทศต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุจากการทำงาน
- 7) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เป็นการท่องเที่ยวเพื่อต้องการสัมผัสประสบการณ์ของวัฒนธรรมอื่นๆ เช่น เยี่ยมชมสถานที่ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมงานเทศกาลประเพณีแบบดั้งเดิม การรับประทานอาหาร และเครื่องดื่มท้องถิ่น

8) การท่องเที่ยวแบบชมทิวทัศน์ (Scenic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่สรรค์สร้างโดยบุคคลที่อยากจะเยี่ยมชมภูมิทัศน์และเดินตามรอยเท้าของจิตรกรและนักเขียนที่ชื่นชอบ

9) การท่องเที่ยวแสวงหาความสำราญ (Hedonistic Tourism) ประกอบด้วย องค์ประกอบ เรียกว่า 4s ได้แก่ ทะเล (Sea) หาดทราย (Sand) แสงแดด (Sun) และความต้องการทางเพศ (Sex) ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดผลกระทบในเชิงลบต่อนักท่องเที่ยวและท้องถิ่น

10) การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Activity Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับความต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยว

11) การท่องเที่ยวที่เน้นความสนใจเป็นพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นการท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่มีความสนใจพิเศษในกิจกรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง เช่น การเที่ยวชมศิลปะ การท่องเที่ยวที่เน้นด้านอาหาร การเรียนรู้ปรุงอาหาร ฯ เป็นต้น

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปตามพฤติกรรมความชอบหรือความต้องการที่จะเดินทางไปของแต่ละบุคคลไม่ว่าจะเป็นไปในรูปแบบของการนันทนาการ แบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน แบบช้อปปิ้งหรือแบบที่ต้องการใช้ชีวิตอยู่กับคนท้องถิ่น โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาตามองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว บุคคลที่มาท่องเที่ยวด้วย และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสใด เพื่อศึกษาว่าองค์ประกอบดังกล่าวส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอย่างไร

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation) เกิดจากแรงขับเคลื่อนหรือสิ่งกระตุ้นให้เกิดการกระทำด้วยความเต็มใจ การกระทำในที่นี้ คือ การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบรับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแรงจูงใจนั้นจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในการเลือกสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว แรงจูงใจนั้นจะเป็นสิ่งที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางมากขึ้น ในมุมมองของธุรกิจการท่องเที่ยวผู้ประกอบการจะมีแรงจูงใจในการมุ่งตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและพึงพอใจสูงสุด เพื่อนักท่องเที่ยวต้องการกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยววนั้นอีกครั้ง (ธรา สุขศิริ, 2559)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวอีกหลายท่านได้ให้นิยามของคำว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

Sharpley (2006) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวหมายถึง สภาวะแรงผลักดันให้คนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านความต้องการทางสังคม และจิตวิทยาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจที่จะตอบสนองต่อความต้องการส่วนตัว

Frost, Mair, and Laing (2014) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวหมายถึง แรงขับภายในที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเที่ยว ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นมีหลากหลายแตกต่างกันออกไป โดยอาจเป็นความต้องการพื้นฐานจากการท่องเที่ยว เช่น เพื่อพักผ่อน เพื่อความสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ หรือเป็นเพราะต้องการการยอมรับจากสังคมเช่น การไปท่องเที่ยวแบบบลูย์ หรือแบบหรูหราตามกลุ่มเพื่อนเพื่อที่จะได้รับการยอมรับ รวมไปถึงความต้องการและความพอใจส่วนบุคคล การต้องการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเอง

ชนิตา ขวัญทอง (2563) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวหมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองหรือแรงบันดาลใจที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ และการให้บริการ

ธัญธรณ์ คาวาซากิ (2563) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวหมายถึง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนที่ของบุคคลไปยังเป้าหมายเพื่อสนองความพึงพอใจให้กับตนเองในด้านต่าง ๆ กันไป โดยแรงจูงใจนี้แบ่งออกเป็นปัจจัยผลัก (Push Factors) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ซึ่งปัจจัยผลักนี้ เป็นเพียงชนวนให้เกิดความอยากแต่ในกระบวนการที่จะตัดสินใจไปท่องเที่ยวอยู่ที่ปัจจัยดึงดูดว่าสถานที่นั้น ๆ มีความน่าสนใจ สะดวกสบาย มีภาพลักษณ์ ชื่อเสียง หรือมีกิจกรรมมากเพียงพอที่จะต่อการที่จะสนองความอยากของบุคคลหรือไม่

ปัทมพร อิมวิทยา (2564) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวหมายถึง ความต้องการของแต่ละบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ปัจจัยผลัก (Push Factor) เป็นความต้องการที่อยู่ภายในตัวบุคคล และปัจจัยดึง (Pull Factor) เป็นสิ่งดึงดูดที่เกิดจากสถานที่นั้น ๆ โดยจะต้องเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อปัจจัยผลักด้วย

กชพรรณ คัดชาชัย (2563) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวหมายถึง แรงผลักดันที่เกิดจากภายในหรือภายนอกตัวบุคคลซึ่งสร้างความกระตือรือร้นและไม่ย่อท้อต่อการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติอากาศบริสุทธิ์ เป็นต้น

วิลาสินี ชนะสุด (2564) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวหมายถึง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละคน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ แรงจูงใจหลัก และแรงจูงใจดึงดูด โดย

แรงจูงใจหลัก เป็นแรงจูงใจภายในที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในขณะที่การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้นขึ้นอยู่กับแรงจูงใจดังชุด

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการตามสัญชาตญาณของมนุษย์ที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีแรงจูงใจหรือวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป เนื่องจากความแตกต่างในด้านความรู้ ประสบการณ์ ฯลฯ ล้วนมีอิทธิพลที่ทำให้บุคคลตัดสินใจที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ต่างกัน

2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว สามารถใช้แนวทางการศึกษาได้หลายแนวทางด้วยกัน โดยชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างจากทฤษฎีแรงจูงทางด้านจิตวิทยา โดยได้รวบรวมทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่นักทฤษฎีหลายท่านได้นำเสนอและอธิบายถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

McIntosh and Goeldner (1995) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ได้กล่าวถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้พัฒนาจากพื้นฐานทฤษฎีของ Maslow โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนี้ มาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาถึงแรงจูงใจภายในของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อค้นหาแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง เข้าใจถึงพฤติกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ตลอดจนทราบถึงทัศนคติและความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับในการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยแบ่งแรงจูงใจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) ด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพักผ่อนทั้งด้านร่างกายและทางด้านจิตใจ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสุขภาพและความเพลิดเพลิน เช่น การเดินทางไปตากอากาศชายทะเล การประกอบกิจกรรมทางด้านการกีฬา หรือเพื่อหลบพ้นจากชีวิตที่คร่ำครึยดจำเจ
- 2) ด้านวัฒนธรรม (Status and Prestige Motivation) เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนที่ยากหรืออยากเห็นในเรื่องต่างๆ ความต้องการที่จะศึกษาหรือสนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมอื่น เช่น เรื่องศิลปะ วิถีชีวิต การละเล่น ตลอดจนความเป็นอยู่ของกลุ่มชนต่างๆ
- 3) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) เป็นแรงจูงใจที่ไปกระตุ้นให้เดินทางไปพบปะผู้อื่น หรือเดินทางไปเพื่อเยี่ยมเพื่อน ญาติ เพื่อนฝูง หรือเดินทางไปแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ
- 4) ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Status and Prestige Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะศึกษา หรือพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น เช่น การเดินทางไปต่างประเทศ

ไปร่วมสัมมนา ไปทำธุรกิจ ไปศึกษาดูงาน ฯลฯ เพื่อให้แสดงให้เห็นว่าเป็นคนมีเกียรติและมีความภาคภูมิใจในตัวเอง หรือเป็นคนที่ประสบความสำเร็จในชีวิต

วิกิเนีย มายอร์ (2555) ได้กล่าวว่า สนิมรดกทางธรรมชาติและสนิมรดกที่คนสร้างขึ้นก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มากขึ้น ขณะเดียวกันในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ

1) สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

(1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุกๆ พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามประทับใจ ซึ่งเกิดจากลักษณะของธรรมชาติ เช่น อ่าว แหล่ม เกาะ หน้าผา ภูเขา หิน ภูมิอากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ ความสนใจของแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ

(1.1) สถานที่ที่น่าสนใจ (Place) เช่น ชายหาดที่สวยงาม คือ หาดชะอำซึ่งคงสภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่น่าสนใจหรือจังหวัดภูเก็ตมีแหลมพรหมเทพยื่นออกไปจากหน้าผามุ่งสู่ทะเลลึก มีต้นตาลขึ้นปลายแหลมยามดวงอาทิตย์ตกเวลาเย็นจึงเป็นภาพที่สวยงามสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้อยากมาท่องเที่ยวให้อยากมาท่องเที่ยวยังแหล่งนั้น

(1.2) เหตุการณ์สนใจ (Event) ในบางฤดูกาลมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น กิจกรรมนั้นก็กลายเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจดึงดูดคนมาเที่ยว เช่น การกำหนดจัดงานพระนครคีรีเมืองเพชรบุรี ซึ่งในงานจะมีการแสดงแสง สี เสียง ประกอบละครประวัติศาสตร์ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่น่าสนใจหรือมีการจัดงานขนมหวานเมืองเพชร ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น

(2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของตนในเขตพื้นที่นั้นๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกมาในรูปแบบศาสนาสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประชาชนจารีตประเพณี

(3) ชาติพันธุ์ เหตุผลอย่างหนึ่งในการเดินทางของประชาชน เพื่อต้องการเยี่ยมญาติและเพื่อน คนมีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมแผ่นดินเดิมของตน

(4) แหล่งบันเทิง แหล่งบันเทิง แหล่งบันเทิงมิใช่ หมายถึง สถานเริงรมย์ยามราตรีเพียงอย่างเดียวแต่อาจหมายถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา

2) สิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ

(1) ที่พักเป็นที่สำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติ หรือเพื่อนแต่อีกส่วนหนึ่งต้องการที่พักลักษณะอื่นๆ

(2) ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

(3) สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานอาบน้ำนวด

(4) ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่ง ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว นอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ได้รับความสะดวกสบายขึ้นเนื่องจากการพัฒนาระบบสื่อสารการคมนาคมและสาธารณูปโภคดังกล่าว

3) การขนส่ง เป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย การเดินทางของประชาชนมิได้วัดในรูปแบบของระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทาง ถึงแม้ระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทาง ประชาชนก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการปรับปรุงยานพาหนะ ถนนและระบบการจราจรให้ดีขึ้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

5) การต้อนรับ เป็นสิ่งที่สำคัญมากเพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ในการกลับกันถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสม นอกจากจะไม่รู้สึกประทับใจแล้วโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมจะมีน้อยมาก

เลิศพร ภาระสกุล (2556) ได้กล่าวว่า ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว จะช่วยให้เราสามารถเข้าถึงพฤติกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวและจะช่วยให้เราทราบว่าทำไมคนเราจึงมีการเดินทาง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว จะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ จำเป็นต้องเข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของตนเองแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้คนเดินทางจำแนกออกเป็น 6 ชนิด ดังนี้

1) แรงจูงใจทางด้านสรีระหรือทางกายภาพ (Physical) ได้แก่ ความต้องการที่จะพักผ่อน หย่อนใจ จากความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน ความต้องการที่จะได้พักผ่อนเพราะต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ

2) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural) ความสนใจที่จะได้สัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวชมบ้านชมเมือง ได้เห็นสถาปัตยกรรมที่แปลกๆ ได้เห็นวิถีชีวิตที่แปลกๆ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อชมวัด การไปร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การไปตักบาตรยามเช้าที่หลวงพระบาง การไปร่วมเล่นน้ำกับคนในท้องถิ่นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นเพียงตัวอย่างการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เราเห็นชัดเจน

3) การท่องเที่ยวเพื่อที่ต้องการตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกบางอย่าง (Emotional) นักท่องเที่ยวบางคนมาท่องเที่ยวเพราะต้องการเห็นสิ่งที่ในอดีต สิ่งที่ไม่ได้ในโลกปัจจุบัน บางคน

ชอบกลับไปใช้ชีวิตแบบดั้งเดิมที่ต่างไปจากโลกปัจจุบัน นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจประเภทนี้เรียกว่า แรงจูงใจทางการถวิลหาอดีต นักท่องเที่ยวพวกนี้จะชอบชมพิพิธภัณฑสถาน ชอบชมบรรยากาศที่ให้ แมนติก แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการก็จะต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สนองต้องการทางด้านนี้ แก่เขาได้

4) การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ (Status) แรงจูงใจทางด้านนี้คือ แรงจูงใจที่อยาก ได้ชื่อว่าไปท่องเที่ยวแล้วมีหน้ามีตา มีคนพูดถึงหรือชื่นชมเมื่อได้ทำสำเร็จ เช่น ไปท่องเที่ยวในประเทศ ที่ยังไม่มีใครเคยไป บางคนต้องการได้ชื่อว่าเป็นคนทันสมัยน่าแฟชั่น ก็จะชอบท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าที่ น่าสมัย

5) แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง (Personal Development) บางคนเดินทางเพื่อหา ความรู้และทักษะใหม่ๆ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ นักเรียนที่มีฐานะดีเดินทางไปเรียนภาษาอังกฤษใน ต่างประเทศในช่วงฤดูร้อน หรือคนไทยที่อยากไปเรียนการทำอาหารที่ประเทศฝรั่งเศส หรือ ชาวตะวันตกที่หลงใหลอาหารไทยเดินทางมาเรียนการทำอาหารไทยในเมืองไทย เป็นต้น

6) แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลส่วนตัวของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะไปเยี่ยมเยียนญาติมิตรเพื่อนฝูงที่อยู่ห่างไกลกัน ความต้องการที่จะหาเพื่อน ใหม่ ความต้องการที่จะเอาใจผู้อื่นด้วยการพาไปเที่ยว

ธนวัตร ครองประเสริฐ และคณะ (2557) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูดว่าเป็นปัจจัยที่ ทำให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การลด ราคาสถานที่พักช่วงหน้าฝน งานเทศกาล งานประเพณีต่าง ๆ รวมถึงองค์ประกอบของสถานที่นั้นที่มี ลักษณะเป็นรูปธรรม (Tangible Characteristics) เช่น สภาพภูมิอากาศ ชายหาด แหล่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น โดยได้มีการกำหนดปัจจัยดึงดูดไว้ 7 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านทรัพยากรของสถานที่ท่องเที่ยว
- 2) ด้านภูมิประเทศหรือทำเลที่ตั้ง
- 3) ด้านงานประเพณีเทศกาลและวัฒนธรรม
- 4) ด้านสถานที่พักอาศัย
- 5) ด้านค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพ
- 6) ด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 7) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

อิสระ อุปติ (2560) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้น มี 2 ปัจจัยพื้นฐาน คือ ปัจจัย ผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) กล่าวคือ

1) แรงจูงใจแบบปัจจัยผลักดัน (Push Factors) หมายถึง ปัจจัยจูงใจทางด้านจิตวิทยา สังคมหรือความต้องการภายในตัวบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว โดยเหตุ

จึงจะทำให้หายากเดินทาง ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ ด้านความสัมพันธ์กับบุคคลใกล้ชิด ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านสถานภาพ และด้านการพัฒนาตนเอง

2) แรงจูงใจแบบปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หมายถึง ปัจจัยภายนอกตัวบุคคลที่ทำให้เกิดความอยากท่องเที่ยวจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นการเฉพาะ ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความมีชื่อเสียง ความหลากหลายของกิจกรรม ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ และอื่นๆ

Mill (1990) กล่าวว่าปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวคือ

1) สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

(1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุกพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ซึ่งเกิดจากลักษณะทางธรรมชาติ เช่น อ่าว แหล่ม เกาะ ภูมิอากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 2 ประการคือ

(1.1) สถานที่ที่น่าสนใจ เช่น ชายหาดที่สวยงาม

(1.2) เหตุการณ์ที่น่าสนใจ ในบางฤดูกาลจะมีจัดกิจกรรมต่างๆ

(2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ วิถีชีวิตของคนในพื้นที่นั้นๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน

(3) ชาติพันธุ์ เหตุผลอย่างหนึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวคือการเยี่ยมญาติ เยี่ยมเพื่อน

(4) แหล่งบันเทิง มีแหล่งบันเทิงไว้พักผ่อนหย่อนใจ

2) สิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาไกลบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกสำคัญมี 4 ประการคือ

(1) ที่พักเป็นที่สำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือว่าเพื่อน แต่อีกส่วนหนึ่งต้องการที่พักลักษณะอื่นๆ

(2) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

(3) สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นั่งทานอาหาร

(4) ปัจจัยพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

3) การขนส่ง เป็นสิ่งสำคัญในการน่านักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย การเดินทางของนักท่องเที่ยวไม่ได้วัดรูปแบบจากระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทาง ถึงแม้ระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทาง นักท่องเที่ยวก็พร้อมจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

4) การต้อนรับ เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจการต้อนรับของเจ้าของสถานที่ หรือพนักงานให้บริการมากกว่าสภาพของแหล่งท่องเที่ยว

Weaver and Oppermann (2000) ได้กำหนดแนวโน้มของแรงจูงใจที่จะเกิดขึ้นในลักษณะต่างๆ ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ 10 ประการ ดังนี้

