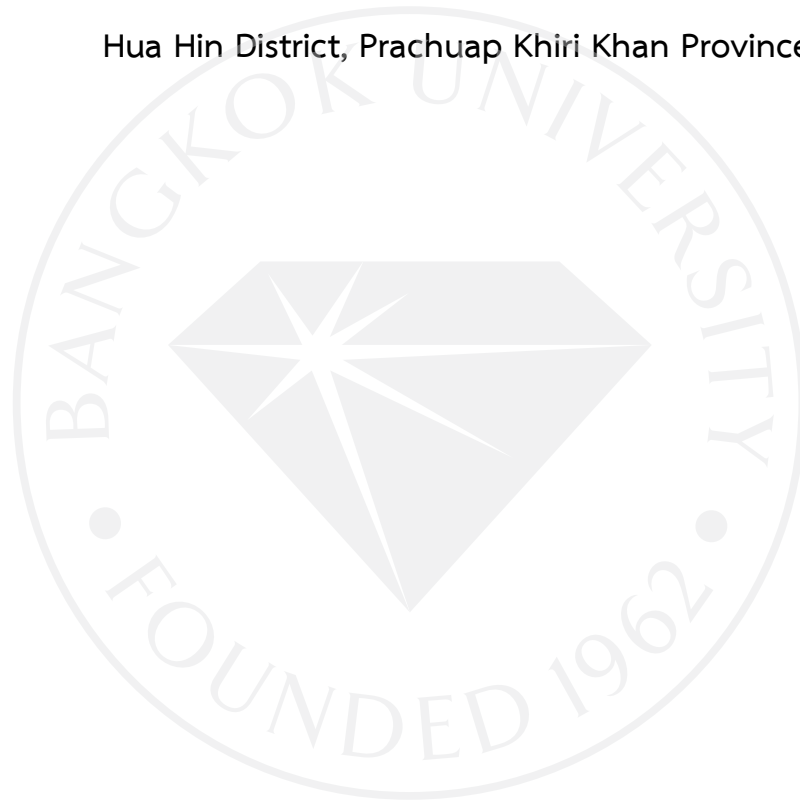


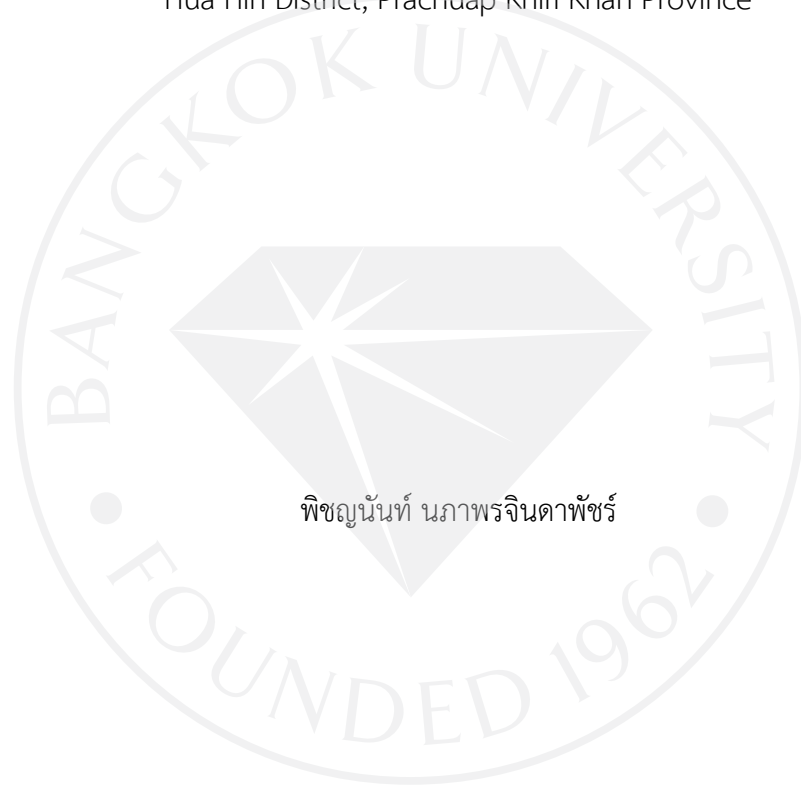
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว  
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

