

# การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวอำเภอ খনอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

## Factor Affecting Satisfaction of Tourist in Khanom District, Nakhonsithammarat

ชนกกานต์ สิทธิรักษ์

### บทคัดย่อ

การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 4) เพื่อนำผลที่ได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายส่งเสริม พัฒนา ปรับปรุง และวางกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้มีจำนวน 400 คน โดยเลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราช วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยได้ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน เกี่ยวกับตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลาเนาเดิม ใช้สถิติ Chi-squared test ในการหาความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสามารถสรุปได้คั้งนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาอำเภอখনอมในคั้งนี้เพื่อท่องเที่ยว พักผ่อน และถ่ายรูปสถานที่ที่ดึงดูดให้มาท่องเที่ยวอำเภอখনอมมากที่สุดคือ อ่าวখনอม จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางคั้งนี้มากกว่า 3 คน ช่วงวันที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอখনอมมากที่สุดคือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวอำเภอখনอมคั้งนี้ 2 วัน และรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด
2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ อำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยรวม อยู่ในระดับมาก
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
4. ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
5. ปัจจัยจูงใจแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอখনอม จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

### **ABSTRACT**

The study of Thai tourist motivations and satisfactions traveling in Khanom district Nakhon Si Thammarat Province. The purposes are 1) to study Thai tourist behaviors traveling in Khanom district Nakhon Si Thammarat Province. 2) to study Thai tourist motivation levels traveling in Khanom district Nakhon Si Thammarat Province. 3) to study Thai tourist satisfaction levels traveling Khanom district Nakhon Si Thammarat Province. 4) to use outcome as guide for developing and strategic planning in Nakhon Si Thammarat Province travel policy. The samples consisted of 400 people and random sampling by convenience. The research instrument was a questionnaire. The data about Thai tourist motivation levels is analyzed by Descriptive Statistics and satisfaction levels is analyzed by mean and Standard Deviation. Hypothesis testing about gender, age, education, profession, income and domicile is analyzed by Inferential Statistics and using Chi-squared statistic for testing relationships between pull factors and travel behaviors in Khanom district Nakhon Si Thammarat Province of Thai tourist. The findings from the research are as follow;

1. The purpose of Thai tourist for traveling in Khanom district Nakhon Si Thammarat Province is tour, relaxation and photography. Khanom beach is most attraction place in Khanom district. Thai tourist like to travel with group more than 3 people in weekend about two days and get travel information from social media.
2. Thai tourist motivation levels traveling in Khanom district Nakhon Si Thammarat Province is good
3. Thai tourist satisfaction levels traveling Khanom district Nakhon Si Thammarat Province is good
4. There was significant difference between individual people and Thai tourist behaviors traveling in Khanom district Nakhon Si Thammarat Province ( $P < 0.05$ )
5. There was significant difference between pull factors and Thai tourist behaviors traveling in Khanom district Nakhon Si Thammarat Province ( $P < 0.05$ )
6. There was significant difference between Thai tourist satisfaction and Thai tourist behaviors traveling in Khanom district Nakhon Si Thammarat Province ( $P < 0.05$ )

Keywords : Motivation, Satisfaction, Khanom District

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศ เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่ก่อเกิดรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศและชุมชนท้องถิ่น สามารถนำรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปพัฒนาประเทศและท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้า และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาไม่ว่าในยุคเศรษฐกิจดีหรือไม่ก็ตาม ก่อให้เกิดอาชีพหลายแขนงและรายได้มากมายจากการจับจ่ายซื้อของของนักท่องเที่ยว และกระจายรายได้เหล่านี้ไปยังประชาชน ร้านค้า ผู้ผลิตในท้องถิ่น สร้างความเจริญไปสู่ท้องถิ่นและประเทศ นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียดพร้อมๆ กับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น จึงเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม

ประเทศไทยมีความหลากหลายทางแหล่งท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีทั้งเมืองที่ทันสมัย มีธรรมชาติที่สวยงาม มีอาหารที่หลากหลาย รวมถึงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ สิ่งจูงใจเหล่านี้ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวม โดยเฉพาะในปัจจุบันที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่พัฒนาขึ้น จึงทำให้การเดินทางมีความสะดวกสบาย เกิดการท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย การท่องเที่ยวนั้นนับเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดประโยชน์ในวงกว้าง เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งสัมพันธ์กับธุรกิจหลายภาคส่วน ทั้งธุรกิจโรงแรมที่พัก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว ร้านอาหาร รวมไปถึงธุรกิจขนาดเล็กในชุมชน ทำให้เกิดเงินหมุนเวียนมากขึ้น ลดอัตราการว่างงาน และเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น สืบเนื่องจากความสำคัญของการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาข้างต้น ภาครัฐฯ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย จึงเล็งเห็นว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่คาดว่าจะเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย หน่วยงานภาครัฐจึงต่างเร่งทำการตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชาวไทยอย่างเข้มข้น ทั้งการจัดกิจกรรมภายในประเทศ และการทำการตลาดในประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของไทย สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2561 เน้นกระตุ้นท่องเที่ยวในท้องถิ่น และท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายโอกาสเชิงพื้นที่และกระจายรายได้ให้กับท้องถิ่น ในแคมเปญ “Amazing Thailand Go Local : เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต”

นครศรีธรรมราช จัดเป็นเมืองรองในแคมเปญ “Amazing Thailand Go Local : เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต” เป็นอีกจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวอย่างสูง จากทรัพยากรท่องเที่ยวอันหลากหลาย ทั้ง ธรรมชาติ ป่าเขา หาดทรายชายทะเล ศิลปวัฒนธรรม มิวสิคฮัตถกรรมขึ้นชื่อ อีกทั้งยังเป็นดินแดนผลไม้อร่อย และมีหมู่บ้านเชิงเขาที่มีอากาศที่ดีมากๆ แห่งหนึ่งของเมืองไทย ที่สำคัญนครศรีธรรมราชได้ชื่อว่าเป็นหนึ่งในดินแดนแห่งพระพุทธศาสนาที่สำคัญของบ้านเรา โดยมีพระบรมธาตุเมืองนครเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองที่วันนี้งำลังอยู่ในขั้นตอนการขอขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก ด้วยเหตุนี้จังหวัดนครศรีธรรมราชจึงถูกยกให้เป็น “นครสองธรรม” จากโครงการ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” ของ “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.)” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ขณะที่ย้อนไปในปี 2555 ทางจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ออกแคมเปญ “นครศรีดีดี ที่เที่ยวเที่ยวครบเครื่อง เมืองเดียวเที่ยวทั้งปี” เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ซึ่งก็ได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี และช่วยให้คนรู้จักชื่อจังหวัดนครศรีธรรมราชภายใต้แบรนด์ “นครศรีดีดี” กันเป็นจำนวนมาก

จังหวัดนครศรีธรรมราชได้ออกแคมเปญ “นครศรีดีดี นครศรีดีกว่าเดิม” เพื่อประชาสัมพันธ์และกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดให้มีความคึกคักยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอำเภอขนอม เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นอำเภอที่มีชายหาดที่สวยงามมีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีที่พักสวยๆ ร้านอาหารทะเลสดๆ รวมถึงร้านค้าเพิ่มทะเล

ที่มีความทันสมัย และอีกหนึ่งกิจกรรมซึ่งเป็นไฮไลท์สำคัญของการมาเที่ยวขอนแก่น คือการนั่งเรือชมโกลาสีชมพู ซึ่งมีแห่งเดียวในประเทศไทย ทำให้อำเภอขอนแก่น มักเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ด้วยระยะทางที่ไม่ไกลจากท่าเรือที่สามารถไปขึ้นเรือเพื่อไปเกาะสมุยได้รวมถึงเป็นที่เที่ยวที่สงบ เหมาะแก่การมาพักผ่อน ดั่งคำขวัญประจำของขอนแก่นที่ว่า “ขอนแก่นพร้อมมูล เกิดहुลคุณธรรม ถ้ำสวย รวยชายหาด น้ำตกหินลาด พระธาตุปะการัง ป่า เขา ทะเล คือเสน่ห์ของขอนแก่น”

จากความสำคัญดังกล่าวเป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา ผลวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา และส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี

### วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อนำผลที่ได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายส่งเสริม พัฒนา ปรับปรุง และวางกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมามากขึ้น

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 3,484,288 คน (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา, 2560) มาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยสูตรของ Yamane (1967) ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ตัวอย่างจำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม ณ อำเภอขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิภาค

ตัวแปรตาม ได้แก่

ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ ประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง สถานที่ที่ดึงดูดให้มาท่องเที่ยว ช่วงฤดูกาลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

ศึกษาระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย ปัจจัยผลัก (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors)

ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม และด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก

## สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน
2. ปัจจัยจูงใจแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

## วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางครอบคลุมการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเล่นกีฬา การติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมเยือนญาติพี่น้อง และองค์ประกอบการท่องเที่ยว คือความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และ ที่พัก (Accommodation)

### แนวคิดและทฤษฎีด้านแรงจูงใจ

แรงจูงใจเกิดจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน โดยมีทั้งแรงผลักดันรวมถึงแรงดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจนั้นเป็นกระบวนการอย่างหนึ่ง ที่มีจุดเริ่มต้นจากชนวนของความปรารถนาและความอยากในแง่มุมต่างๆ ประกอบกัน หรือที่เรียกว่าเหตุผล เช่น ต้องการพักผ่อน ต้องการหลีกเลี่ยง ต้องการเรียนรู้ เป็นต้น เพื่อเคลื่อนที่ไปยังจุดหมายอย่างมีทิศทาง เมื่อบรรลุสิ่งที่อยากได้นี้แล้วความปรารถนาก็จะลดลงและบุคคลก็จะมองหาเป้าหมายอื่นๆ ต่อไป แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การวัดความพึงพอใจเป็นการบอกถึงความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถวัดได้หลายวิธี การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถามความคิดเห็น การใช้แบบสำรวจความรู้สึก จึงสามารถส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับได้

## วิธีการเก็บข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่อำเภอชนอม จังหวัด นครศรีธรรมราช โดยการแจกแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุด แจกแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอ ชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นส่วนของข้อมูลที่ใช้ประกอบงานวิจัย ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สถิติที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมาจากบทความวิจัย เอกสาร แหล่งข้อมูลทาง อินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

## ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีระยะเวลา ๒ เดือนในการรวบรวมข้อมูลและเก็บแบบสอบถาม คือ ระหว่างเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2561 – มกราคม พ.ศ. 2562

## วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์ ในตอนที่ 1 และตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยได้ใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัด นครศรีธรรมราช ในตอนที่ 3 และตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยได้ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

### 2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 2 และ 3 เกี่ยวกับตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาเดิม ใช้สถิติ Chi-squared test ในการหาความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

## ผลการวิจัย การอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพ เป็นลูกจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ภูมิสำเนาเดิม เป็นคนภาคใต้ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอชนอมก่อนหน้านี้มากกว่า 2 ครั้ง วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาอำเภอชนอมในครั้งนี้เพื่อท่องเที่ยว พักผ่อน และถ่ายรูป สถานที่ที่ดึงดูดให้มาท่องเที่ยวอำเภอชนอมมากที่สุดคือ อ่าวชนอม จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางกับท่านครั้งนี้มากกว่า 3 คน ช่วงวันที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอชนอมมากที่สุดคือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวอำเภอชนอมครั้งนี้ 2 วัน และรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองพฤติกรรมหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรวมทั้งขบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พอสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งยังเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความเอกริมย์มากที่สุด เป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยว อาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายสูงตามด้วย ประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยากเป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการ ตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้ 1. จะไปท่องเที่ยวที่ไหน 2. จะไปท่องเที่ยวเมื่อไร 3. จะไปท่องเที่ยวทางใด (อาจเป็นทางบก ทางเรือ หรือทางอากาศ) 4. จะไปท่องเที่ยวเมื่อไร 5. จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร 6. จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร 7. จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน 8. จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจนถึงที่พักอาหารการกิน และอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจการเดินทางในครั้งต่อไป

หรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้ ชั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและกระบวนการตัดสินใจ และแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ถ้าหากได้รับความพึงพอใจก็จะมี การบอกต่อและกลับมาเที่ยวในสถานที่แห่งนั้น และจากการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยรวม อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ (3.91) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนปัจจัยดึงดูด (ปัจจัยดึงดูดที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช) ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ (3.91) ปัจจัยผลัก (เหตุผลที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช) ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ (3.89) ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนแรงจูงใจในเรื่องต้องการท่องเที่ยว และพักผ่อนรองลงมาเพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่, เพื่อสร้างความภูมิใจที่ได้เที่ยวสถานที่ภูมิใจใหม่ ๆ, หลีกหนีความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวัน, เพื่อพบปะและญาติพี่น้องและเพื่อศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช แยกตามปัจจัยดึงดูด (ปัจจัยดึงดูดที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช) โดยรวมให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ (3.92) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนแรงจูงใจในเรื่องความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติรองลงมา ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว, การโฆษณาแหล่งประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว, แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกเพียงพอ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก, ท่องเที่ยวทะเลดำน้ำ ล่องเรือชมโลมาสีชมพู และวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบชาวประมง และการศึกษาครั้งนี้ยังสอดคล้องกับ Pearce, Morrison & Rutledge (1998) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวว่าเกิดจากปัจจัยผลัก (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) สองปัจจัยนี้เป็นแรงหลักที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล 1. ปัจจัยผลัก (Push Factors) คือ ความอยากจากภายในตัวบุคคล เป็นชนวนที่ทำให้เกิดความอยากที่จะออกเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 1.1 ทางกายภาพ เช่น ร่างกายที่ต้องการพักผ่อน 1.2 อยากหลีกหนี เปลี่ยนบรรยากาศ หรือคือการออกจากชีวิตที่จำเจ 1.3 ได้เจอสิ่งใหม่ เช่น พบเจอสิ่งแปลกใหม่ ประสบการณ์ที่ไม่เคยพบเจอ ได้ไปเยือนสถานที่ที่แตกต่างจากที่เคยพบเห็นมาก่อน 1.4 ความภูมิใจที่ได้ไปยังที่ใหม่ ๆ 1.5 ความอยากไปเรียนรู้ ไปศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แตกต่าง 1.6 ไปพบปะผู้คน ไปเข้าสังคมและรู้จักคนเพิ่มขึ้น 2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) คือ สิ่งดึงดูดที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ ประกอบไปด้วยปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่ช่วยในการตัดสินใจหรือดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของสถานที่เที่ยว เทศกาลงานสำคัญ การตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่เกี่ยวข้อง ราคาค่าเดินทางหรือที่พัก เป็นต้น และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Uysal & Hagan (1993) กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ส่วนคือ 1. ปัจจัยผลัก คือ ความอยากที่จะออกจากความจำเจ ความกดดัน ต้องการอยากพักผ่อน ความผ่อนคลายและเพื่อสุขภาพ 2. ปัจจัยด้านสังคมและด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา เป็นต้น 3. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ การตลาด ภูมิอากาศ ความเป็นมาของสถานที่ ความสะดวก ในการไปเยือน และภาพลักษณ์ เป็นต้น Hudman (1980) ได้อธิบายไว้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากทั้งแรงผลัก และแรงดึงดูด ซึ่งเป็นปัจจัยหลัก โดยสองปัจจัยนี้ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญด้านจิตวิทยา โดยมีความสัมพันธ์กันคือแต่ละตัวจะเสริมกำลังให้กันและกัน 1. ปัจจัยผลัก คือความอยากไปเที่ยว เป็นแรงผลักดันและเป็นเหตุผลของการไปเที่ยว เช่น การมีความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องที่ตนยังไม่รู้ เช่น เพื่อเก็บข้อมูลไปถ่ายทอด เพื่อศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ หรือเพื่อความพึงพอใจส่วนตัว เช่น เพื่อพักผ่อน เพื่อไปทำบุญ เพื่อสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ เพื่อธุรกิจ และเพื่อแข่งขันกีฬา เป็นต้น 2. ปัจจัยดึงดูด เป็นตัวที่ทำให้บุคคลเลือกที่จะไปยังสถานที่นั้น โดยเป็น



การท่องเที่ยวในเชิงต่างๆ เช่น เชิงวัฒนธรรม เชิงกายภาพ หรือภูมิประเทศ ชมธรรมชาติ โดยมีองค์ประกอบคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ การคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เดิม ความงาม ผลัดถิ่นหรือของที่ระลึก ความปลอดภัย และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาจังหวัดใกล้เคียงเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการเปรียบเทียบเกี่ยวกับแรงจูงใจ ความพึงพอใจ ซึ่งจังหวัดที่ทำการศึกษามีภูมิอากาศใกล้เคียงกัน มีสถานที่ท่องเที่ยวคล้ายๆ กัน เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2. ควรทำการศึกษาสอบถามผู้ประกอบการด้วยเกี่ยวกับเรื่อง บรรยากาศ สิ่งแวดล้อม ต่างๆ เป็นต้น เพราะผู้ประกอบการกับผู้บริโภคจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

3. ควรสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้มาสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี : เวิร์นซ่าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

Hudman, L.E. (1980). *Tourism : a shining world*. Ohio: Rid Inc.

Pearce, P.; Morrison, A.M. and Rutledge, J.L. (1998). *Tourism: Bridges across continents*.

Sydney: McGraw-Hill.

Uysal, M and Hagan, L.A.R. (1993). *Motivation of pleasure travel and tourism*. In: Kham.