1) แนวโน้มของแรงจูงใจที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม การศึกษามากมายนี้ชี้ว่าความสนุกสนานในบริเวณที่เป็นแหล่งวัฒนธรรมของโลกหรือแหล่งวัฒนธรรมทางธรรมชาติจะเป็นแรงจูงใจในการเดินทางที่สำคัญของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2) แรงจูงใจที่จะพบกับคนในท้องถิ่น ความปรารถนาที่จะไปพบปะผู้คนในท้องถิ่นเป็นแรงขับในตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยที่มีการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาถึงมหาวิทยาลัย ซึ่งตลาดของเยาวชนจะให้ความสำคัญถึงแนวโน้มทางด้านนี้มากขึ้น

3) แรงจูงใจที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นของเจ้าของประเทศที่ตนเองไปเที่ยว ไปสังเกตว่าวัฒนธรรมอื่นมีลักษณะอย่างไร ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาจากเอเชียโดยเฉพาะที่มาจากประเทศจีนและเกาหลีจะเป็นผู้ที่มีโอกาสได้รับการเปิดโลกต่อวัฒนธรรมนานาชาติน้อยกว่าชาติอื่น

4) แรงจูงใจที่จะทำให้ชีวิตครอบครัวดีขึ้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวมองว่าการท่องเที่ยวเป็นเวลาที่ช่วยให้อยู่ด้วยกันได้ดี แนวโน้มเห็นได้ชัดเจนจากการไปเที่ยวสวนสนุกสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้กับตัวเมือง รีสอร์ท บางระดับที่มีกิจกรรมให้กับครอบครัวทั้งครอบครัว

5) แรงจูงใจที่จะพักผ่อน หรือผ่อนคลายในสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่ดูแล้วสบายใจ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อไปชมวัฒนธรรม การพักผ่อน หรือการพักผ่อน

6) แรงจูงใจที่จะไปสถานที่ที่มีความสนใจพิเศษ หรือต้องใช้ทักษะพิเศษ คือนักท่องเที่ยวจะสนใจในงานอดิเรกบางอย่างเป็นพิเศษ เช่น การดำน้ำ แบบสคูบา

7) แรงจูงใจที่จะเป็นคนที่มีความสุขดี สมบูรณ์ แรงจูงใจนี้จะเห็นได้ชัดเจนจากนักกีฬาระดับชาวยุโรป ที่กล่าวว่า แรงจูงใจด้านนี้สามารถนำไปปรับปรุงระดับความสมบูรณ์ของร่างกาย สามารถทำให้ได้รับประทานอาหารแปลกๆ ได้ไปเที่ยวยังแหล่งน้ำ พืชสวน ศูนย์สุขภาพ ซึ่งทั้งหมดอยู่ในบริเวณที่ไม่มีมลพิษ ซึ่งแรงจูงใจด้านนี้กำลังเป็นแนวโน้มของนักท่องเที่ยวนานาชาติ

8) แรงจูงใจสำหรับปกป้องตนเอง และความปลอดภัย ในขณะที่ความปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง ซึ่งมีความสำคัญมาก การคุกคามด้านสุขภาพ ด้านอาชญากรรม กิจกรรมของผู้ก่อการร้ายเป็นจุดสำคัญจุดหนึ่งที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจว่าจะไปเที่ยวหรือไม่

9) แรงจูงใจที่อยากได้การยอมรับว่ามีฐานะทางสังคมที่ดีขึ้น การยอมรับทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญในแรงจูงใจของมนุษย์ ทำให้มนุษย์รู้ถึงคุณค่าทางสังคม และต้องการบ่งบอกว่าตัวเองเป็นใครมาจากไหนด้วย

10) แรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตนเอง ระดับความต้องการที่จะให้ตนเองมีความสุขหรือให้รางวัลแก่ตนเอง ซึ่งการให้รางวัลดังกล่าวจะมีสูงมากในความรู้สึกทางร่างกาย เช่น การกิน การดื่ม พฤติกรรมทางเพศ และการซื้อของ กิจกรรมเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะให้รางวัลกับตัวเอง หรืออาจเป็นการฉลองความสำเร็จในการทำงาน และเป็นการทดแทนการถูกบังคับให้ทำงาน จึงเที่ยวเพื่อจะปลดปล่อย และรับสิ่งทดแทนที่เป็นรางวัลแก่ตนเองโดยการได้ท่องเที่ยว

รัชตะสรณ์ จันทรรักษ์ (2564) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งพื้นฐานและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ประกอบด้วย

1) แรงจูงใจผลักดัน หมายถึง แรงกระตุ้นภายในทางจิตวิทยาสังคม ความต้องการภายในตัวนักท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้ผู้คนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง

2) แรงจูงใจดึงดูด หมายถึง ปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

พชรพร ขำหรุ่น (2564) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ เกิดจากความต้องการหรือความรู้สึกในตัวบุคคล โดยประกอบด้วย 2 ปัจจัยพื้นฐาน คือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) และปัจจัยดึงดูด หรือปัจจัยจูงใจ (Pull Factors) กล่าวคือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว และจะสิ้นสุดตรงที่นักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองตามความต้องการแล้ว ซึ่งในแต่ละขั้นจะเกิดขึ้นเป็นลำดับโดยต้องอาศัยระยะเวลาที่แตกต่างกันตามแต่ละบุคคล ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง ไม่ได้เกิดจากแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่ง เพียงอย่างเดียว แต่การตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยวมักจะเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างที่เกิดในเวลาเดียวกัน นักท่องเที่ยวบางคนมีแรงจูงใจมากกว่าหนึ่งแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรม การท่องเที่ยวบางครั้งมักอาศัยแรงจูงใจร่วมกับคนอื่น ดังนั้นแรงจูงใจในนักท่องเที่ยวที่แสดงออก อาจไม่ได้เป็นแรงจูงใจที่แท้จริงหรือคนที่มาเที่ยวในสถานที่เดียวกัน อาจไม่จำเป็นต้องมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวเหมือนกัน แรงจูงใจ จึงมีความหมายว่า ปัจจัยหลัก และปัจจัยดึงคือ คุณลักษณะต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นไม่ใช่สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว จะเลือกสถานที่สนองความต้องการ หรือตอบสนองต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์ (2563) ได้กล่าวว่า ลักษณะของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1) การจูงใจภายใน เป็นสภาวะที่บุคคลต้องการจะเดินทางท่องเที่ยวหรือต้องการจะเรียนรู้ หรือต้องการที่จะแสวงหาบางสิ่งบางอย่างด้วยตนเอง โดยที่ไม่ต้องอาศัยการชักจูงจากสิ่งแวดล้อมภายนอก

2) การจูงใจภายนอก เป็นสภาวะที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้า อันเกิดจากภายนอก มาทำให้บุคคลเกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งแรงจูงใจจากภายนอกมี 3 ประเภท คือ

(1) แรงจูงใจทางสรีรวิทยา เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกาย และให้บุคคลมีชีวิตอยู่ได้ ซึ่งเป็นความต้องการตามธรรมชาติของมนุษย์ ได้แก่ ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค

(2) แรงจูงใจทางจิตวิทยา เป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญน้อยกว่าแรงจูงใจทางสรีรวิทยา เพราะเป็นแรงจูงใจที่มีความจำเป็นการดำรงชีวิตน้อยกว่าแต่จะมีผลช่วยทางจิตใจ ทำให้มนุษย์มีสุขภาพจิตดีขึ้น ประกอบด้วยประเภท คือ

(2.1) ความอยากรู้อยากเห็น และการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม นับเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่งที่สามารถพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเพื่อการมีชีวิตรอด และเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

(2.2) ต้องการความรัก และความเอาใจใส่จากผู้อื่นเนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่อยู่กันเป็นกลุ่ม โดยใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน ซึ่งการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขนั้นจะต้องประกอบไปด้วยความรัก ความเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน และความเอื้ออาทรต่อกัน

3) แรงจูงใจทางสังคมหรือแรงจูงใจจากการเรียนรู้ เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ทางสังคมในอดีตของแต่ละบุคคล ประกอบด้วย 3 ประเภท คือ

(1) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motives) เป็นแรงจูงใจของบุคคลที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จ

(2) แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Affiliate Motives) เป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลปฏิบัติตนเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ตลอดจนต้องการความรักจากผู้อื่น เป็นต้น

(3) แรงจูงใจต่อความนับถือตนเอง (Self Esteem) เป็นแรงจูงใจที่บุคคลปรารถนาเป็นที่ยอมรับของสังคม ต้องการที่จะมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนโดยทั่วไป ซึ่งจะนำมาสู่ความรู้สึกนับถือตนเอง

Swarbrooke and Horner (2016) ได้เสนอประเภทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวว่ามี 5 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจด้านส่วนตัว ได้แก่ เยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ หาเพื่อนใหม่ เป็นต้น

2) แรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ความต้องการความตื่นเต้น ทำท่าย สนุกสนาน รำลึกความหลัง เป็นต้น

3) แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ได้แก่ การหาประสบการณ์จากวัฒนธรรมใหม่ การรับรู้วัฒนธรรมต่างๆ เป็นต้น

4) แรงจูงใจด้านพัฒนาตนเอง ได้แก่ การหาความรู้การเพิ่มความสามารถ เป็นต้น

5) แรงจูงใจด้านสถานภาพ ได้แก่ ความเด่น ความน่าสมมุย เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เกิดจากแรงที่เป็นตัวขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีหลายด้านซึ่งล้วนมีพื้นฐานมาจากแรงจูงใจหรือความต้องการพื้นฐานที่ต้องการได้ถูกเติมเต็มทีละขั้น อีกทั้งนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีเป้าหมายและความต้องการที่แตกต่างกันออกไปส่งผลทำให้พฤติกรรมในการท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน จึงทำให้ผู้วิจัยได้มองเห็นว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย และได้นำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายของการตัดสินใจท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าวิจัยแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการตัดสินใจท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่ทำให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยว

ชูชัย สมธิไกร (2556) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน

คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2558) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคล การได้รับบริการทางเศรษฐกิจและกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว

อิสริย์ สุขพรสินธรรม และโสเมฤทัย สุนธยาธร (2562) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจท่องเที่ยว อาจเกิดมาจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยภายนอก หรือปัจจัย ทางด้านวัฒนธรรมปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางจิตวิทยา เพื่อมากระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

กิตติยา ดาวเวียงกัน และลัดดา ปินตา (2563) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดี

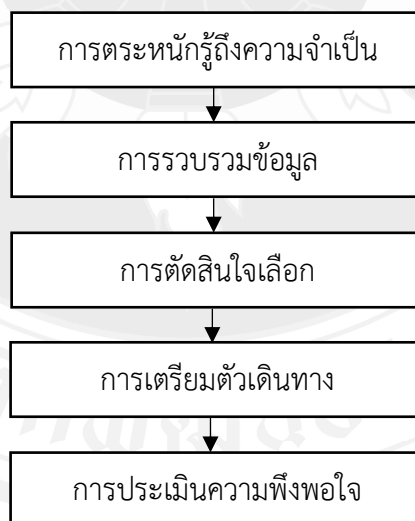
แล้วว่า เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของแต่ละบุคคล ต้องดูสิ่งต่าง ๆ ประกอบกับการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

อิสระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2563) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง เรื่องที่สำคัญของทุกคนและเป็นสิ่งที่ต้องปฏิบัติอยู่เป็นประจำ เนื่องจากการตัดสินใจท่องเที่ยวจะทา ให้นักท่องเที่ยวเลือกสิ่งต่าง ๆ ที่คิดว่าเหมาะสมกับตนเองมากที่สุด

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการตัดสินใจโดยการคิดหรือคัดกรองทางเลือกเดียวที่ดีที่สุด ซึ่งตรงกับความต้องการและวัตถุประสงค์ของตนเอง ทั้งนี้อาจมีเหตุผลทางจิตใจเข้ามาเกี่ยวกับประกอบในการตัดสินใจและประเมินผลที่จะเกิดขึ้นก่อนพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสม

2.4.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว

สำหรับการศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวตามทฤษฎี Consumer Behavior ที่ Kotler (2000) ได้อธิบายถึง 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Five-Stage Model of the Consumer Buying Process) มาประยุกต์ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อแบบสติปัญญา (Cognitive Decision Making) (Mathieson & Wall, 1982) ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงขั้นตอนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

แหล่งที่มา : Mathieson and Wall (1982).

1) การรับรู้ การตระหนักรู้ถึงความจำเป็นและความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง เป็นขั้นที่นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความต้องการที่จะออกเดินทาง โดยที่จะมีการชั่งน้ำหนักของผลดีและผลเสีย

2) การรวบรวมข้อมูลและการประเมินสภาพลักษณะของสินค้าทางการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวจะมีการค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวโดยที่จะรวบรวมข้อมูลจากสื่อต่างๆ ทั้งสื่อโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคลที่เป็นญาติมิตรหรือผู้มีประสบการณ์ โดยที่ข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำมาพิจารณาคู่กับข้อจำกัดทางด้านงบประมาณและเวลา รวมไปถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เช่น การเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น

3) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยที่เลือกจากทางเลือกต่างๆ หมายถึง เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้แล้วว่าจะเดินทางไปไหน ด้วยพาหนะใด พักที่ไหน กับใครและ จะดำเนินกิจกรรมใดบ้าง

4) การเตรียมตัวเดินทางท่องเที่ยวและการได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยว หมายถึง ขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะทำการจองที่พัก จองตั๋ว วางแผนและเตรียมค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รวมไปถึงการเตรียมเสื้อผ้าเพื่อสวมใส่ และหลังจากนั้นการเดินทางก็เริ่มต้นขึ้น

5) การประเมินความพึงพอใจหลังจากการท่องเที่ยว ขั้นตอนนี้จะเกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวไปจนถึงการท่องเที่ยวสิ้นสุดลง ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้จากการท่องเที่ยวในครั้งนี้จะส่งต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในอนาคต

และสำหรับกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวในมุมมองของ Cooper, Fletcher, Gilbert, Fyall, and Wanhill (2005) ได้แบ่งการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทั้งหมดออกเป็น 8 ขั้นตอน โดยที่ขั้นตอนแต่ละขั้นตอนของนักท่องเที่ยวจะดำเนินเป็นขั้นๆ ดังนี้

- 1) การถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว
- 2) การรับรู้ของความต้องการที่เกิดขึ้นของตนเอง
- 3) การใช้เวลาในการหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว
- 4) การแยกแยะตัวเลือกแหล่งท่องเที่ยว
- 5) การประเมินตัวเลือกต่างๆ โดยจะพิจารณาเปรียบเทียบกับลักษณะเด่นต่างๆ ของแต่ละที่
- 6) การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว
- 7) การซื้อบริการการท่องเที่ยวหรือตัดสินใจเดินทาง โดยเป็นขั้นที่เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวแล้ว

8) พฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว โดยเป็นความรู้สึกต่างๆ ที่เกิดขึ้นและประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้รับ ซึ่งจะส่งผลในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป ทั้งนี้เป็นการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback Loop) สู่จุดเริ่มต้นใหม่

Schmoll (1977) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว (2) การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว (3) การประเมินตัวเลือกทางการท่องเที่ยว (4) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยที่ Schmoll นั้นได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ปัจจัยด้วยกัน คือ

ปัจจัยที่ 1 สิ่งรื้อทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทาง ได้แก่ โฆษณา หนังสือ คำแนะนำหรือบันทึกการเดินทางนักท่องเที่ยวคนอื่น เป็นต้น

ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคม ประกอบไปด้วยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวกำหนดถึงเป้าหมายของนักท่องเที่ยวในรูปแบบการเดินทางที่ต้องการ โดยที่ปัจจัยเหล่านี้จะให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความต้องการและความจำเป็นและทำให้เกิดแรงจูงใจตลอดจนเกิดความคาดหวังในการเดินทาง

ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น ความเชื่อมั่นในตัวแทนจำหน่าย ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง ประสบการณ์ที่เคยได้เรียนรู้มา ข้อจำกัดด้านเวลาและค่าใช้จ่าย

ปัจจัยที่ 4 คุณลักษณะต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ประเภทของการบริการทางการท่องเที่ยว ความหลากหลายทางกิจกรรม สิ่งดึงดูดใจและอำนวยความสะดวก เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจในขั้นสุดท้าย

Victor and Middleton (1994) ได้อธิบายเกี่ยวกับรูปแบบการกระตุ้นและการตอบสนองของพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจหรือการซื้อผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวไว้ว่าสิ่งที่มากระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลลัพธ์การท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจ สินค้าและบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีการแข่งขันสูงและเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ แสวงหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ตลอดจนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ประกอบกับการเรียนรู้ แรงจูงใจประสบการณ์ และทัศนคติของตน การกลั่นกรองข้อมูล ซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ ทำให้เกิดการรับรู้ และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของตน โดยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการ ได้ นักท่องเที่ยวจะได้รับความพึงพอใจ และเพิ่มประสบการณ์ทางบวกมากขึ้น ทำให้เกิดการซื้อหรือการใช้บริการซ้ำ (เดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้ง) แต่ถ้าหากไม่พอใจ ก็จะกลายเป็นประสบการณ์ทางลบ จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ยาก จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มาก

Wehab, Crampon, and Rothfield (1976) ได้กล่าวถึงรูปแบบพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และแนวความคิดของนักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะ 4 ประการไว้ดังนี้

- 1) ไม่มีผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรมหรือวัตถุที่จับต้องได้ภายหลังการลงทุน

- 2) มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับรายได้ที่ผู้ซื้อได้รับอยู่
- 3) การซื้อไม่ได้เกิดขึ้น โดยฉับพลันหรือไม่ได้ไตร่ตรองไว้ก่อน
- 4) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมาจากการออมและการวางแผนการเงินไว้ล่วงหน้า