The Behavior of Thai Tourists that have an Intention to Travel to  
Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province



พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน  
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

The Behavior of Thai Tourists that have an Intention to Travel to  
Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province



พิชญนันท์ นภาพรจินดาพัชร

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2561



© 2562

พิชญนันท์ นภาพรจินดาพัชร

สงวนสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัด  
ประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัย พิชญนันท์ นภาพรจินดาพัชร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์)

(ดร.สุชาดก เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

28 พฤศจิกายน 2562

พิชญนันท์ นภาพรจินดาพัชร. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, ตุลาคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (74 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. มณีเนตร วรชนะนันท์

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลทั่วไปที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) จำนวน 106 คน มีระยะเวลาที่ตั้งใจจะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบค้าง 1 คืน จำนวน 206 คน ความตั้งใจจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดเสาร์/อาทิตย์ จำนวน 212 คน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อครั้ง (ไม่รวมค่าที่พัก) ที่ 5,001-7,500 บาท จำนวน 194 คน มีค่าใช้จ่ายต่อที่พักราคาที่ 1,001-2,000 บาท จำนวน 158 คน รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินจาก Website ทางการท่องเที่ยว จำนวน 92 คน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาและช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละครั้งมีผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวไทย, หัวหิน

Napapornjindapat, P. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), October 2019, Graduate School, Bangkok University.

The Behavior of Thai Tourists that have an Intention to Travel to Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province (74 pp.)

Advisors: Maneenate Worrachananun, Ph.D.

### ABSTRACT

The purpose of this study to study the personal factors that affect the intention to travel to Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province of Thai tourists. And to study the behavior of tourists that have an intention to travel to Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province of Thai tourists. This research is quantitative research. Use questionnaires as tools for data collection. The samples were 400 Thai tourists who are domiciled in Bangkok and its vicinity. The statistics used in this analysis are frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. Hypothesis testing using t-test, One-Way ANOVA

The research found that, Sample group in this research there are a total of 400 people, most of them intend to travel in natural tourist destinations, there are 106 people. There are 206 people who intend to spend 1 night on their holiday. Intention to travel during the holidays Saturday/Sunday for 212 people. There is a charge to travel to Hua Hin. Prachuap Khiri Khan Province per visit (Excluding accommodation) at 5001-7500 THB 194 per accommodation per night cost 158 baht for 1001-2000 known attractions in Hua Hin Tourism Website of 92 people found the hypothesis testing. (1) Personal factors of tourists with different incomes affect the intention to travel to Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province of Thai tourists with statistical significance at the level of 0.05 (2) tourist behavior in terms of duration, time frame and period in traveling related to media effects to places that would like to travel and the average cost of each visit affects the intention to travel to Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province of Thai tourists with statistical significance at the level of 0.05.

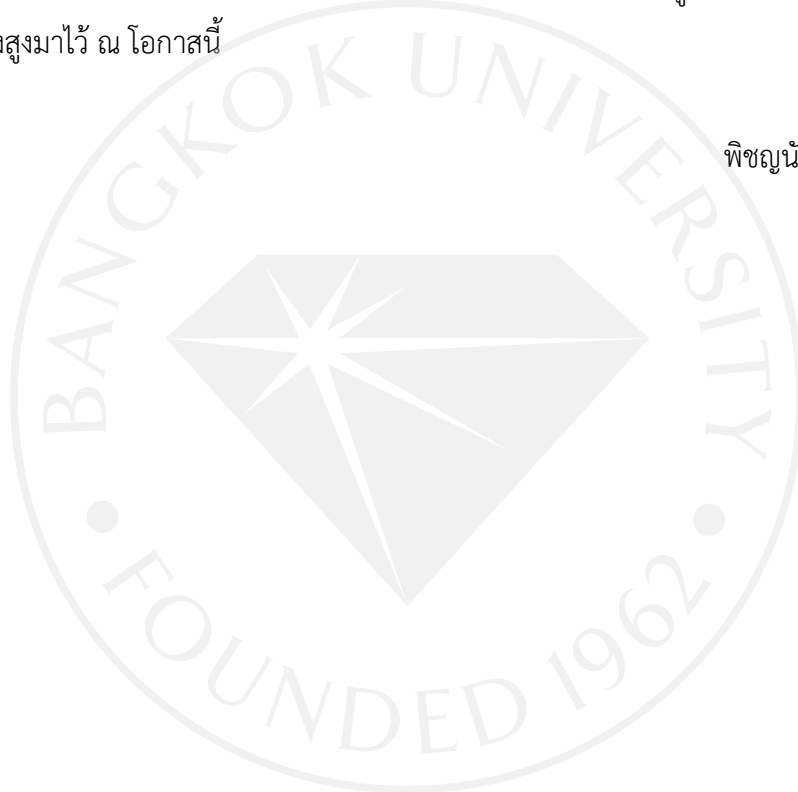
*Keywords: Tourists Behavior, Thai Tourists, Hua Hin District*



## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้ความรู้การชี้แนะแนวทางการศึกษาตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยงานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนไปได้ด้วยดีรวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้และสามารถนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รวมถึงเพื่อน พี่น้องทุกคนที่ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้คำปรึกษาที่ดีตลอดมา จนทำให้ประสบความสำเร็จในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

พิชญนันท์ นภาพรจินพัชร





## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ท
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตในการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
<b>บทที่ 2</b> แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ประวัติและความเป็นมาของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	7
2.2 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	8
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	10
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว	13
2.5 แนวคิดและทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจจะเดินทางไปท่องเที่ยว	24
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
2.7 สมมุติฐานการวิจัย	29
2.8 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	31
<b>บทที่ 3</b> วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	32
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	32
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	33
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
3.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) วิธีดำเนินการวิจัย	
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้	36
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทาง ท่องเที่ยวหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	40
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะ เดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	45
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	47
4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	60
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	61
5.3 ข้อเสนอแนะ	64
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก	68
ประวัติผู้เขียน	74
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1:	สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน 37
ตารางที่ 4.1:	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 39
ตารางที่ 4.2:	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ 39
ตารางที่ 4.3:	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ 40
ตารางที่ 4.4:	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุด 41
ตารางที่ 4.5:	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ตั้งใจจะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว 42
ตารางที่ 4.6:	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มีความตั้งใจจะเดินทางมาท่องเที่ยว 42
ตารางที่ 4.7:	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อครั้ง (ไม่รวมค่าที่พัก) 43
ตารางที่ 4.8:	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อที่พักราคาต่อคืน 43
ตารางที่ 4.9:	จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 44
ตารางที่ 4.10:	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน 45
ตารางที่ 4.11:	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการมีเป้าหมาย 45
ตารางที่ 4.12:	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความพร้อม 46