นอกจากนี้ได้กล่าวอีกว่าการที่ต้องการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวต่อความผิดหวังและจะรู้สึกไม่ดีถ้ามีสิ่งใดหรือใครมาทำลายความรู้สึกของเขาขณะท่องเที่ยว จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นเกิดขึ้นจากกระบวนการตัดสินใจ โดยได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าทั้งภายในตัวนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การแสวงหาข้อมูลรวมทั้งปัจจัยภายนอกตัวนักท่องเที่ยว ได้แก่ คุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางเข้าถึงและเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

2.4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการและความต้องการในการท่องเที่ยวนั้นเกิดจากหลายเหตุผล นักท่องเที่ยวจึงต้องเลือกไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกับจุดประสงค์ของตนและมีความเหมาะสมกับงบประมาณที่จะใช้จ่ายให้คุ้มค่ากับความสุข และความประทับใจที่ได้รับมา ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไว้ดังนี้

Middleton (1994) ได้อธิบายปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (Determinants of Demand for Tourism) ดังนี้

- 1) ปัจจัยทางสภาพเศรษฐกิจ (Economic Factors) หมายถึง ถ้าหากสภาพทางเศรษฐกิจในประเทศดี ประชาชนมีรายได้สูงก็จะทำให้เกิดต่อการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- 2) ปัจจัยทางลักษณะทางประชากร (Demographic Factors) หมายถึง ปัจจัยทางลักษณะทางประชากรจะมีผลต่อการกำหนดรูปแบบและพฤติกรรม รวมไปถึงปริมาณการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยลักษณะทางประชากร ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ เชื้อชาติ การศึกษา รายได้และประสบการณ์
- 3) ปัจจัยทางสภาพสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factors) หมายถึง รูปแบบของวัฒนธรรมของคนในสังคม รวมไปถึงทัศนคติของคนในสังคมที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว เช่น วัฒนธรรมของประเทศทางตะวันตกและวัฒนธรรมทางตะวันออกจะต่างกันในการท่องเที่ยว
- 4) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factors) หมายถึง ลักษณะทางภูมิศาสตร์เดิมของนักท่องเที่ยว หรือพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเติบโตมาซึ่งจะมีผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการจะไป

5) ปัจจัยทางนโยบายทางการเมืองและกฎต่างๆ ของสังคม (Government and Regulatory Factors) หมายถึง นโยบายทางการเมืองหรือกฎต่างๆ ในสังคมที่ส่งผลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ปัญหาทางการเมือง ความตึงเครียดเนื่องจากสถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

6) ปัจจัยด้านราคา (Price Factors) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นค่าพาหนะ ที่พัก อาหาร ค่าครองชีพภายในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

7) ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทาง (Transport Factors) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยการคมนาคมว่า สามารถเดินทางเข้าถึงพื้นที่ได้ด้วยพาหนะใดบ้าง เดินทางสะดวกหรือไม่ และใช้เวลาอย่างน้อยเพียงใดในการเดินทาง เป็นต้น

8) ปัจจัยทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relations) หมายถึง การใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการช่วยโน้มน้าวนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทาง อีกทั้งยังเป็นการใช้เพื่อทำให้จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวแห่งนั้นเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว

Stephen and Joanne (2001) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาแหล่งท่องเที่ยวจะมีองค์ประกอบหลายๆ อย่างผสมผสานกันเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวจากธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัฒนธรรม

2) ความสวยงามของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Resources) ความน่าประทับใจในสภาพแวดล้อมวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด และบริการอื่นๆ

4) ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสารและสาธารณูปโภคการขนส่ง (Transportation)

5) การต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี (Hospitality) ต่อนักท่องเที่ยว

Kotler (2013) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวดังนี้

1) ความต้องการปัจจุบัน (Actual Demand) หมายถึง ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวมีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการประเภทนี้พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการ และเดินทางทันที

2) ความต้องการที่มีแนวโน้ม (Potential Demand) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเดินทางเพราะมีความต้องการอยู่แล้ว แต่ขาดองค์ประกอบอื่น เช่น เงิน เวลา และการจัดการเพื่อ

เดินทาง ซึ่งความต้องการแบบนี้สามารถโน้มน้าวให้เป็น Actual Demand ได้โดยอาศัยการพัฒนาการให้บริการและระบบการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

3) ความต้องการที่อาจเกิดขึ้นได้ (Deferred Demand) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีความรู้ หรือไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจความต้องการแบบนี้อาจชักจูงให้เกิดขึ้นได้ โดยอาศัยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ตลอดจนพัฒนาระบบข้อมูล ก็อาจจะกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้โดยไม่ยากนัก

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทำให้ทราบว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้น มีลักษณะการตัดสินใจคล้ายกับการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดยมีการรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการหรือการท่องเที่ยว ซึ่งจะได้บูรณาการทางทฤษฎีของ Mathieson and Wall (1982) มาใช้กำหนดเป็นกลุ่มตัวแปรทางการศึกษาในครั้งนี้

2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดพังงา

จังหวัดพังงาเต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทั้งบนบกและใต้น้ำ โดยเฉพาะกลุ่มเกาะสวยงามที่วางตัวเรียงรายอยู่ในทะเลอันดามัน จนพังงาได้รับสมญานามว่า เป็นดินแดนแห่งป่าเกาะ รวมทั้งยังมีผืนป่าชายเลนหนาแน่นและอุดมสมบูรณ์ที่สุดในประเทศไทยพังงา เต็มไปด้วยวิถีชีวิตที่น่าสนใจ โดยเฉพาะเรื่องราว ของผู้คนหลากหลายเชื้อชาติ ทั้งไทย จีน มุสลิม และชาวไทยใหม่ (ชาวเล) ที่อาศัยอยู่ในชุมชนเก่าแก่ที่น่าสนใจ เช่น เกาะปันหยี เกาะยาว หมู่บ้านชาวมอแกนในบริเวณหมู่เกาะสุรินทร์ ชุมชนชาวเหมืองแร่ที่ตะกั่วป่า ฯลฯ นอกจากนี้ พังงายังเต็มไปด้วยแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เช่น โลกใต้น้ำของหมู่เกาะสิมิลัน ดงปะการังหลากหลายและฝูงปลาน้อยใหญ่ใต้ทะเลหมู่เกาะสุรินทร์ เขาตาปู เขาพิงกัน เกาะพระทอง ฯลฯ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นทรัพยากรล้ำค่าที่ทำให้พังงาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเสมอมา

จังหวัดพังงามีเนื้อที่ประมาณ 4,171 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศ คือ ฝั่งตะวันตกติดทะเลอันดามัน ส่วนบนบกนั้นส่วนใหญ่เป็นเทือกเขา พื้นที่ป่าเป็นป่าดงดิบ สภาพภูมิประเทศที่หลากหลายและสวยงามนี้เองที่ก่อให้เกิดมูลค่าทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มเกาะ เช่น หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น คือ หาดทรายขาวทะเล ป่าดิบ ป่าชายเลน น้ำตก และโถงถ้ำ

พังงาเริ่มต้น ความเป็นมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ หลักฐานที่ขุดค้นพบมีทั้งเครื่องมือหิน ภาพเขียนสีในถ้ำ อาวุธที่ทำจากกระดูกสัตว์ ภาชนะดินเผา ฯลฯ หลักฐานสำคัญอย่างหนึ่งที่สนับสนุนว่าพังงาเป็นเมืองเก่าแก่ คือเครื่องปั้นดินเผาและกำไลหิน อายุ 3,000-4,000 ปี ที่พบในถ้ำสุวรรณคูหา ในสมัยประวัติศาสตร์ พบหลักฐานว่า ชาวกลิงคราฐหลบหนีการโจมตีของพระเจ้าอโศกมหาราชอยู่ในบริเวณริมทะเลแถวเมืองตะกั่วป่า ตะกั่วทุ่ง และถลาง ครั้นถึง พ.ศ. 300 ชาวอินเดียที่หนีมาได้ นำศิลปวัฒนธรรมมาด้วย โดยมีการพบรูปสลักหินพระลักษมณ์ พระราม และนางสีดา ในบริเวณเมืองเก่าของตะกั่วป่า และในหนังสือมิลินทปัญหา ชาวอินเดียเรียกตะกั่วป่าว่าตะโกลา หรือตกลอล ซึ่งแปลว่า ลูกกระวาน ปัจจุบันนี้คนเฒ่าคนแก่ก็ยังเรียกบริเวณนี้ว่าเมืองตะโกลาล่วงมาจนถึงสมัยอยุธยา พังงามีฐานะเป็นเมืองแขวง ขึ้นอยู่กับเมืองตะกั่วป่า จนมาถึงสมัยรัชกาลที่ 1 ได้รับการยกฐานะให้เป็นเมืองเทียบเท่าเมืองตะกั่วป่า ตะกั่วทุ่ง ครั้นถึงสมัยรัชกาลที่ 2 พม่ามาตีเมืองตะกั่วป่า ตะกั่วทุ่ง และถลาง จึงมีการย้ายผู้คนมาอยู่ที่ตำบลกรำกูงา ซึ่งอยู่ตรงปากน้ำพังงา และตั้งชื่อเมืองว่ากูงา ขึ้นกับเมืองนครศรีธรรมราช ซึ่งต่อมากำว่ากูงาเพี้ยนเป็นพังงาจนถึง สมัยรัชกาลที่ 3 เมืองพังงา ตะกั่วป่า ตะกั่วทุ่ง ขึ้นตรงกับกรุงเทพฯ กระทั่งถึงสมัยรัชกาลที่ 5 มีการยุบเมืองตะกั่วป่าขึ้นกับเมืองพังงา หลังจากนั้น พังงาก็ได้รับการยกฐานะเป็นจังหวัดในสมัยรัชกาลที่ 6 ทว่าช่วงที่เมืองรุ่งเรืองอย่างที่สุดนั้น อยู่ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 เพราะกิจการเหมืองแร่ดีบุกในพังงาเจริญก้าวหน้ามากหลังจากหมดยุคเหมืองแร่ พังงาก็กลับสู่ความเงียบสงบ กระทั่งกองถ่ายภาพยนตร์เรื่องเจมส์บอนด์เลือกอ่าวพังงาเป็นฉากถ่ายทำเมื่อปี พ.ศ. 2517 ความงดงามของภูมิประเทศจึงถูกเผยแพร่ไปทั่วโลก จากวันนั้นเอง พังงาก็เติบโตขึ้นในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่งดงาม (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดพังงา, 2566)

2.5.1 สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญจังหวัดพังงา

1) หาดเขาหลัก



ภาพที่ 2.2 แสดงภาพหาดเขาหลัก

2) อุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา



ภาพที่ 2.3 แสดงภาพอุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา

3) เกาะเขาพิงกัน



ภาพที่ 2.4 แสดงภาพเกาะเขาพิงกัน

4) เกาะไข่นอก



ภาพที่ 2.5 แสดงภาพเกาะไข่นอก

5) อ่าวนาง



ภาพที่ 2.6 แสดงภาพอ่าวนาง

6) พิพิธภัณฑ์สึนามิ



ภาพที่ 2.7 แสดงภาพพิพิธภัณฑ์สึนามิ

7) เกาะสิมิลัน



ภาพที่ 2.8 แสดงภาพเกาะสิมิลัน

2.5.2 กิจกรรมในจังหวัดพังงา

- 1) ทัวร์วันเดย์ทริปดำน้ำตื้นที่หมู่เกาะสิมิลัน (มีเรือหลายแบบให้เลือก/ดำน้ำตื้น2ครั้ง)
- 2) ทัวร์อุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา+เกาะเจมส์บอนด์+พายเรือคายัค (เรือยอชท์สุดหรู/เรือใหญ่ /เรือเร็ว)
- 3) ทริปล่องแก่งพังงา (เดินทางจากภูเก็ต Rafting + ATV + ชี่ช้าง + Zipline)
- 4) ทัวร์สปีดโบ๊ทเกาะเจมส์บอนด์ และเกาะไข่
- 5) ทัวร์วันเดย์เกาะเจมส์ บอนด์จากภูเก็ต
- 6) การเดินทางแบบคลาสสิก
- 7) สปีดโบ๊ท/เรือหางยาว

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรพรรณ สงัดศรี (2558) ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีแรงจูงใจภายในอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านกายภาพ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีแรงจูงใจภายนอก อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านคมนาคม ด้านการบริการและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เกษมณี เหลืองฐิติกาญจนา (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเลือกระดับราคาตัวเครื่องบินโดยสารเพียงเรื่องเดียวที่ไม่มีความแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ พบว่า มีความแตกต่างกันทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นวิธีการเดินทางระยะเวลาเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง กิจกรรมที่ทำให้สนใจท่องเที่ยวประเทศไต้หวัน เป็นต้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันมาก่อน จึงทำให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากอีกกลุ่มหนึ่งได้ เช่น กลุ่มที่เคยไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันมาก่อนหากต้องไปท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งในอนาคตอาจเลือกวิธีเดินทางด้วยตนเองแทนการใช้บริษัทนำเที่ยวมีระยะเวลาในการเดินทางที่ยาวนานขึ้นกว่าเดิม สิ่งที่ทำให้สนใจไปท่องเที่ยวนอกจากสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมแล้วยังให้ความสนใจในเรื่องอื่นๆ เช่น อาหาร เทคโนโลยี ซุปเปอร์ เป็นต้น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละกลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยเรื่องความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยเรื่องการยกเว้นวีซ่าเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและปัจจัยเรื่องค่าพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด ปัจจัยเรื่องเพศ ปัจจัยเรื่องระดับรายได้ และปัจจัยเรื่องอาชีพ โดยนักท่องเที่ยวที่มีเพศหญิง อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชนและระดับรายได้ไม่เกิน 35,000 บาท/เดือน มีความเป็นไปได้ที่จะตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ

เจษฎาภรณ์ เนตรแก้ว (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โสด มีอายุเฉลี่ย 36 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 25,822 บาท/คน และพบว่า ปัจจัยหลักด้านมีผลมากกว่าปัจจัยดึงดูด ซึ่งปัจจัยผลักดันได้แก่ กลุ่มตัวอย่างต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ และกลุ่มตัวอย่างมีเวลาว่างเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยดึงดูดได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ มีการจัดการในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง บุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้คือเพื่อน สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ดอยม่อนแจ่ม และสวนพฤกษศาสตร์สิริกิติ์ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย 6,868 บาท/คน โดยเป็นรายจ่ายด้านค่าพาหนะมากที่สุด รองลงมา เป็นค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม และค่าที่พัก ตามลำดับ การประมาณค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมี 5 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อาชีพ ภูมิฐานะ รายได้ และระยะเวลาในการท่องเที่ยว โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 6,397 บาท ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ได้จากแบบสอบถาม

นริศ มัจฉริยกุล (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และการเรียนรู้ภายหลังการท่องเที่ยว ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้แก่กลุ่มอ้างอิงคือเพื่อนและครอบครัว นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวไต้หวันซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ราคาที่เหมาะสม การส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวไต้หวัน ประสิทธิภาพที่ดีที่ได้รับจากปัจจัยด้านบุคคล ของการท่องเที่ยวไต้หวัน ปัจจัยด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปท่องเที่ยวไต้หวันซึ่งง่ายและสะดวก และปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอของไต้หวันในภาพรวม ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่าการไปท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่รู้ไต้หวันมีอะไร แค่อยากลองไปหรือเป็นทางเลือกใหม่ๆเท่านั้น แต่ภายหลังจากการไปท่องเที่ยวไต้หวันมาแล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าการท่องเที่ยวไต้หวันตรงกับสไตล์การท่องเที่ยวของตนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหรือพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวไต้หวัน และคาดว่าจะกลับไปหรือจะกลับไปท่องเที่ยวไต้หวัน รวมไปถึงยังจะแนะนำให้คนรู้จักไปท่องเที่ยวไต้หวันอีกด้วย จุดเด่นของไต้หวันในสายตาของนักท่องเที่ยวแบบอิสระชาวไทย ได้แก่ อาหาร ค่าใช้จ่ายที่ถูกความเป็นระเบียบ ความปลอดภัย ความง่ายและสะดวกสบายในการท่องเที่ยว

ธนิศา แสงพรรณ (2559) ทำการศึกษาแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้บริโภคหญิงโสดวัยทำงาน ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 9 ครั้งต่อปี แต่แต่ละครั้งที่ท่องเที่ยวจะใช้เวลา 3 วัน มักเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ เดินทางด้วยรถยนต์ท่องเที่ยวไปกับกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จัก มักเดินทางท่องเที่ยวภาคเหนือและชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ในด้านการแสวงหาข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นประจำ และใช้แหล่งข้อมูลภายในตัวนักท่องเที่ยว เช่น ความทรงจำเดิมและประสบการณ์ในอดีตในระดับมากที่สุด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจแบบปัจจัยผลักดันด้านสังคมและวัฒนธรรมมากที่สุด และแรงจูงใจแบบปัจจัยดึงดูดด้านการบำรุงรักษาของจุดหมายปลายทางมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำและมีทิศทางแปรตามกัน โดยที่การตัดสินใจท่องเที่ยวแบบที่มีการวางแผนล่วงหน้าบางส่วนมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด และการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบที่ไม่มีการวางแผนล่วงหน้ามีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจแบบปัจจัยผลักดัน ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางแปรตามกัน ส่วนการแสวงหาข้อมูลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยที่แหล่งข้อมูลภายในตัวนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในระดับต่ำและมีทิศทางแปรตามกัน ทั้งนี้ แหล่งข้อมูลบุคคลแหล่งข้อมูลเพื่อการค้า และแหล่งข้อมูลที่ไม่ใช่เพื่อการค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในระดับต่ำมาก และมีทิศทางแปรตามกัน

สกลภัส ปลุกจิตสม (2559) ทำการศึกษาอุปนิสัยการออม แรงจูงใจ และกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวจากประสบการณ์ส่วนตัวและอินเทอร์เน็ตจุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน มีลักษณะการท่องเที่ยวกับครอบครัว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3 - 5 วัน และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 5,000 - 10,000 บาท/วัน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า อุปนิสัยการออม แรงจูงใจ และกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังพบว่า แรงจูงใจ กลุ่มอ้างอิง และพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ณัฐวุฒิ จงชนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มประชากรตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย เป็นเพศหญิง 246 คน เพศชาย 154 คน มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยมากกว่า หรือเท่ากับ 26,001 บาท และพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี ส่วนเพศ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี การทดสอบสมมติฐาน ด้านแรงจูงใจ พบว่า แรงจูงใจด้าน สรีระ การท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความรู้สึกบางอย่าง แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง และแรงจูงใจส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

ธนวิน สุวรรณ (2561) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานทหาร Cowboy Army Riding Club อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ Cowboy Army Riding Club มาก่อน มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และรู้จักแหล่งท่องเที่ยว ได้โดยการเดินทางผ่านมาเจอโดยบังเอิญ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยว Cowboy Army Riding Club เป็นจุดหมายหลักในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวมักทำกิจกรรมถ่ายภาพ และเดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 286.37 บาท ต่อการเที่ยว 1 ครั้ง การศึกษาศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานทหาร Cowboy Army Riding Club อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานทหาร Cowboy Army Riding Club เป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง รองลง ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านกิจกรรม และปัจจัยด้านราคาตามลำดับ ซึ่งปัจจัยที่มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในระดับมาก ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านกิจกรรม และปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในระดับปานกลางจากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานทหาร Cowboy Army Riding Club พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานทหาร มีความพึงพอใจเกี่ยวกับองค์ประกอบของเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานทหาร คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง รองลงมา ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านกิจกรรม และปัจจัยด้านราคา

ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ในการเดิน ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกิจกรรม และปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานทหาร Cowboy Army Ridding Club มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานทหาร Cowboy Army Ridding Club อยู่ในระดับมาก และมีความสัมพันธ์ในทิศทางในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พิสมัย สุตะวงศ์ (2561) ทำการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 24-29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 10,001-20,000 บาท พฤติกรรมเกี่ยวกับการประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เคยมาท่องเที่ยว อย่างน้อย 1 ครั้ง โดยจัดการทุกอย่างด้วยตนเอง ใช้งบประมาณในการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่น้อยกว่า 500 บาท/ครั้ง (มือ) สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปมากที่สุด คือ ไร่ชาอู๋หลง เชียงราย รองลงมาไร่บุญรอด เชียงราย เมนูอาหารพื้นเมืองที่เคยทานได้แก่น้ำเงี้ยว ลาบ น้ำพริกฮ่อ ไส้อั่ว และรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต (อาทิเช่น เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย เป็นต้น) จากการวิเคราะห์ทางสถิติ ด้านปัจจัยผลักดันพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) ต้องการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นเมืองที่พักผ่อนหย่อนใจ (2) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว รวมถึงเพื่อน, เพื่อนร่วมงาน, ญาติ (3) ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีชื่อเสียง ด้านปัจจัยดึงดูดพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ (1) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย (2) สภาพภูมิอากาศของแหล่งท่องเที่ยว เชียงอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย (3) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย และพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันที่แตกต่างกัน ได้แก่ (1) ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีชื่อเสียง (2) กระแสในการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นเมือง (3) อาหารที่รับประทานในชีวิตประจำวันมีราคาแพงเมื่อเทียบกับคุณภาพ (4) เพื่อหลีกเลี่ยงเมนูอาหารที่มีความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ (1) ด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เชียงอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย (2) สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (3) ด้านข้อมูลของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นเมืองผ่านสื่อออนไลน์มีความครบถ้วน (4) ด้านความสะอาดถูกสุขอนามัยของอาหารพื้นเมือง (5) การให้บริการที่มีประสิทธิภาพของพนักงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงรายที่ต่างกัน นัยสำคัญที่ระดับน้อยกว่า 0.05

อาทิตย์ ศรีวิชัย (2561) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะทะเล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) องค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในเกาะทะเล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ที่มาเป็นลำดับแรก ได้แก่ ด้านกิจกรรม (Activities) รองลงมาได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ด้านที่พัก (Accommodations) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านการเข้าถึง (Access) และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ตามลำดับ 2) ผลการวิจัยปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในเกาะทะเล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านที่มาลำดับแรก ได้แก่ การขายโดยใช้โค้ด รองลงมา ได้แก่ การตลาดทางตรง การตลาดเชิงกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ การด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ 3) ผลการวิจัยในด้านของการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในเกาะทะเล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านที่มาลำดับแรก ได้แก่ พฤติกรรมหลังการซื้อ รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ 4) ปัจจัย ได้แก่ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว และการตลาดทางตรง มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะทะเล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

มนตรี เกิดมีมูล (2561) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน: กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้หม้อห้อมย้อมสีธรรมชาติทุ่งไธ้ง จังหวัดแพร่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้บุคคล การให้บริการของบุคลากร การรักษาความสะอาดสถานที่ การรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และความเชื่อถือในคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยเสนอให้กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการกิจและความสำคัญในการตรวจประเมินคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรจัดโครงการหรือจัดกิจกรรมเพื่อรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการประเมินว่ามีคุณภาพได้มาตรฐานให้มากขึ้น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรเพิ่มบทบาทในการสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่อยู่ในเขตพื้นที่ความรับผิดชอบของตน

เบญจวรรณ ขวัญมา (2563) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเดินทางท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20

ปี สถานภาพโสดการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ต่อเดือน 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตลาดใกล้เคียง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พัก 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ทางด้านปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ต้องการถ่ายทอดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวลง Social Media ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน ต้องการสัมผัสบรรยากาศเก่า ๆ ระลึกถึงอดีต เพื่อท่องเที่ยวชมสถาปัตยกรรมของตลาดใกล้เคียงต้องการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน ต้องการชมการแสดงพื้นบ้านของคนในชุมชนตลาดใกล้เคียงเพื่อชมการสาธิตการประกอบอาหารพื้นบ้าน และเพื่อสัมผัสบรรยากาศการซื้อขายสินค้าแบบใกล้เคียง

วรรณพร วะสุวรรณ (2564) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ปัจจัยด้านทัศนคติ พบว่า ความรู้/ความเข้าใจ อารมณ์/ความรู้สึก และพฤติกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย และ 4) ปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยว พบว่า สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง ความปลอดภัย และการบริการ/การรองรับส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย โดยผู้ประกอบการ องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปบริหารจัดการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว และกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว เพื่อให้เหมาะสมและตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) มีขั้นตอนการดำเนินการและระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือการวิจัย
- 3.3 สมมติฐานการวิจัย
- 3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอย่างน้อย 1 ครั้ง และไม่เกิน 5 ปี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอย่างน้อย 1 ครั้ง และไม่เกิน 5 ปี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยสูตรของ Cochran (1977) กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งจะได้สูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P	คือ	สัดส่วนของประชากรที่กำลังสุ่ม ถ้าไม่ทราบกำหนดให้ 0.5
Z	คือ	ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดหรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ กำหนดให้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะได้ $Z = 1.96$
e	คือ	สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (0.05)

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

$$n = 385$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้โดยประมาณ 385 ตัวอย่าง เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

3.1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของโรคระบาดโควิด-19 ทางผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ผ่าน Google form โดยก่อนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screen Question) ก่อนที่จะทำแบบสอบถาม เพื่อให้แน่ใจว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ และสำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ได้มีการใช้วิธีในการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งจะต้องเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอย่างน้อย 1 ครั้ง และการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เช่น การกระจาย QR Code แบบสอบถามออนไลน์ ให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และติดประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวในสถานที่สำคัญต่างๆ ในจังหวัดพังงา

3.2 เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการศึกษาในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-end Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยคำถามในแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน โดยจะครอบคลุม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ท่านคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอย่างน้อย 1 ครั้ง และไม่เกิน 5 ปี โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple Choices)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple Choices)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว บุคคลที่มาท่องเที่ยวด้วย เดินทางท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสใด ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางใด ประเภทของสถานที่ที่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple Choices)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามของลิเคิร์ท สเกล (Likert Scale) โดยจะสามารถแบ่งได้ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	เกณฑ์วัด
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามของลิเคิร์ท สเกล (Likert Scale) โดยจะสามารถแบ่งได้ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	เกณฑ์วัด
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

3.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามสำหรับการวิจัยในครั้งนี้มีกระบวนการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร วารสาร ตำรา และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นและข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย

2) จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนดโดยพิจารณาถึงรายละเอียดที่ควบคุมถึงการทำวิจัย

3) นำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องทั้งการใช้ภาษาและให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อให้แบบทดสอบมีประสิทธิภาพในการเก็บข้อมูลโดยการใช้สูตรดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-objective Congruence: IOC) (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

4) ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบคุณภาพเครื่องมือนี้ โดยผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบเพื่อหาความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถาม และได้ให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ร่วม

ตรวจสอบเพื่อหาความสอดคล้องของข้อคำถามกับงานวิจัย เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างถูกต้องในการศึกษางานวิจัยนี้ อีกทั้งเพื่อให้สามารถสร้างข้อคำถามให้มีความชัดเจนให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถใช้งานได้จริง ในการตรวจสอบครั้งนี้ได้ ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

โดยการให้คะแนนของผู้คุณวุฒิจะมี 3 ค่า คือ

ค่า +1 คือ ผู้ตรวจสอบแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถใช้วัดค่าตัวแปรที่จะศึกษาได้

ค่า 0 คือ ผู้ตรวจสอบไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถใช้วัดค่าตัวแปรที่จะศึกษาได้

ค่า -1 คือ ผู้ตรวจสอบแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สามารถใช้วัดค่าตัวแปรที่จะศึกษาได้

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

IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีการกำหนดคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญให้ดังนี้

+1 หมายถึง คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

-1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-objective Congruence: IOC) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่า IOC คือ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 – 1.0 ถือว่าเหมาะสม สามารถนำไปใช้ได้ แต่สำหรับข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดออก (Rovinelli & Hambleton, 1977) และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาในการแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย ซึ่งผลการตรวจความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ ข้อคำถามแต่ละข้อมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.33 ถึง 1.00 โดยข้อคำถามที่มีความตรงเชิงเนื้อหาต่ำกว่า 0.5 ทางผู้วิจัยได้ทำการแก้ไขปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิร่วมตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัดและอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อที่ข้อคำถามนั้นจะสามารถมีความชัดเจนและเข้าใจในข้อคำถามได้ง่ายและวัดค่าตัวแปรที่จะศึกษาได้ ในส่วนของข้อคำถามที่มีค่าความตรงเชิงเนื้อหาตั้งแต่ 0.67 ถึง 1.00 นั้นถือว่าเหมาะสมในการวัดค่าตัวแปรที่ผู้วิจัยจะศึกษา โดยสามารถนำข้อคำถามนั้นมาใช้ได้ โดยพบว่า มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ถือว่าข้อคำถามสามารถนำไปใช้ได้

การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือให้สมบูรณ์แล้วนำไปเก็บข้อมูล จำนวน 30 ชุด จากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง โดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ซึ่งพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2561) สำหรับการวัดค่าความเชื่อมั่นของข้อมูลที่อยู่ในรูปมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) และการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ควรมีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งเป็นการบ่งชี้ว่ามีความสอดคล้องภายในระหว่างข้อคำถามในแต่ละด้าน โดยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) มีค่าเท่ากับ .995 ซึ่งผ่านเกณฑ์ 0.70 ดังนั้นจึงสามารถนำข้อคำถามไปเก็บข้อมูลได้ แสดงผลดังตารางที่ 3.1

$$\text{สูตร } \alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

α = ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k = จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม

$\sum s_i^2$ = ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

s_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งหมด

ตารางที่ 3.1 แสดงค่า Cronbach's alpha ในแต่ละข้อคำถาม

รายการ	Cronbach's Alpha
แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว	.987
แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว	.988
การตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเวิร์กช็อป	.990
โดยรวมทั้งฉบับ	.995

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล

1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source) ได้แก่ การค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลที่เผยแพร่จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ วารสาร สิ่งพิมพ์ และหนังสือทางวิชาการ รวมทั้งการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยของผู้อื่นที่ได้ทำการศึกษาในเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) ได้แก่ การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-end Questionnaire) จำนวน 385 ชุด ในหัวข้อเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยมีขั้นตอนดังนี้

(1) ผู้วิจัยลงพื้นที่บริเวณในจังหวัดพังงา เพื่อเก็บแบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่ด้วยตนเอง และการแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) ผ่าน QR Code

(2) หลังจากที่ได้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบข้อมูล โดยการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

(3) นำแบบสอบถาม จำนวน 385 ชุดที่ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูล

(4) นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาวิเคราะห์ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 สถิติที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการบรรยายลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ซึ่งเป็นการหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นต้น

สถิติเชิงอนุมาน ใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA: F-test) เพื่อทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์แรงงูใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

การศึกษาครั้งนี้ ได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นข้อมูลที่อยู่ในลักษณะของ Likert's scale โดยแต่ละหัวข้อจะนำมาหาค่าเฉลี่ย สามารถแบ่งได้ดังนี้ (Best, 1981)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นข้อมูลที่อยู่ในลักษณะของ Likert's scale โดยแต่ละหัวข้อจะนำมาหาค่าเฉลี่ย สามารถแบ่งได้ดังนี้ (Best, 1981)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน ใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA: F-test)

ตอนที่ 6 การหาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งก่อนการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์หรือสร้างสมการทำนายหรือพยากรณ์ตัวแปรตาม (Y) หนึ่งตัวจากกลุ่มตัวแปรอิสระ (X) หลายตัวนั้น จะต้องทำการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ คือ ภาวะที่ตัวแปรในการวิจัยที่เป็นตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันสูงมาก และมีผลเสียต่อการวิเคราะห์ถดถอย ทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง วิธีการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ทำได้โดยใช้โปรแกรม SPSS วิเคราะห์ตรวจสอบค่าสถิติ 2 ตัว คือ Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) โดยเกณฑ์ในการวัดว่าตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุหรือไม่ ให้ดูที่ค่า Tolerance ควรมีค่ามากกว่า 0.1 ค่า VIF ควรมีค่าน้อยกว่า 10 (Hair, W.C., & B.J. and Anderson, 2014)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังต่อไปนี้

- 4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว
- 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

- 4.7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อความเข้าใจในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F	แทน สถิติทดสอบที่ใช้เปรียบเทียบใน F-distribution
SS	แทน ผลบวกของค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
Df	แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of Squares)
P	แทน ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ

R	แทน ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ
R ²	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจเชิงพหุคูณ
Adjusted R ²	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจปรับแก้
α	แทน ค่าคงที่สมการพหุคูณในรูปแบบคะแนนดิบ (Constant)
B ₀	แทน ระยะตัดแกน Y หรือค่าของ Y เมื่อ X มีค่าเป็นศูนย์
B	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
S.E.	แทน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
Beta	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของการพหุคูณในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน
Durbin-Watson	แทน ค่าสัมพัทธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน
*	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิสำเนา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ซึ่งได้นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมกับสรุปคำบรรยาย แสดงผลดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	172	44.7
หญิง	213	55.3
รวม	385	100.0
2. อายุ		
20 – 25 ปี	195	50.6
26 – 30 ปี	129	33.5
31 – 35 ปี	34	8.8

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
36 – 40 ปี	14	3.7
41 ปีขึ้นไป	13	3.4
รวม	385	100.0
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	129	33.5
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า/ปวส.	214	55.6
ปริญญาตรี	29	7.5
ปริญญาโท	13	3.4
รวม	385	100.0
4. ภูมิลำเนา		
กรุงเทพมหานคร	258	67.0
ภาคกลาง	33	8.6
ภาคตะวันตก	34	8.8
ภาคตะวันออก	38	9.9
ภาคใต้	6	1.5
ภาคเหนือ	16	4.2
รวม	385	100.0
5. สถานภาพสมรส		
โสด	206	53.5
สมรส/อยู่ด้วยกัน	141	36.6
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	38	9.9
รวม	385	100.0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	117	30.4
15,000 – 25,000 บาท	151	39.2
25,001 – 35,000 บาท	96	24.9
35,001 – 45,000 บาท	15	3.9
45,001 บาทขึ้นไป	6	1.6
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 25 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมา คือ อายุ 26 – 30 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 อายุ 31 – 35 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 และน้อยที่สุด คือ อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า/ปวส. จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมา คือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และน้อยที่สุด คือ การศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา คือ ภาคตะวันออก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ภาคตะวันตก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ภาคกลาง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ภาคเหนือ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และน้อยที่สุด คือ ภาคใต้ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 และน้อยที่สุด คือ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และน้อยที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว บุคคลที่มาท่องเที่ยวด้วย เดินทางท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสใด ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางใด ประเภทของสถานที่ที่ชอไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ซึ่งได้นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมกับสรุปคำบรรยาย แสดงผลดังตารางที่ 4.2 – 4.11