## สารบัญตาราง (ต่อ)

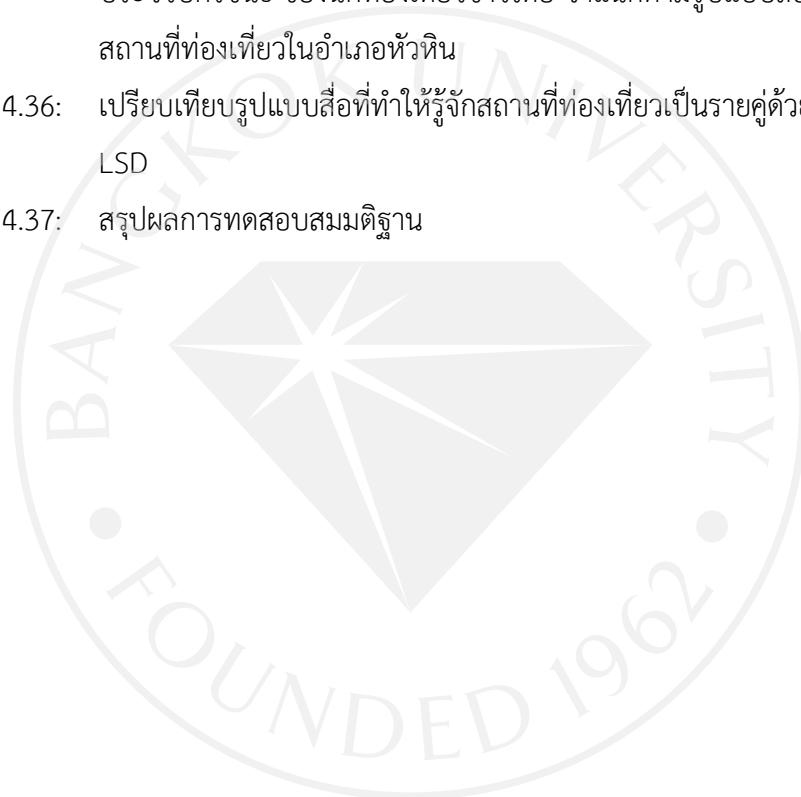
	หน้า
ตารางที่ 4.13: ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสถานการณ	46
ตารางที่ 4.14: ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการตอบสนอง	47
ตารางที่ 4.15: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน (Levene's Test)	48
ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	48
ตารางที่ 4.17: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกัน (Levene's Test)	49
ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ	49
ตารางที่ 4.19: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน (Levene's Test)	50
ตารางที่ 4.20: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้	50
ตารางที่ 4.21: เปรียบเทียบรายได้เป็นรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD	51
ตารางที่ 4.22: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)	51
ตารางที่ 4.23: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	52

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมา ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ มีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)	52
ตารางที่ 4.25: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระยะเวลาในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	53
ตารางที่ 4.26: เปรียบเทียบระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD	53
ตารางที่ 4.27: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมา ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)	54
ตารางที่ 4.28: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามช่วงเวลาใน การเดินทางมาท่องเที่ยว	54
ตารางที่ 4.29: เปรียบเทียบช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD	55
ตารางที่ 4.30: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมา ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)	56
ตารางที่ 4.31: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการ เดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง	56
ตารางที่ 4.32: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมา ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ มีค่าที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)	57
ตารางที่ 4.33: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าที่พักในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	57

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.34: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมา ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ มีรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)	58
ตารางที่ 4.35: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จัก สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน	58
ตารางที่ 4.36: เปรียบเทียบรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเป็นรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD	59
ตารางที่ 4.37: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	60



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: จำนวนห้องพักทั้งหมดในอำเภอหัวหินและชะอำ (2552-2558)	3
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิดในการวิจัย	31



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตและมีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทย รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเริ่มเข้ามา มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศอย่างจริงจังเป็นครั้งแรก เมื่อมีการบรรจุแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน นรินทร์ สังข์รักษา (2552, หน้า 1) อย่างไรก็ตาม “การท่องเที่ยว” ยังคงเป็นอีกหนึ่งเสาหลักที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยถึงแม้จะมีหลายเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อตลาดหลักอย่างตลาดจีน อาทิ เช่น เหตุการณ์เรือล่มที่จังหวัดภูเก็ต ในช่วงวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 จนเป็นสาเหตุให้มีจำนวนผู้เสียชีวิตมากถึง 47 ราย เหตุการณ์ไข้เลือดออกรวมไปถึงเหตุการณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนถูกทำร้ายที่สนามบินดอนเมือง จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดวิกฤตความเชื่อมั่นในศักยภาพความปลอดภัยของเมืองไทยลดลงอย่างยิ่ง ทำให้รัฐบาลต้องระดมทุกสรรพกำลัง และเพื่อจะฟื้นความเชื่อมั่นรัฐบาลจึงเข้ามามีบทบาทและนโยบายต่าง ๆ เพื่อเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้กลับมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงต้องมีการเร่งกระตุ้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้กลับมาบูมอีกครั้งผ่านแคมเปญ “อะเมซิ่ง ไทยเท่” “เที่ยวเท่ ๆ แบบไทย” ซึ่งแคมเปญนี้ก็คือการท่องเที่ยวไทยแบบเชิงลึกซึ่ง ได้สัมผัสถึงวิถีของท่องเที่ยวไทยรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนวายและอื่น ๆ โดยอยู่ภายใต้แผน 2 เรื่องหลักได้แก่