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการพักผ่อนทางกายและจิตใจ	118	30.6
ความอุดมสมบูรณ์ ความสวยงามของทะเลและชายหาด	38	9.9
สถานที่ท่องเที่ยวมีให้เลือกได้หลากหลาย	75	19.5
หลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิต	55	14.3
เพื่อให้รางวัลกับชีวิต	67	17.4
ลดความตึงเครียดจากการทำงาน	32	8.3
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ต้องการพักผ่อนทางกายและจิตใจ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมา คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีให้เลือกได้หลากหลาย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 เพื่อให้รางวัลกับชีวิต จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 หลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิต จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ความอุดมสมบูรณ์ ความสวยงามของทะเลและชายหาด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 และน้อยที่สุด คือ ลดความตึงเครียดจากการทำงาน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	156	40.5
รถเช่าเหมา	133	34.5
รถโดยสารประจำทาง	57	14.8
รถจักรยานยนต์	39	10.1
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า พาหนะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา คือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ รถเช่าเหมา จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และน้อยที่สุด คือ รถจักรยานยนต์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	131	34.0
1,001 – 2,000 บาท	182	47.3
2,001 – 3,000 บาท	72	18.7
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง โดยประมาณ 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และน้อยที่สุด คือ 2,001 – 3,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	76	19.7
คู่สมรส/แฟน	218	56.6
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	82	21.3
คนเดียว	9	2.3
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงากับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ คู่สมรส/แฟน จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมา คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และน้อยที่สุด คือ คนเดียว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในช่วงไตรมาสใด

เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในช่วงไตรมาสใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไตรมาสที่ 1 (มกราคม - มีนาคม)	138	35.8
ไตรมาสที่ 2 (เมษายน - มิถุนายน)	117	30.4
ไตรมาสที่ 3 (กรกฎาคม - กันยายน)	87	22.6
ไตรมาสที่ 4 (ตุลาคม - ธันวาคม)	43	11.2
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในช่วงไตรมาสที่ 1 (มกราคม - มีนาคม) จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมา คือ ไตรมาสที่ 2 (เมษายน - มิถุนายน) จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 ไตรมาสที่ 3 (กรกฎาคม - กันยายน) จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และน้อยที่สุด คือ ไตรมาสที่ 4 (ตุลาคม - ธันวาคม) จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยว ด้านช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์ – วันพฤหัสบดี	125	32.5
วันศุกร์ – วันอาทิตย์	260	67.5
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ช่วงวันที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาคือ ช่วงวันศุกร์ – วันอาทิตย์ จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 และช่วงวันจันทร์ – วันพฤหัสบดี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยว ด้านช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
08.00 – 12.00 น.	103	26.8
12.01 – 16.00 น.	152	39.5
16.01 – 20.00 น.	87	22.6
20.01 – 24.00 น.	43	11.2
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาคือ ช่วงเวลา 12.01 – 16.00 น. จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 08.00 – 12.00 น. จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางใด

ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัด พังงาจากช่องทางใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทนำเที่ยว	149	38.7
อินเทอร์เน็ต	158	41.0
นิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์	78	20.3
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา คือ บริษัทนำเที่ยว จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 และน้อยที่สุด คือ นิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านประเภทของสถานที่ที่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด

ประเภทของสถานที่ที่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามาก ที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทะเล/ชายหาด	132	34.3
อุทยานแห่งชาติ/สวนสาธารณะ	26	6.8
ทัวร์เดินป่าและจักรยาน	73	19.0
เกาะ/คาบสมุทร	99	25.7
สปา	55	14.3
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ประเภทของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด คือ ทะเล/ชายหาด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมา คือ เกาะ/คาบสมุทร จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 ทัวร์เดินป่าและจักรยาน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 19.0 สปา จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และน้อยที่สุด คือ อุทยานแห่งชาติ/สวนสาธารณะ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมที่ ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา

กิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทัวร์วันเดย์ทริปดำน้ำตื้นที่หมู่เกาะสิมิลัน (มีเรือหลายแบบ ให้เลือก/ดำน้ำตื้น 2 ครั้ง)	189	49.1
ทัวร์อุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา+เกาะเจมส์บอนด์+พายเรือคายัค (เรือยอชท์สุดหรู/เรือใหญ่ /เรือเร็ว)	61	15.8
ทริปล่องแก่งพังงา (เดินทางจากภูเก็ต Rafting + ATV + ขี่ช้าง + Zipline)	67	17.4
ทัวร์สปีดโบ๊ทเกาะเจมส์บอนด์ และเกาะไข่	8	2.1
ทัวร์วันเดย์เกาะเจมส์ บอนด์จากภูเก็ต	17	4.4
การเดินทางแบบคลาสสิก	30	7.8
สปีดโบ๊ท/เรือหางยาว	13	3.4
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา คือ ทัวร์วันเดย์ทริปดำน้ำตื้นที่หมู่เกาะสิมิลัน (มีเรือหลายแบบให้เลือก/ดำน้ำตื้น 2 ครั้ง) จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมา คือ ทริปล่องแก่งพังงา (เดินทางจากภูเก็ต Rafting + ATV + ขี่ช้าง + Zipline) จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 ทัวร์อุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา+เกาะเจมส์บอนด์+พายเรือคายัค (เรือยอชท์สุดหรู/เรือใหญ่ /เรือเร็ว) จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 การเดินทางแบบคลาสสิก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ทัวร์วันเดย์เกาะเจมส์ บอนด์จากภูเก็ต จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 สปีดโบ๊ท/เรือหางยาว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 และน้อยที่สุด คือ ทัวร์สปีดโบ๊ทเกาะเจมส์บอนด์ และเกาะไข่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ได้แก่ แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ และแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม และด้านการบริการ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งได้นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมกับสรุปคำบรรยาย แสดงผลดังตารางที่ 4.12 – 4.23

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว	4.23	.256	มาก
แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว	4.16	.308	มาก
รวม	4.20	.240	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = .240) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = .256) และแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = .308)

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยวโดยรวม

แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านกายภาพ	4.32	.276	มาก
2. ด้านวัฒนธรรม	4.31	.636	มาก

แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
3. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	4.28	.379	มาก
4. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	4.03	.471	มาก
รวม	4.23	.256	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = .256) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.32$, S.D. = .276) รองลงมา คือ ด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = .636) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = .379) และต่ำที่สุด คือ ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = .471) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ

ด้านกายภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสมบูรณ์	4.41	.552	มาก
2. จังหวัดพิจิตรมีการปรับปรุงทัศนพื้นที่โดยรวมให้เหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว	4.39	.567	มาก
3. สภาพบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในจังหวัดพิจิตรมีความอุดมสมบูรณ์และไร้มลภาวะทางอากาศ	4.17	.497	มาก
รวม	4.32	.276	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.32$, S.D. = .276) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสมบูรณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.41$, S.D. = .552) รองลงมา คือ จังหวัดพิจิตรมีการปรับปรุงทัศนพื้นที่โดยรวมให้เหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.39$, S.D. = .567) และต่ำที่สุด คือ สภาพบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในจังหวัดพิจิตรมีความอุดมสมบูรณ์และไร้มลภาวะทางอากาศ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = .497) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม

ด้านวัฒนธรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. จังหวัดพังงามีวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และมีความน่าสนใจ	4.40	.674	มาก
2. จังหวัดพังงามีวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ	4.54	1.586	มากที่สุด
3. วัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่แตกต่าง เช่น ความเป็นอยู่ของชาวบ้านบริเวณชายหาด เป็นต้น	4.00	.698	มาก
รวม	4.31	.636	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = .636) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จังหวัดพังงามีวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 1.586) รองลงมา คือ จังหวัดพังงามีวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และมีความน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = .674) และต่ำที่สุด คือ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่แตกต่าง เช่น ความเป็นอยู่ของชาวบ้านบริเวณชายหาด เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$, S.D. = .698) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. คนในเขตพื้นที่มีมิตรภาพและไม่ตรีจิตที่ดีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย	4.43	.634	มาก
2. ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็น และความรู้ใหม่ๆ กับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	4.11	.495	มาก
3. ต้องการไปแวะเยี่ยมเยือนญาติมิตรที่พักอาศัยในจังหวัดพังงา	4.28	.577	มาก
รวม	4.28	.379	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = .379) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คนในเขตพื้นที่ที่มีมิตรภาพและไมตรีจิตที่ดีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.43$, S.D. = .634) รองลงมา คือ ต้องการไปแวะเยี่ยมเยือนญาติมิตรที่พักอาศัยในจังหวัดพังงา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = .577) และต่ำที่สุด คือ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็น และความรู้ใหม่ๆ กับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = .495) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา สามารถเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้กับได้	4.23	.557	มาก
2. มีภาคภูมิใจในตนเองจากการถูกมองว่าเป็นผู้มีความชำนาญในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	3.94	.705	มาก
3. มีภาคภูมิใจที่ได้ทำกิจกรรมในจังหวัดพังงา เพื่อส่งเสริมสุขภาพของตนเอง	3.91	.699	มาก
รวม	4.03	.471	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = .471) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา สามารถเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้กับได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = .557) รองลงมา คือ มีภาคภูมิใจในตนเองจากการถูกมองว่าเป็นผู้มีความชำนาญในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = .705) และต่ำที่สุด คือ มีภาคภูมิใจที่ได้ทำกิจกรรมในจังหวัดพังงา เพื่อส่งเสริมสุขภาพของตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = .699) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยวโดยรวม

แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.04	.498	มาก
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.17	.359	มาก
3. ด้านการคมนาคม	4.16	.368	มาก
4. ด้านการบริการ	4.20	.373	มาก
5. ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย	4.21	.352	มาก
รวม	4.16	.308	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = .308) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = .352) รองลงมา คือ ด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = .373) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = .359) ด้านการคมนาคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = .368) และต่ำที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = .498) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีบรรยากาศ วิถีชีวิตที่สวยงาม และมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย	3.96	.670	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีกิจกรรมหลากหลาย ให้เลือกตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.91	.673	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีผู้คนที่เป็นเอกลักษณ์และมีความเป็นอยู่ วิถีชีวิตที่น่าสนใจ	4.25	.547	มาก
รวม	4.04	.498	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = .498) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีผู้คนที่เป็นเอกลักษณ์และมีความเป็นอยู่ วิถีชีวิตที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = .547) รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีบรรยากาศ วิว ทิวทัศน์ที่สวยงาม และมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = .670) และต่ำที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีกิจกรรมหลากหลาย ให้เลือกตามความต้องการของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = .673) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การจองที่พักมีความสะดวกสามารถเลือกจองได้หลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต บริษัทนำเที่ยว จองโดยตรงกับโรงแรม ฯลฯ	4.18	.517	มาก
2. มีป้ายประกาศ และป้ายสัญลักษณ์บอกไว้อย่างชัดเจนตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	4.12	.478	มาก
3. จังหวัดพังงามีการประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	4.21	.481	มาก
รวม	4.17	.359	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = .359) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จังหวัดพังงามีการประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = .481) รองลงมา คือ การจองที่พักมีความสะดวกสามารถเลือกจองได้หลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต บริษัทนำเที่ยว จองโดยตรงกับโรงแรม ฯลฯ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = .517) และต่ำที่สุด คือ มีป้ายประกาศ และป้ายสัญลักษณ์บอกไว้อย่างชัดเจนตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = .478) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว
ด้านการคมนาคม

ด้านการคมนาคม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่พักและร้านอาหารมีความคล่องตัว สะดวกสบายในการเดินทาง	4.19	.546	มาก
2. การยานพาหนะบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	4.15	.545	มาก
3. มีจุดแวะพักรถเพียงพอตลอดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	4.15	.477	มาก
รวม	4.16	.368	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = .368) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่พักและร้านอาหารมีความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = .546) รองลงมา คือ มีจุดแวะพักรถเพียงพอตลอดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = .477) และต่ำที่สุด คือ การยานพาหนะบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = .545) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว
ด้านการบริการ

ด้านการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานของสถานบริการแต่ละแห่ง มีความรวดเร็วในทุกขั้นตอน	4.16	.479	มาก
2. มีมัคคุเทศก์คอยให้บริการนำเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว	4.22	.513	มาก
3. ผู้ประกอบการมีการจัดโปรโมชั่นหรือส่วนลดทางด้านบริการให้แก่ นักท่องเที่ยว	4.23	.534	มาก
รวม	4.20	.373	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = .373) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้ประกอบการมีการจัดโปรโมชั่นหรือส่วนลดทางด้านบริการให้นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = .534) รองลงมา คือ มีมัคคุเทศก์คอยให้บริการนำเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = .513) และต่ำที่สุด คือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานของสถานบริการแต่ละแห่งมีความรวดเร็วในทุกขั้นตอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = .479) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย

ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. จังหวัดพังงามีระบบการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง	4.22	.508	มาก
2. ระบบการรักษาความปลอดภัยในจังหวัดพังงามีความน่าเชื่อถือและมีความน่าไว้วางใจ	4.21	.497	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวมีสถานพยาบาลที่ได้มาตรฐานและทันสมัย กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน	4.20	.485	มาก
รวม	4.21	.352	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = .352) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จังหวัดพังงามีระบบการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = .508) รองลงมา คือ ระบบการรักษาความปลอดภัยในจังหวัดพังงามีความน่าเชื่อถือและมีความน่าไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = .497) และต่ำที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีสถานพยาบาลที่ได้มาตรฐานและทันสมัย กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = .485) ตามลำดับ

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ประกอบด้วย ด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งได้นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมกับสรุปคำบรรยาย แสดงผลดังตารางที่ 4.24 – 4.29

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยรวม

การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการตระหนักถึงปัญหา	4.19	.365	มาก
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	4.21	.386	มาก
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.21	.409	มาก
4. ด้านการตัดสินใจ	4.29	.418	มาก
5. ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว	4.26	.433	มาก
รวม	4.23	.324	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = .324) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = .418) รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = .433) ด้านการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = .386) ด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = .409) และต่ำที่สุด คือ ด้านการตระหนักถึงปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = .365) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการตระหนักถึงปัญหา

ด้านการตระหนักถึงปัญหา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย และต้องการท่องเที่ยวด้วยความสงบ	4.19	.535	มาก
2. ต้องการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดพังงา	4.21	.491	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา มีลักษณะที่ตรงกับความต้องการ	4.18	.532	มาก
รวม	4.19	.365	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการตระหนักถึงปัญหา โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = .365) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ต้องการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดพังงา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = .491) รองลงมา คือ ต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย และต้องการท่องเที่ยวด้วยความสงบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = .535) และต่ำที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา มีลักษณะที่ตรงกับความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = .532) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการค้นหาข้อมูล

ด้านการค้นหาข้อมูล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. มีการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดพังงา ก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว	4.16	.497	มาก
2. มีการค้นหา/สอบถามข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว	4.23	.557	มาก
3. มีการศึกษารีวิวถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากแหล่งข้อมูลอื่นๆ ก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว	4.24	.525	มาก
รวม	4.21	.386	มาก

จากตารางที่ 4.26 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการค้นหาข้อมูล โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = .386) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการศึกษารีวิวถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากแหล่งข้อมูลอื่นๆ ก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = .525) รองลงมา คือ มีการค้นหา/สอบถามข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = .557) และต่ำที่สุด คือ มีการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดพังงา ก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = .497) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการประเมินทางเลือก

ด้านการประเมินทางเลือก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. คำนึงถึงภาพลักษณ์ ความมีชื่อเสียง หรือค่านิยม เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว	4.21	.517	มาก
2. ได้คำนึงถึงสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และธรรมชาติในจังหวัดพังงา เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว	4.19	.512	มาก
3. ได้คำนึงถึงระยะทางและเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว	4.24	.568	มาก
รวม	4.21	.409	มาก

จากตารางที่ 4.27 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการประเมินทางเลือก โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = .409) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ได้คำนึงถึงระยะทางและเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = .568) รองลงมา คือ คำนึงถึงภาพลักษณ์ ความมีชื่อเสียง หรือค่านิยม เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = .517) และต่ำที่สุด คือ ได้คำนึงถึงสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และธรรมชาติในจังหวัดพังงา เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = .512) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการตัดสินใจ

ด้านการตัดสินใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากคำแนะนำของผู้อื่น	4.20	.541	มาก
2. ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากความต้องการของตนเอง	4.36	.569	มาก
3. ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยพิจารณาจากรีวิวจากแหล่งข้อมูลต่างๆ	4.30	.546	มาก
รวม	4.29	.418	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = .418) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากความต้องการของตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = .569) รองลงมา คือ ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยพิจารณาจากรีวิวจากแหล่งข้อมูลต่างๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = .546) และต่ำที่สุด คือ ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากคำแนะนำของผู้อื่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = .541) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว

ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. จะมีการแนะนำบอกต่อถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	4.26	.544	มาก
2. รู้สึกประทับใจจากการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งต่างๆ ในจังหวัดพังงา	4.27	.535	มาก
3. ในอนาคตจะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาซ้ำอีกครั้ง	4.24	.595	มาก
รวม	4.26	.433	มาก

จากตารางที่ 4.29 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = .433) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ รู้สึกประทับใจจากการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งต่างๆ ในจังหวัดพังงา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = .535) รองลงมา คือ จะมีการแนะนำบอกต่อถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = .544) และต่ำที่สุด คือ ในอนาคตจะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ซ้ำอีกครั้ง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = .595) ตามลำดับ

4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.6.1 สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA: F-test) แสดงผลได้ดังตารางที่ 4.30 – 4.35

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	3.31	2.183	3.43	2.23	-.500	.617
พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	1.88	.963	2.00	.991	-1.218	.224
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	1.78	.722	1.90	.699	-1.538	.125

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด พังงา	2.05	.748	2.08	.676	-.394	.694
เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ในช่วงไตรมาสใด	2.15	.977	2.05	1.041	.948	.344
ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	1.66	.474	1.69	.465	-.471	.638
ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	2.13	.989	2.23	.924	-.997	.320
ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทาง ใด	1.90	.742	1.75	.745	1.891	.059
ประเภทของสถานที่ที่ชอบไป ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด	2.79	1.444	2.79	1.535	.013	.990
กิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา	2.53	1.881	2.18	1.661	1.947	.052

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด
พังงา จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	ms	F	P
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	10.725	4	2.681	.548	.701
	ภายในกลุ่ม	1859.665	380	4.894		
	รวม	1870.390	384			
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	3.284	4	.821	.856	.491
	ภายในกลุ่ม	364.570	380	.959		
	รวม	367.855	384			
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	.429	4	.107	.211	.933
	ภายในกลุ่ม	193.530	380	.509		
	รวม	193.958	384			
บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.523	4	.381	.758	.553
	ภายในกลุ่ม	190.981	380	.503		
	รวม	192.504	384			
เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ในช่วงไตรมาสใด	ระหว่างกลุ่ม	.524	4	.131	.127	.973
	ภายในกลุ่ม	393.294	380	1.035		
	รวม	393.818	384			
ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.008	4	.252	1.149	.333
	ภายในกลุ่ม	83.407	380	.219		
	รวม	84.416	384			
ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.841	4	.460	.503	.733
	ภายในกลุ่ม	347.432	380	.914		
	รวม	349.273	384			
ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจาก ช่องทางใด	ระหว่างกลุ่ม	.968	4	.242	.432	.786
	ภายในกลุ่ม	212.939	380	.560		
	รวม	213.906	384			

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	ms	F	P
ประเภทของสถานที่ที่ชอบไป ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด	ระหว่างกลุ่ม	19.592	4	4.898	2.225	.066
	ภายในกลุ่ม	836.366	380	2.201		
	รวม	855.958	384			
กิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัด พังงา	ระหว่างกลุ่ม	562.090	4	140.523	83.434	.000*
	ภายในกลุ่ม	640.014	380	1.684		
	รวม	1202.104	384			

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	ms	F	P
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	27.681	3	9.227	1.908	.128
	ภายในกลุ่ม	1842.709	381	4.837		
	รวม	1870.390	384			
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	2.764	3	.921	.961	.411
	ภายในกลุ่ม	365.091	381	.958		
	รวม	367.855	384			

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	ms	F	P
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2.208	3	.736	1.463	.224
	ภายในกลุ่ม	191.750	381	.503		
	รวม	193.958	384			
บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	.543	3	.181	.359	.783
	ภายในกลุ่ม	191.961	381	.504		
	รวม	192.504	384			
เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ในช่วงไตรมาสใด	ระหว่างกลุ่ม	.883	3	.294	.285	.836
	ภายในกลุ่ม	392.935	381	1.031		
	รวม	393.818	384			
ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	.304	3	.101	.459	.711
	ภายในกลุ่ม	84.112	381	.221		
	รวม	84.416	384			
ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.277	3	.426	.466	.706
	ภายในกลุ่ม	347.995	381	.913		
	รวม	349.273	384			
ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจาก ช่องทางใด	ระหว่างกลุ่ม	4.382	3	1.461	2.656	.048*
	ภายในกลุ่ม	209.525	381	.550		
	รวม	213.906	384			
ประเภทของสถานที่ที่ชอบไป ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด	ระหว่างกลุ่ม	2.780	3	.927	.414	.743
	ภายในกลุ่ม	853.179	381	2.239		
	รวม	855.958	384			
กิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัด พังงา	ระหว่างกลุ่ม	83.303	3	27.768	9.456	.000*
	ภายในกลุ่ม	1118.800	381	2.936		
	รวม	1202.104	384			

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา และด้านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางใด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามภูมิลำเนา

พฤติกรรมท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	ss	df	ms	F	P
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	30.644	5	6.129	1.263	.279
	ภายในกลุ่ม	1839.746	379	4.854		
	รวม	1870.390	384			
พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	5.002	5	1.000	1.045	.391
	ภายในกลุ่ม	362.852	379	.957		
	รวม	367.855	384			
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	5.019	5	1.004	2.014	.076
	ภายในกลุ่ม	188.939	379	.499		
	รวม	193.958	384			
บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	3.502	5	.700	1.404	.222
	ภายในกลุ่ม	189.002	379	.499		
	รวม	192.504	384			
เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในช่วงไตรมาสใด	ระหว่างกลุ่ม	5.907	5	1.181	1.154	.331
	ภายในกลุ่ม	387.912	379	1.024		
	รวม	393.818	384			
ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.031	5	.206	.937	.457
	ภายในกลุ่ม	83.385	379	.220		
	รวม	84.416	384			

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	ss	df	ms	F	P
ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	5.979	5	1.196	1.320	.255
	ภายในกลุ่ม	343.294	379	.906		
	รวม	349.273	384			
ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางใด	ระหว่างกลุ่ม	3.533	5	.707	1.273	.275
	ภายในกลุ่ม	210.373	379	.555		
	รวม	213.906	384			
ประเภทของสถานที่ที่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด	ระหว่างกลุ่ม	13.923	5	2.785	1.253	.284
	ภายในกลุ่ม	842.035	379	2.222		
	รวม	855.958	384			
กิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	153.570	5	30.714	11.102	.000*
	ภายในกลุ่ม	1048.534	379	2.767		
	รวม	1202.104	384			

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด
พังงา จำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	ms	F	P
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	20.802	2	10.401	2.148	.118
	ภายในกลุ่ม	1849.588	382	4.842		
	รวม	1870.390	384			
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.329	2	.664	.692	.501
	ภายในกลุ่ม	366.526	382	.959		
	รวม	367.855	384			
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	.041	2	.020	.040	.961
	ภายในกลุ่ม	193.918	382	.508		
	รวม	193.958	384			
บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.030	2	.515	1.027	.359
	ภายในกลุ่ม	191.474	382	.501		
	รวม	192.504	384			
เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ในช่วงไตรมาสใด	ระหว่างกลุ่ม	1.899	2	.950	.925	.397
	ภายในกลุ่ม	391.919	382	1.026		
	รวม	393.818	384			
ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	.427	2	.213	.970	.380
	ภายในกลุ่ม	83.989	382	.220		
	รวม	84.416	384			
ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.979	2	.990	1.088	.338
	ภายในกลุ่ม	347.294	382	.909		
	รวม	349.273	384			
ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจาก ช่องทางใด	ระหว่างกลุ่ม	2.354	2	1.177	2.125	.121
	ภายในกลุ่ม	211.553	382	.554		
	รวม	213.906	384			

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	ss	df	ms	F	P
ประเภทของสถานที่ที่เข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด	ระหว่างกลุ่ม	19.486	2	9.743	4.449	.012*
	ภายในกลุ่ม	836.473	382	2.190		
	รวม	855.958	384			
กิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	17.971	2	8.985	2.899	.056
	ภายในกลุ่ม	1184.133	382	3.100		
	รวม	1202.104	384			

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านประเภทของสถานที่ที่เข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	ss	df	ms	F	P
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	11.365	4	2.841	.581	.677
	ภายในกลุ่ม	1859.025	380	4.892		
	รวม	1870.390	384			
พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.320	4	.330	.342	.849
	ภายในกลุ่ม	366.535	380	.965		
	รวม	367.855	384			

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	ss	df	ms	F	P
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	.507	4	.127	.249	.910
	ภายในกลุ่ม	193.452	380	.509		
	รวม	193.958	384			
บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.405	4	.351	.699	.593
	ภายในกลุ่ม	191.099	380	.503		
	รวม	192.504	384			
เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ในช่วงไตรมาสใด	ระหว่างกลุ่ม	4.116	4	1.029	1.003	.406
	ภายในกลุ่ม	389.702	380	1.026		
	รวม	393.818	384			
ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	.888	4	.222	1.010	.402
	ภายในกลุ่ม	83.528	380	.220		
	รวม	84.416	384			
ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงา	ระหว่างกลุ่ม	1.538	4	.385	.420	.794
	ภายในกลุ่ม	347.734	380	.915		
	รวม	349.273	384			
ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจาก ช่องทางใด	ระหว่างกลุ่ม	3.276	4	.819	1.478	.208
	ภายในกลุ่ม	210.631	380	.554		
	รวม	213.906	384			
ประเภทของสถานที่ที่ชอบไป ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด	ระหว่างกลุ่ม	7.473	4	1.868	.837	.503
	ภายในกลุ่ม	848.486	380	2.233		
	รวม	855.958	384			
กิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัด พังงา	ระหว่างกลุ่ม	168.879	4	42.220	15.528	.000*
	ภายในกลุ่ม	1033.225	380	2.719		
	รวม	1202.104	384			

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.6.2 สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สามารถแสดงผลได้ดังนี้

รูปแบบทั่วไปของสมการพหุคูณเชิงเส้นทั่วไป คือ

$$Y_1 = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6$$

โดยที่ X_1 = ด้านกายภาพ
 X_2 = ด้านวัฒนธรรม
 X_3 = ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
 X_4 = ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ
 X_5 = ด้านสิ่งดึงดูดใจ
 X_6 = ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
 X_7 = ด้านการคมนาคม
 X_8 = ด้านการบริการ
 X_9 = ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย

ตารางที่ 4.36 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

ตัวพยากรณ์	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.628	.226		2.777	.006
แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว					
ด้านกายภาพ (X_1)	.091	.045	.077	2.001	.046*
ด้านวัฒนธรรม (X_2)	-.026	.018	-.052	-1.470	.142
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (X_3)	.143	.035	.167	4.055	.000*
ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (X_4)	-.021	.029	-.030	-.709	.479

ตัวพยากรณ์	B	S.E.	Beta	t	Sig.
แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว					
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (X_5)	.070	.031	.108	2.280	.023*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X_6)	.062	.045	.069	1.387	.166
ด้านการคมนาคม (X_7)	.141	.041	.160	3.455	.001*
ด้านการบริการ (X_8)	.191	.046	.220	4.136	.000*
ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย (X_9)	.207	.049	.225	4.227	.000*
R = .739, R^2 = .547, Adjusted R^2 = .536, SEest = .220, F = 50.237, Sig. = .000					
Durbin Watson = 2.001					

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ความแปรปรวนของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ได้ประมาณร้อยละ 54.70 (R^2 = .547) ที่เหลืออีกร้อยละ 45.30 เป็นผลจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา ส่วนตัวแปรทั้งหมดที่อำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 53.60 (Adjusted R^2 = .536) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ .739 (R = .739) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ .220 (SEest = .220) ค่า Durbin Watson = 2.001 มีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 – 2.5 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การพิจารณา แสดงว่า ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระ

สมมติฐานที่ 2.1 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ (X_1) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อ้างอิงจากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ค่า Sig. = .046 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ .077 ดังนั้น จึงถือว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา กล่าวคือ แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ มีผลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เพิ่มขึ้น .077

สมมติฐานที่ 2.2 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม (X_2) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อ้างอิงจากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์

การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ค่า Sig. = .142 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า แรงงูใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

สมมติฐานที่ 2.3 แรงงูใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (X_3) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อ้างอิงจากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ค่า Sig. = .000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า แรงงูใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ .167 ดังนั้น จึงถือว่า แรงงูใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา กล่าวคือ แรงงูใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เพิ่มขึ้น .167

สมมติฐานที่ 2.4 แรงงูใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (X_4) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อ้างอิงจากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ค่า Sig. = .479 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า แรงงูใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

สมมติฐานที่ 2.5 แรงงูใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ (X_5) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อ้างอิงจากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ค่า Sig. = .023 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า แรงงูใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ .108 ดังนั้น จึงถือว่า แรงงูใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา กล่าวคือ แรงงูใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีผลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เพิ่มขึ้น .108

สมมติฐานที่ 2.6 แรงงูใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X_6) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อ้างอิงจากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ค่า Sig. = .166 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

สมมติฐานที่ 2.7 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม (X_7) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อ้างอิงจากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ค่า Sig. = .001 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ .160 ดังนั้น จึงถือว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา กล่าวคือ แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม มีผลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เพิ่มขึ้น .160

สมมติฐานที่ 2.8 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ (X_8) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อ้างอิงจากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ค่า Sig. = .000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ .220 ดังนั้น จึงถือว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา กล่าวคือ แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ มีผลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เพิ่มขึ้น .220

สมมติฐานที่ 2.9 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย (X_9) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อ้างอิงจากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ค่า Sig. = .000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ .225 ดังนั้น จึงถือว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา กล่าวคือ แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย มีผลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เพิ่มขึ้น .225

จากรูปแบบทั่วไปของสมการพหุคูณเชิงเส้นทั่วไป คือ

$$Y_1 = B_0 + B_1X_1 + B_3X_3 + B_5X_5 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9$$

สามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y_1 = .628 + .091 (X_1) + .143 (X_3) + .070 (X_5) + .141 (X_7) + .191 (X_8) + .207 (X_9)$$

โดยที่ X_1	=	ด้านกายภาพ
X_3	=	ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
X_5	=	ด้านสิ่งดึงดูดใจ
X_7	=	ด้านการคมนาคม
X_8	=	ด้านการบริการ
X_9	=	ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย

4.7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานซึ่งกำหนดไว้ ปรากฏผลดังนี้
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานสมมติฐานที่ 1

ลักษณะ ประชากรศาสตร์	พฤติกรรมการท่องเที่ยว									
	วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในช่วงไตรมาสใด	ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางใด	ประเภทของสถานที่ที่ออกไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด	กิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา
เพศ	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
อายุ	×	×	×	×	×	×	×	×	×	✓
ระดับการศึกษา	×	×	×	×	×	×	×	✓	×	✓
ภูมิลำเนา	×	×	×	×	×	×	×	×	×	✓
สถานภาพสมรส	×	×	×	×	×	×	×	×	✓	×
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	×	×	×	×	×	×	×	×	×	✓

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานสมมติฐานที่ 2

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว	
สมมติฐานที่ 2.1 ด้านกายภาพ	✓
สมมติฐานที่ 2.2 ด้านวัฒนธรรม	×
สมมติฐานที่ 2.3 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	✓
สมมติฐานที่ 2.4 ด้านสภาพและเกียรติภูมิ	×
แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว	
สมมติฐานที่ 2.5 ด้านสิ่งดึงดูดใจ	✓
สมมติฐานที่ 2.6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	×
สมมติฐานที่ 2.7 ด้านการคมนาคม	✓
สมมติฐานที่ 2.8 ด้านการบริการ	✓
สมมติฐานที่ 2.9 ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย	✓

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ผู้วิจัยสามารถสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 25 ปี มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือเทียบเท่า/ปวส. ภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร สถานภาพโสด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งโดยประมาณ 1,001 – 2,000 บาท เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงากับคู่สมรส/แฟน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในช่วงไตรมาสที่ 1 (มกราคม - มีนาคม) ช่วงวันศุกร์ – วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 12.01 – 16.00 น. รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางอินเทอร์เน็ต สถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด คือ ทะเล/ชายหาด และกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา คือ ทัวร์วันเดย์ทริปดำน้ำตื้นที่หมู่เกาะสิมิลัน (มีเรือหลายแบบให้เลือก/ดำน้ำตื้น 2 ครั้ง)

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1.3.1 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านกายภาพ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

(1) ด้านกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสมบูรณ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ จังหวัดพังงามีการปรับปรุงทัศนพื้นที่โดยรวมให้เหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ สภาพบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในจังหวัดพังงามีความอุดมสมบูรณ์และไร้มลภาวะทางอากาศ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

(2) ด้านวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จังหวัดพังงามีวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ จังหวัดพังงามีวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และมีความน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน เช่น ความเป็นอยู่ของชาวบ้านบริเวณชายหาด เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

(3) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คนในเขตพื้นที่มีมิตรภาพและมิตรจิตที่ดีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ต้องการไปแวะเยี่ยมเยือนญาติมิตรที่พักอาศัยในจังหวัดพังงา อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็น และความรู้ใหม่ๆ กับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

(4) ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา สามารถเพิ่ม

ทักษะและประสบการณ์ให้กับได้ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีภาคภูมิใจในตนเองจากการถูกมองว่าเป็นผู้มีความชำนาญในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ มีภาคภูมิใจที่ได้ทำกิจกรรมในจังหวัดพังงา เพื่อส่งเสริมสุขภาพของตนเอง อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.3.2 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ด้านการคมนาคม อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

(1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีผู้คนที่เป็นเอกลักษณ์และมีความเป็นอยู่วิถีชีวิตที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีบรรยากาศ วิถีทัศน์ที่สวยงาม และมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีกิจกรรมหลากหลาย ให้เลือกตามความต้องการของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

(2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จังหวัดพังงามีการประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การจองที่พักมีความสะดวกสามารถเลือกจองได้หลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต บริษัทนำเที่ยว จองโดยตรงกับโรงแรม ฯลฯ อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ มีป้ายประกาศ และป้ายสัญลักษณ์บอกไว้อย่างชัดเจนตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

(3) ด้านการคมนาคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่พักและร้านอาหารมีความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีจุดแวะพักรถเพียงพอตลอดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ การยานพาหนะบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

(4) ด้านการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้ประกอบการมีการจัดโปรโมชั่นหรือส่วนลดทางด้านบริการให้แก่

นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีมัคคุเทศก์คอยให้บริการนำเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานของสถานบริการแต่ละแห่งมีความรวดเร็วในทุกขั้นตอน อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

(5) ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จังหวัดพังงามีระบบการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ระบบการรักษาความปลอดภัยในจังหวัดพังงามีความน่าเชื่อถือและมีความน่าไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีสถานพยาบาลที่ได้มาตรฐานและทันสมัย กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ด้านการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมาก ด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ด้านการตระหนักถึงปัญหา อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.4.1 ด้านการตระหนักถึงปัญหา พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการตระหนักถึงปัญหา โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ต้องการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดพังงา อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย และต้องการท่องเที่ยวด้วยความสงบ อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา มีลักษณะที่ตรงกับความต้องการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.4.2 ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการค้นหาข้อมูล โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการศึกษารีวิวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากแหล่งข้อมูลอื่นๆ ก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีการค้นหา/สอบถามข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ มีการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดพังงา ก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.4.3 ด้านการประเมินทางเลือก พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการประเมินทางเลือก โดยรวม อยู่ในระดับ

ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ได้คำนึงถึงระยะทางและเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ คำนึงถึงสภาพลักษณะ ความมีชื่อเสียง หรือค่านิยม เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ได้คำนึงถึงสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และธรรมชาติในจังหวัดพังงา เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.4.4 ด้านการตัดสินใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากความต้องการของตนเอง อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยพิจารณาจากรีวิวจากแหล่งข้อมูลต่างๆ อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากคำแนะนำของผู้อื่น อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.4.5 ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ รู้สึกประทับใจจากการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งต่างๆ ในจังหวัดพังงา อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ จะมีการแนะนำบอกต่อถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ในอนาคตจะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาซ้ำอีกครั้ง อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา และด้านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางใด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 สถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านประเภทของสถานที่ที่ชอไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอเข้าร่วมในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

สมมติฐานที่ 2.1 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

สมมติฐานที่ 2.3 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

สมมติฐานที่ 2.5 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

สมมติฐานที่ 2.7 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.8 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.9 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1) จากการศึกษานักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

(1) เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาไม่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จะมีทั้งเพศชาย และเพศหญิง ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาไม่ว่าจะเพศชายหรือเพศหญิง ล้วนมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเหมือนกันๆ คือต้องการพักผ่อน คลายเครียด ท่องเที่ยวทะเล หรือชายป่า ทำให้เพศไม่ได้มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า เพศ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

(2) อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา แต่ละกิจกรรมจะมีความท้าทายและความยากง่ายที่ต่างกัน ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ต้องคำนึงถึงความพร้อมทางด้านสมรรถนะร่างกายว่ามีความเหมาะสมกับกิจกรรมไหน และควรที่จะเลือกเข้าร่วมกิจกรรมไหน จึงทำให้อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาที่ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า อายุ ส่งผลต่อ

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(3) ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา และด้านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางใด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาต่างก็มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ซึ่งระดับการศึกษาสามารถเป็นตัวชี้วัดพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้อีกปัจจัยหนึ่งในด้านของการค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจในการเข้าร่วมว่าลักษณะของกิจกรรมในแต่ละกิจกรรมมีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสถานที่ต่างๆ แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(4) ภูมิสำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิสำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเดินทางมาจากต่างที่ต่างภูมิสำเนา ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะต้องมีการศึกษาถึงรูปแบบของกิจกรรมที่ตนเองอยากจะเข้าร่วมก่อน ว่าลักษณะของแต่ละกิจกรรมมีความเหมาะสมกับความต้องการของตนเองมากน้อยเพียงใด เนื่องจากแต่ละภูมิสำเนาในแต่ละภูมิภาคล้วนมีสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ที่ต่างกันอย่างออกไป ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจจะเดินทางมาท่องเที่ยว จะต้องคำนึงถึงความต้องการของตนเองว่ามาจังหวัดพังงาต้องการมาเข้ากิจกรรมด้านใด ถึงจะตอบสนองต่อความต้องการของตนเองมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎาภรณ์ เนตรแก้ว (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า ภูมิสำเนา มีผลต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(5) สถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านประเภทของสถานที่ที่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า จังหวัดพังงาเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้ความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างมากสถานที่หนึ่ง ทำให้จังหวัดพังงามีพื้นที่การท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวก็สามารถเลือกได้เลยว่าอยากจะมาท่องเที่ยว

ในสถานที่ที่ใดในจังหวัดพังงา ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกัน ก็อาจจะเลือกสถานที่ในการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน บางสถานที่อาจจะเหมาะแก่การท่องเที่ยวแบบคู่รัก หรือบางสถานที่เหมาะแก่การเดินทางท่องเที่ยวแบบคนเดียว มีพื้นที่ให้พักผ่อนหย่อนใจ คลายเครียด จึงทำให้สถานภาพสมรส มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านประเภทของสถานที่ที่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งในจังหวัดพังงา แต่ละสถานที่และแต่ละกิจกรรมล้วนต้องใช้ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีฐานรายได้ที่ต่างกัน ต้องคำนึงถึงอัตราค่าบริการและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมด้วย เนื่องด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละกิจกรรม มีอัตราค่าบริการที่ต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน จึงต้องเลือกกิจกรรมที่เข้าร่วมในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) จากการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สามารถอธิบายผลการวิจัยได้ดังนี้

(1) แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง จะต้องเกิดแรงจูงใจจากภายในก่อนเป็นอันดับแรก แรงจูงใจว่าอยากจะไปท่องเที่ยวในสถานที่ใด ภูมิทัศน์ สิ่งแวดล้อม สภาพบรรยากาศแบบใด ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์มากน้อยเพียงใด ทำให้ปัจจัยด้านกายภาพของจังหวัดพังงา จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดได้มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ สังคศรี (2558) ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว ผล

การศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ด้านกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(2) แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สามารถอธิบายได้ว่า วัฒนธรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา อาจจะไม่ใชปัจจัยที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงประกอบการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดที่พื้นที่ติดชายทะเล เช่น พังงา ภูเก็ต จะมีวัฒนธรรมและประเพณีที่คล้ายๆ กัน ทำให้วัฒนธรรม ไม่ได้เป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแต่อาจจะขึ้นกับอยู่ปัจจัยด้านอื่นๆ ขัดแย้งกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจภายใน ด้านวัฒนธรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(3) แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากต่างที่ต่างภูมิลำเนา ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่ไม่รู้จักกัน และบางคนไม่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา เลย ทำให้ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญซึ่งหากคนในชุมชนหรือนักท่องเที่ยวผู้ร่วมเดินทางไม่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ไม่มีการแนะนำ หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน บางครั้งก็อาจจะทำให้เกิดกลายเป็นปัญหาได้ และหากนักท่องเที่ยวโดนกระทำจากคนในชุมชนโดยไม่ได้รับการช่วยเหลือก็อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวผู้นั้นเกิดความไม่ประทับใจได้ แต่หากได้รับบริการและให้ความช่วยเหลือจากคนในชุมชนและผู้ร่วมเดินทางก็อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาซ้ำอีกครั้งได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ สังตศรี (2558) ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(4) แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สามารถอธิบายได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา นักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้คำนึงถึงสถานภาพและเกียรติภูมิของตน หรือคำ

ยกย่อง ชมเชยจากใคร ไม่ได้ต้องการเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง หรือได้รับการยอมรับจากใคร อาจจะมาท่องเที่ยวเพียงเพราะต้องการพักผ่อน คลายเครียดหรือด้วยปัจจัยอื่นๆ ก็เป็นไปได้ ชัดแย้งกับงานวิจัยของ วรณพร วะสุวรรณ (2564) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชันวาย ผลการศึกษาพบว่า สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง ความสะดวก และการบริการ/การรองรับส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชันวาย โดยผู้ประกอบการ องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปบริหารจัดการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว และกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว เพื่อให้เหมาะสมและตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชันวาย

(5) แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาถือเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้หันมาตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นสภาพบรรยากาศ วิถีชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรมที่หลากหลาย ความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด วัฒนธรรมที่น่าสนใจของคนในชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่อยากจะมาสัมผัสด้วยตนเอง และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ สงัดศรี (2558) ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตย์ ศรีวิชัย (2561) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะทะลุ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะทะลุ อำเภอบางสะพานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(6) แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สามารถอธิบายได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สถานที่ท่องเที่ยวในทุกสถานที่จะต้องมี ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก เพราะอย่างยิ่งปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกก็เป็นปัจจัยพื้นฐานอยู่แล้ว จึงทำให้ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวอาจจะไปคำนึงถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ประกอบการตัดสินใจมากกว่า ชัดแย้งกับงานวิจัยของ ณัฐภูมิ จงธนะวัฒน์ (2560)

ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจด้านสรีระ การท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความรู้สึกละบางอย่าง แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง และแรงจูงใจส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

(7) แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เส้นทางคมนาคมถือเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งการคมนาคมในจังหวัดพังงาจะต้องสามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมากที่สุด รองรับต่อจำนวนนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอสามารถความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด อันจะนำไปสู่การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ สงัดศรี (2558) ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(8) แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า การบริการถือเป็นพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยวทุกสถานที่ที่นักท่องเที่ยวจะต้องมีและจะต้องมีประสิทธิภาพ เจ้าหน้าที่และพนักงานในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีความพร้อมในการให้บริการและสามารถให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้กับนักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการตามความต้องการ เพื่อเป็นการจูงใจนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจได้อย่างสูงสุด และการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอีกครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศา มัจฉริยกุล (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(9) แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญและนักท่องเที่ยวทุกคนที่จะต้องการคือระบบการรักษาความปลอดภัยให้กับชีวิตของนักท่องเที่ยว ทุกสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา หรือแม้ว่าจะไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ก็ควรมีระบบการรักษาความ

ปลอดภัยที่ได้มาตรฐานและสามารถสร้างความมั่นใจและความสบายตลอดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้อย่างมากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างอุ่นใจ ไร้ความกังวล และหมดห่วงเรื่องอุบัติเหตุ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศฯ มัจฉริยกุล (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ผู้วิจัยสามารถนำเสนอข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

(1) แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว

(1.1) ด้านกายภาพ ทางนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ควรมีการพัฒนาปรับปรุงสภาพบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมให้มีความอุดมสมบูรณ์และไร้มลภาวะทางอากาศให้ดียิ่งขึ้น มีการปรับภูมิทัศน์ในพื้นที่โดยรวมให้มีความเหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้อย่างสูงสุด

(1.2) ด้านวัฒนธรรม ทางการท่องเที่ยวกีฬาจังหวัด (ทกจ.) ควรมีการสร้างวัฒนธรรมในแต่ละเขตพื้นที่ให้มีความแตกต่างกันของแต่ละสภาพแวดล้อม เช่น วัฒนธรรมของชุมชนในระแวกชายหาดที่แตกต่างกับวัฒนธรรมชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ชายป่า เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างของคนในชุมชนในแต่ละพื้นที่

(1.3) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรมีการสร้างการรับรู้และเรียนรู้ใหม่ๆ ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว และคนในชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใหม่ๆ ซึ่งกันและกัน เพื่อเปิดมุมมองและทัศนคติให้กว้างมากยิ่งขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน

(1.4) ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ทางนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ควรมีการส่งเสริมให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยการแสดงถึงการให้เกียรติหรือยกย่อง ชมเชย ให้กับนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพของตนเอง และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมี

ความภาคภูมิใจในตนเองและถูกมองว่าเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ชำนาญในการเดินทางท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรมในจังหวัดพังงา

(2) แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว

(2.1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรมีพัฒนาและเสริมสร้างแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาให้มีความหลากหลาย และมีความท้าทายต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาได้มากที่สุด

(2.2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทางนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ควรมีการจัดสรรป้ายสัญลักษณ์ ป้ายบอกทาง และป้ายประกาศตามสถานที่ต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็น และสามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมากที่สุด

(2.3) ด้านการคมนาคม ทางนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ควรมีการสรรหายานพาหนะบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และมีการปรับปรุงจุดแวะพักรถให้เพียงพอตลอดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การคมนาคมทางถนนเกิดการจราจรติดขัดได้

(2.4) ด้านการบริการ ทางนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ควรมีการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่และพนักงานของสถานบริการแต่ละแห่งให้มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญการ ให้บริการได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว ลดความซ้ำซ้อนในขั้นตอนการให้บริการ และสามารถให้คำแนะนำด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2.5) ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย ทางนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ควรมีการพัฒนาปรับปรุงสถานพยาบาลให้ได้มาตรฐานและมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น สามารถรองรับผู้ป่วยฉุกเฉินได้อย่างทันท่วงที มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถไว้วางใจได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาได้อย่างสบายมากที่สุด

2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

(1) ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางให้กับทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) การท่องเที่ยวกีฬาจังหวัด (ทกจ.) และนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในการกำหนดข้อเสนอแนะและนโยบายในการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา เพื่อที่จะสามารถสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้หันมาสนใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด

(2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) การท่องเที่ยวกีฬาจังหวัด (ทกจ.) และหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำผลการศึกษาครั้งนี้ไปพัฒนาปรับปรุง

สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกจังหวัดพังงาให้มีความสวยงาม และตอบสนองต่อความต้องการทางด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างสูงสุด

(3) จากผลการศึกษาทำให้นายกองคการบริหารส่วนจังหวัด ต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแรงจูงใจในด้านต่างๆ ทั้งแรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอก ให้ทุกปัจจัยมีความเพียบพร้อมต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อเสริมสร้างการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย อันจะนำไปสู่การกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาซ้ำอีกครั้งได้ในอนาคต

3) ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งถัดไป

(1) ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เนื่องจากพฤติกรรมของมนุษย์ในปัจจุบันมีหลากหลาย ก่อให้เกิดการตัดสินใจที่ซับซ้อนมากขึ้น ดังนั้นในการศึกษาเพื่อจะนำไปพัฒนา ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ประกอบ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เพิ่มขึ้น และสามารถพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้

(2) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตของประชากร เพื่อศึกษากลุ่มประชากรที่หลากหลายและสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์และความแตกต่างแต่ละพื้นที่ได้

(3) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ฉะนั้นในการศึกษางานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ เพื่อให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกและความหลากหลายของข้อมูล

บรรณานุกรม

- กชพรรณ คัดชาชัย. (2563). การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- กรณิกา จารุภรณ์. (2560). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กรอบกาญจน์ เจริญทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยสยาม.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). สรุปสถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมชม และรายได้จากผู้เยี่ยมชม เดือนตุลาคม 2565. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/news/category/657>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: หจก.สามลดา. .
- การท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566 - 2570). สืบค้นจาก <https://anyflip.com/zzfck/kiel>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและธนาคารทหารไทยธนชาต จำกัด (มหาชน). (2566). ttb analytics คาดรายได้การท่องเที่ยวไทยปี 2566 เพิ่มขึ้น 1 ล้านล้านบาทจากปีก่อน. Retrieved from <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/travel-thailand-2566>
- การส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง. (2553). คู่มือกระบวนการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง. ระนอง: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง.
- กิตติยา ดาวเวียงกัน, & ลัดดา ปินตา. (2563). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. วารสารศิลปการจัดการ, 4(2), 262-277.
- เกศมณี เหลืองจิตติกาญจนา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เชมจิรา ใจตุ้ย. (2562). ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดียแอนด์พับลิชชิง.
- จิราณวัฒน์ เทมวรรณ. (2559). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสเปนชาวยุโรปในจังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- เจษฎาภรณ์ เนตรแก้ว. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชนิตา ขวัญทอง. (2563). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์. (2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยรถจักรยานยนต์: กรณีศึกษาผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระนคร.
- ชูชัย สมทิธิไกร. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐวุฒิ จงชนะวัฒน์. (2560). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนพร มนต์ไชยะ. (2559). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากเทโลโก้โลตัสของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ธนวัตร ครองประเสริฐ, สมชนก ภาสกรจรัส และพันธุมดี เกตตะ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประเภทยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ ในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิทยาการจัดการ (สาขาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี), 31(2), 11-16.
- ธนวิน สุวรรณ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานทหาร Cowboy Army Riding Club อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธนิตา คงชัย. (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย: ในบริบทเทศกาลดนตรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธนิศา แสงพรรค. (2559). แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้บริโภคหญิงโสดวัยทำงาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธรา สุขศิริ. (2559). แรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อมและการจัดการการท่องเที่ยว ในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธัญชนก แวแก้ว. (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธัญธรณ์ คาวาซากิ. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. นนทบุรี: ศูนย์หนังสือเมืองไทย จำกัด.
- ธิดิมานันท์ พูนจันทร์. (2554). วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี.

- ราษฎร์ธานี. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นพรัตน์ ภูมิวิมลสาร. (2558). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภวรรณ คณานุรักษ์. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior*. กรุงเทพฯ: ซี วี แอล การพิมพ์.
- นริศ มัจฉริยกุล. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นรินดา แซ่กอ. (2559). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2559). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: เพ็ญข้าหลวง พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2560). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพ็ญข้าหลวง พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- เบญจวรรณ ขวัญมา. (2563). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเดินทางท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ปัทมพร อิมวิทยา. (2564). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชันวายต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปาริฉัตร อึ้งจะนิล. (2554). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษา ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ*. (การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ผกามาศ ชัยรัตน์. (2560). *แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธานี*. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 13(2), 235-246.
- พชรพร ขำหุ่. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พิสมัย สุตะวงศ์. (2561). *ปัจจัยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวายในการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่ายเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนตรี เกิดมีมูล. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน: กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้หม้อห้อมย้อมสีธรรมชาติทุ่งไ้ง*

- จังหวัดแพร่. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์, 58(1), 105-122.
- รัชตะสรณ์ จันทวรรณศิริ. (2564). แรงจูงใจการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- เลิศพร ภาธรสกุล. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชิตวิชัย งามละม่อม. (2558). ทฤษฎีการมีส่วนร่วม. สถาบันวิชาการไทยวิจัยพัฒนาการจัดการ TRDM: ปทุมธานี.
- วรรณพร สัจตศรี. (2558). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณพร วะสุวรรณ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิคินีย์ มายอร์. (2555). แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2558). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 9). ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิลาสินี ชนะสุด. (2564). แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนจังหวัดตรัง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- วิวัฒน์ จันทร์กิตทอง. (2555). ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติทางทะเลในภาคใต้ของประเทศไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศศินกานต์ วิเศษสังข์. (2562). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ศิริรัตน์ ทิมเจริญสุข. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี. (งานนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ Marketing Management.

กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). *หลักการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ท็อป.

สกลภัส ปลุกจิตสม. (2559). *อุปนิสัยการออม แรงจูงใจ และกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดพังงา. (2566). *ความเป็นมาจังหวัดพังงา*. สืบค้นจาก https://www.ect.go.th/phangnga/ewt_news.php?nid=1

สำนักงานจังหวัดพังงา. (2564). *แผนพัฒนาจังหวัดพังงา พ.ศ.2566-2570*. สืบค้นจาก <https://www.phangnga.go.th/index.php/th/blog/1977-2566-2570>

สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). *พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สืบชาติ อันทะไชย. (2556). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

สุรีย์ เข้มทอง. (2554). *เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจนาเที่ยวและมัคคุเทศก์และการจัดการธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

อังศุมิพย์ ชีระสกุลธาดา. (2558). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

อาทิตย์ ศรีวิชัย. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะทะลุ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

อิสระ อุดิ. (2560). *แรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อิสระพงษ์ พลธานี, และอุมาพร บุญเพชรแก้ว. (2563). *ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป*. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 27(1), 274-300.

อิสริย์ สุขพรสินธรรม, และโสเมกัย สุนธยาธร. (2562). *ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยช่วงวันหยุดของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวไทย*. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 20(1), 112-125.

Best, J. B. (1981). *Research in education*. Hoboken, NJ: Prentice-Hall.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (Vol. 3). John Wiley & Sons: New York.

Cohend, E. (1979). A phenomenology of tourist experience. *Sociology*(13), 179-201.

- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A., & Wanhill, S. (2005). *Tourism: principles and practice*. (Vol. 3). Harlow, England: Financial Times Prentice Hall.
- Frost, W., Mair, J., & Laing, J. (2014). The greening of events: exploring future trends and issues. In (pp. 115-127).
- Gaspareniene, L., & Remeiliene, R. (2016). The concept of digital shadow economy: consumer's attitude. *Procedia Economics and Finance*, 39, 502-509.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson Education: Upper Saddle River.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: The millennium edition*. Person Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, P. (2013). *Marketing management*. (Vol. 11). Upper Sanddle River, Hoboken, NJ: Prentice Hall.
- Lundberg, D. E. (1985). *International travel and tourism*. New York: Wiley.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impact*. Longman: Harlow, UK.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1995). *Tourism principles, practices, philosophies*. New York: John Wiley & Son.
- Middleton, V. T. C. (1994). *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann Ltd.
- Mill, R. C. (1990). *Tourism: the international business*. Hoboken, NJ: Prentic Hall.
- Perreault, W. D., Dorden, D. K., & Dorden, W. R. (1979). A psychological classification of vacation life-styles. *Journal of Leisure Research*(9), 208-224.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2003). *Consumer behavior and marketing strategy*. (Vol. 6). Boston: McGraw-Hill.
- Schmoll, G. A. (1977). *Tourism promotion*. London: Tourism International Press.
- Sharpley, R. (2006). Ecotourism: A consumption perspective. *Journal of Ecotourism*, 5, 7-22.
- Stephen, J., & Joanne, C. P. (2001). *Tourism: a modern synthesis*. London: Routledge.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism: Second edition*.

Consumer Behaviour in Tourism: Second Edition, 1-428.

Swarbrooke, J., & Horner, S. (2016). *Consumer behaviour in tourism: Second edition*.

Consumer Behaviour in Tourism: Second Edition, 1-428.

TAT Review. (2565). สถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศ โดยงานวิเคราะห์ตลาดในประเทศ กอง
กลยุทธ์การตลาด ททท. สืบค้นจาก

<https://www.tatreviewmagazine.com/article/domestic-q2-2022/>

Victor, T. C., & Middleton. (1994). *Marketing in travel and tourism*. (Vol. 2). Butterworth-Heinemann.

Weaver, D. B., & Oppermann, M. (2000). *Tourism motivation and behavior tourism management*. Milton: Wiley.

Wehab, S., Crampon, L. J., & Rothfield, L. (1976). *Tourism marketing: A destination-orientated programme for the marketing of international tourism*. London: Tourism International Press.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, (2), 49-60.





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนสำคัญของการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ในหัวข้อเรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา” ดังนั้น ข้อมูลของท่านที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะเก็บเป็นความลับและนำมาใช้ประโยชน์ เพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ ตามความเป็นจริงทุกข้อ โดยแบบสอบถามได้แบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

ตอนที่ 5 การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

เลิศศักดิ์ ปนกลั่น

นักศึกษาระดับปริญญาโท

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ตอนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. ท่านคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ตอนที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง ☐ 3. เพศทางเลือก

2. อายุ

☐ 1. 20 – 25 ปี ☐ 2. 26 – 30 ปี
☐ 3. 31 – 35 ปี ☐ 4. 36 – 40 ปี
☐ 5. 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
☐ 2. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า/ปวส.
☐ 3. ปริญญาตรี
☐ 4. ปริญญาโท
☐ 5. ปริญญาเอก

4. ภูมิลำเนา

☐ 1. กรุงเทพมหานคร ☐ 2. ภาคกลาง
☐ 3. ภาคตะวันตก ☐ 4. ภาคตะวันออก
☐ 5. ภาคใต้ ☐ 6. ภาคเหนือ
☐ 7. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

5. สถานภาพสมรส

☐ 1. โสด
☐ 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน
☐ 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 2. 15,000 – 25,000 บาท
☐ 3. 25,001 – 35,000 บาท ☐ 4. 35,001 – 45,000 บาท
☐ 5. 45,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาของท่าน

- ☐ 1. ต้องการพักผ่อนทางกายและจิตใจ
☐ 2. ความอุดมสมบูรณ์ ความสวยงามของทะเลและชายหาด
☐ 3. สถานที่ท่องเที่ยวมีให้เลือกได้หลากหลาย
☐ 4. หลีกหนีความจำเจในชีวิต
☐ 5. เพื่อให้รางวัลกับชีวิต
☐ 6. ลดความตึงเครียดจากการทำงาน
☐ 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

- ☐ 1. รถยนต์ส่วนตัว ☐ 2. รถเช่าเหมา
☐ 3. รถโดยสารประจำทาง ☐ 4. รถจักรยานยนต์
☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

- ☐ 1. น้อยกว่า 1,000 บาท ☐ 2. 1,001 – 2,000 บาท
☐ 3. 2,001 – 3,000 บาท ☐ 4. มากกว่า 3,001 บาท

4. บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงากับท่าน

- ☐ 1. ครอบครัว/ญาติพี่น้อง ☐ 2. คู่สมรส/แฟน
☐ 3. เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ☐ 4. คนเดียว
☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในช่วงไตรมาสใด

- ☐ 1. ไตรมาสที่ 1 (มกราคม - มีนาคม)
- ☐ 2. ไตรมาสที่ 2 (เมษายน - มิถุนายน)
- ☐ 3. ไตรมาสที่ 3 (กรกฎาคม - กันยายน)
- ☐ 4. ไตรมาสที่ 4 (ตุลาคม - ธันวาคม)

6. ช่วงวันที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

- ☐ 1. วันจันทร์ – วันพฤหัสบดี
- ☐ 2. วันศุกร์ – วันอาทิตย์
- ☐ 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์
- ☐ 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ช่วงเวลาที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

- ☐ 1. 08.00 – 12.00 น.
- ☐ 2. 12.01 – 16.00 น.
- ☐ 3. 16.01 – 20.00 น.
- ☐ 4. 20.01 – 24.00 น.
- ☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางใด

- ☐ 1. บริษัทนำเที่ยว
- ☐ 2. อินเทอร์เน็ต
- ☐ 3. นิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์
- ☐ 4. สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram)
- ☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. ประเภทของสถานที่ที่ท่านชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด

- ☐ 1. ทะเล/ชายหาด
- ☐ 2. อุทยานแห่งชาติ/สวนสาธารณะ
- ☐ 3. ทิวทัศน์ป่าและจักรยาน
- ☐ 4. เกาะ/คาบสมุทร
- ☐ 5. สปา
- ☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. กิจกรรมที่ท่านชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา

- ☐ 1. ทัวร์วันเดย์ทริปดำน้ำตื้นที่หมู่เกาะสิมิลัน (มีเรือหลายแบบให้เลือก/ดำน้ำตื้น 2 ครั้ง)
- ☐ 2. ทัวร์อุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา+เกาะเจมส์บอนด์+พายเรือคายัค (เรือยอชท์สุดหรู/เรือใหญ่ / เรือเร็ว)
- ☐ 3. ทริปล่องแก่งพังงา (เดินทางจากภูเก็ต Rafting + ATV + ชีซัง + Zipline)
- ☐ 4. ทัวร์สปีดโบ๊ทเกาะเจมส์บอนด์ และเกาะไข
- ☐ 5. ทัวร์วันเดย์เกาะเจมส์ บอนด์จากภูเก็ต
- ☐ 6. การเดินทางแบบคลาสสิก
- ☐ 7. สปีดโบ๊ท/เรือหางยาว
- ☐ 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 4 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาอยู่ในระดับใด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านเพียงคำตอบเดียว

ระดับคะแนนความคิดเห็น

(5) = มากที่สุด (4) = มาก (3) = ปานกลาง (2) = น้อย (1) = น้อยที่สุด

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว					
ด้านกายภาพ					
1. ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสมบูรณ์					
2. จังหวัดพังงามีการปรับภูมิทัศน์พื้นที่โดยรวมให้เหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว					
3. สภาพบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในจังหวัดพังงามีความอุดมสมบูรณ์และไร้มลภาวะทางอากาศ					
ด้านวัฒนธรรม					
1. จังหวัดพังงามีวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และมีความน่าสนใจ					
2. จังหวัดพังงามีวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างจาก					

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
จังหวัดอื่นๆ					
3. วัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน เช่น ความเป็นอยู่ของชาวบ้านบริเวณชายหาด เป็นต้น					
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล					
1. คนในเขตพื้นที่มีมิตรภาพและไมตรีจิตที่ดีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย					
2. ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็น และความรู้ใหม่ๆ กับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว					
3. ต้องการไปแวะเยี่ยมเยือนญาติมิตรที่พักอาศัยในจังหวัดพังงา					
ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ					
1. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา สามารถเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้กับท่านได้					
2. ท่านมีภาคภูมิใจในตนเองจากการถูกมองว่าเป็นผู้มีความชำนาญในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา					
3. ท่านมีภาคภูมิใจที่ได้ทำกิจกรรมในจังหวัดพังงา เพื่อส่งเสริมสุขภาพของตนเอง					
แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว					
ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
1. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีบรรยากาศ วิว ทิวทัศน์ที่สวยงาม และมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย					
2. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีกิจกรรมหลากหลาย ให้เลือกตามความต้องการของนักท่องเที่ยว					
3. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามีผู้คนที่เป็นเอกลักษณ์และมีความเป็นอยู่ วิถีชีวิตที่น่าสนใจ					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. การจองที่พักมีความสะดวกสามารถเลือกจองได้หลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต บริษัทนำเที่ยว จองโดยตรงกับโรงแรม ฯลฯ					

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2. มีป้ายประกาศ และป้ายสัญลักษณ์บอกไว้อย่างชัดเจนตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ					
3. จังหวัดพังงามีการประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ					
ด้านการคมนาคม					
1. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่พักและร้านอาหารมีความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทาง					
2. การยานพาหนะบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ					
3. มีจุดแวะพักรถเพียงพอตลอดเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว					
ด้านการบริการ					
1. การให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานของสถานบริการแต่ละแห่งมีความรวดเร็วในทุกขั้นตอน					
2. มีมีคฤศุศร์คคอยให้บริการนำเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว					
3. ผู้ประกอบการมีการจัดโปรโมชั่นหรือส่วนลดทางด้านบริการให้แก่นักท่องเที่ยว					
ระบบการรักษาความปลอดภัย					
1. จังหวัดพังงามีระบบการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง					
2. ระบบการรักษาความปลอดภัยในจังหวัดพังงามีความน่าเชื่อถือและมีความน่าไว้วางใจ					
3. แหล่งท่องเที่ยวมีสถานพยาบาลที่ได้มาตรฐานและทันสมัยกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน					

ตอนที่ 5 การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาอยู่ในระดับใด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านเพียงคำตอบเดียว

ระดับคะแนนความคิดเห็น

(5) = มากที่สุด (4) = มาก (3) = ปานกลาง (2) = น้อย (1) = น้อยที่สุด

การตัดสินใจท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการตระหนักถึงปัญหา					
1. ท่านต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย และต้องการท่องเที่ยวด้วยความสงบ					
2. ท่านต้องการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดพังงา					
3. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา มีลักษณะที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
ด้านการค้นหาข้อมูล					
1. ท่านมีการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดพังงา ก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว					
2. ท่านมีการค้นหา/สอบถามข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว					
3. ท่านมีการศึกษารีวิวถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากแหล่งข้อมูลอื่นๆ ก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว					
ด้านการประเมินทางเลือก					
1. ท่านคำนึงถึงภาพลักษณ์ ความมีชื่อเสียง หรือค่านิยม เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว					
2. ท่านได้คำนึงถึงสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และธรรมชาติในจังหวัดพังงา เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว					
3. ท่านได้คำนึงถึงระยะทางและเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว					
ด้านการตัดสินใจ					
1. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากคำแนะนำของผู้อื่น					
2. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา จากความต้องการ					

การตัดสินใจท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ของตนเอง					
3. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยพิจารณาจากรีวิวจากแหล่งข้อมูลต่างๆ					
ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว					
1. ท่านจะมีการแนะนำบอกต่อถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา					
2. ท่านรู้สึกประทับใจจากการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งต่างๆในจังหวัดพังงา					
3. ในอนาคตท่านจะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาซ้ำอีกครั้ง					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....





ที่ อว ๗๒๑๖/ว ๑๖๘

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๖ มิถุนายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน คุณพงศกร เกตุประภากร

ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จังหวัดพังงา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำไคร่งค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

๓. แบบประเมินคุณภาพของแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายเลิศศักดิ์ ปนกกลีน รหัสประจำตัว ๖๕๑๑๗๗๒๐๒๐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้มีการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับนายเลิศศักดิ์ ปนกกลีน เพื่อให้เครื่องมือการทำค้นคว้าอิสระมีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ รายละเอียดตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์รับเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารงานคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายเลิศศักดิ์ ปนกกลีน โทร. ๐๘๑-๑๘๗๔๐๔๐ Email: Lp.wowandaman@gmail.com



ที่ อว ๗๒๑๖/ว ๑๖๘

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๖ มิถุนายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ดร.จิรติ พุนเอยัด

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย วิทยาลัยนานาชาติการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครงการค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

๓. แบบประเมินคุณภาพของแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายเลิศศักดิ์ ปนกกลีน รหัสประจำตัว ๖๕๑๑๗๗๒๐๒๐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้มีการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเลิศศักดิ์ ปนกกลีน เพื่อให้เครื่องมือการทำค้นคว้าอิสระมีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ รายละเอียดตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์รับเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารงานคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายเลิศศักดิ์ ปนกกลีน โทร. ๐๘๑-๑๘๗๔๐๔๐ Email: Lp.wowandaman@gmail.com



ที่ อว ๗๒๑๖/ว ๑๖๘

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๖ มิถุนายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน อาจารย์ปิยนุช ปรางค์

อาจารย์ประจำสาขาอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครงค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

๓. แบบประเมินคุณภาพของแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายเลิศศักดิ์ ปนกกลีน รหัสประจำตัว ๖๕๑๑๗๗๒๐๒๐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้มีการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับนายเลิศศักดิ์ ปนกกลีน เพื่อให้เครื่องมือการทำค้นคว้าอิสระมีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ รายละเอียดตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์รับเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารงานคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายเลิศศักดิ์ ปนกกลีน โทร. ๐๘๑-๑๘๗๔๐๔๐ Email: Lp.wowandaman@gmail.com

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

เลิศศักดิ์ ปนกกลีน

ประวัติการศึกษา

ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการท่องเที่ยวและโรงแรม

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีที่สำเร็จการศึกษา 2555

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ.2565 - ปัจจุบัน

นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดพังงา

พ.ศ.2557 - ปัจจุบัน

ผู้บริหาร บริษัท ว้าวันตามัน จำกัด