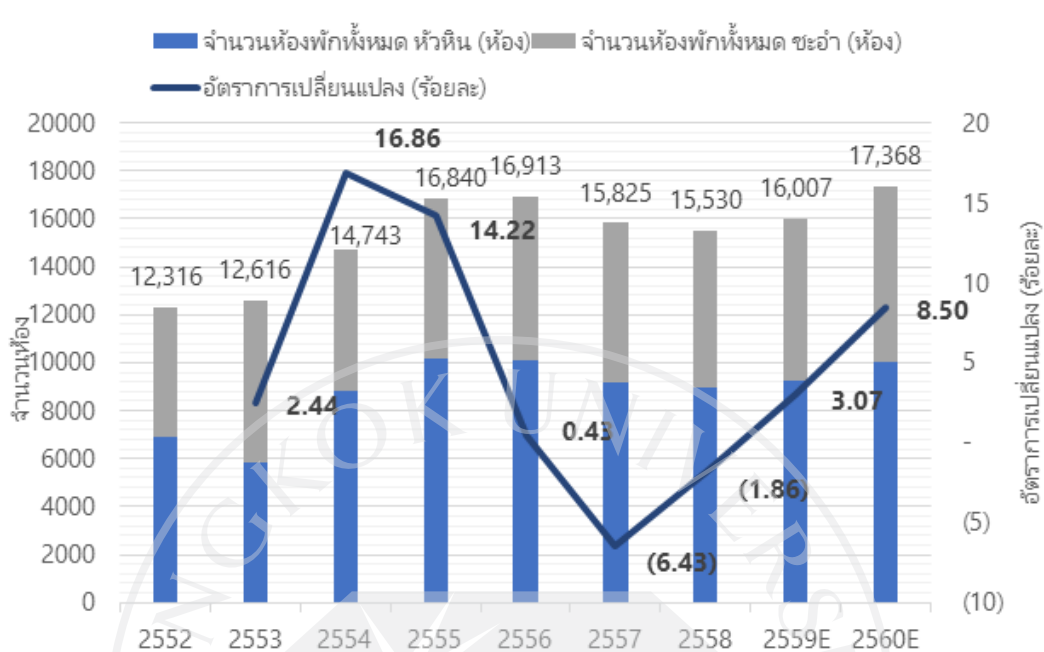
- 1) มุ่งกระตุ้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ชูเอกลักษณ์ท้องถิ่นนั้นเพื่อมาพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามา
- 2) เน้นการกระจาย นักท่องเที่ยว ทั้งในมิติของเวลา เพื่อลดปัญหาความไม่สมดุลในการท่องเที่ยว และผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา เพื่อที่จะลดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่ไปเที่ยวแต่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมอีกหนึ่งประเภทที่มีเพิ่มมากขึ้นในการทำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นทั่วโลก ทำให้หลายๆประเทศทั่วโลกหันมาสนใจใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศเนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบและไม่ต้องก่อให้เกิดการนำเข้าของวัตถุดิบจากต่างประเทศ และยังสามารถสร้างรายได้ทดแทนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ลดการขาดดุลทางการค้าให้กับประเทศได้เป็นอย่างดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)



ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นมูลค่าอันดับหนึ่งในการค้าและการบริการของประเทศแล้วยังก่อให้เกิดการลงทุนธุรกิจที่ช่วยสร้างงานสร้างอาชีพได้ เช่น ที่พัก โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก รวมถึงการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ทำให้มีการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่าเป็นกลไกหลักสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยภาครัฐมีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการด้านภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอย่างต่อเนื่องทุกช่องทาง และมีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ทุกรูปแบบอีกด้วย สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดผลดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะต่างจังหวัด ซึ่งในแต่ละจังหวัดต่างก็มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดแข็งของแต่ละภาคต่อกันในภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีความหลากหลายตามภูมิภาคศิลปะและวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่บ่งบอกเอกลักษณ์ความเป็นไทย (สว่าง เสวณะนะ, 2556) จากการสำรวจโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2558 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดที่มีรายได้สูงสุดติดอันดับ 1 ใน 10 จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ไม่นับรวมกรุงเทพมหานคร และ หัวหินถือเป็นเมืองตากอากาศที่ได้มีการเพิ่มขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยสามารถสังเกตได้จากอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้หัวหินไม่เพียงเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่น่าพักผ่อนและมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามแล้ว การเดินทางก็สะดวกสบายไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นเมืองที่อยู่ระหว่างสองภาค คือ ภาคกลางและภาคใต้ ทำให้อำเภอหัวหินเป็นอำเภอที่มีศักยภาพในการที่จะส่งเสริมในด้านของการท่องเที่ยวและเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จะสังเกตได้จากตารางจำนวนห้องพักในเขตพื้นที่หัวหินและชะอำ ตั้งแต่ปี 2552-2560 (ทริสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ แกรนด์ โฮสพิทาลิตี้, 2559)

ภาพที่ 1.1: จำนวนห้องพักทั้งหมดในอำเภอหัวหินและชะอำ (2552-2558)



ที่มา: ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ แกรนด์ โฮสพิทาลิตี้. (2559). ภาพรวมของภาวะอุตสาหกรรมของธุรกิจการจัดหาผลประโยชน์จากอสังหาริมทรัพย์ที่ลงทุน. สืบค้นจาก <http://market.sec.or.th/public/ipos/IPOSGetFile.aspx?TransID=137639&TransFileSeq=47>.

จากสถิติจำนวนห้องพักทั้งหมดแสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญของอุปทานโรงแรมของทั้งอำเภอหัวหินและอำเภอชะอำ สะท้อนถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงมากขึ้น ถึงแม้ว่าในปี 2552 ถึง 2553 นั้นประเทศไทยได้ประสบกับปัญหาสถานการณ์ความไม่สงบภายในประเทศจากการชุมนุมทางการเมืองรวมไปถึงการบุกยึดท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่งผลเสียในระดับมหภาค และการท่องเที่ยวทั่วทั้งประเทศ ซึ่งหัวหินและชะอำเป็นสองพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ในปีถัดมาการขยายตัวในอุตสาหกรรมโรงแรมและการท่องเที่ยวในพื้นที่หัวหินและชะอำกลับมาเติบโตอย่างต่อเนื่องแต่มีการชะลอตัวลงเล็กน้อยในปี 2557 โดยการคำนวณค่าเฉลี่ยของการเติบโตแบบทบต้น (CAGR) ตั้งแต่ปี 2552 ถึงปี 2558 จำนวนห้องพักในหัวหินและชะอำเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 4.33 ต่อปีและ 3.14 ต่อปีตามลำดับ ถือได้ว่าในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา ทั้งสองพื้นที่มีแนวโน้มการเติบโตในอุปทานที่ดีและเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างเห็นได้ชัดเจน จากการสำรวจของบริษัท โจนส์ แลง ลาซาลส์ (ประเทศไทย)

จำกัด พบว่าในปี 2559 เขตพื้นที่หัวหินและชะอำมีจำนวนห้องพักที่เพิ่มขึ้นจากสถานพักแรมที่เปิดให้บริการใหม่ จำนวน 477 ห้อง และคาดว่าจะมีจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 1,361 ห้อง จากสถานพักแรมที่กำลังจะสร้างเสร็จและเปิดให้บริการในปี 2560 อีกด้วย จากเหตุผลดังกล่าวจึงสามารถคาดการณ์ได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่หัวหินและชะอำมีความเชื่อมั่นต่อการเติบโตในอนาคต (“ท่องเที่ยวชะอำและหัวหินบูม”, 2561)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด กำหนดสินค้า ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน และพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## 1.3 ขอบเขตในการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จึงได้กำหนดขอบเขตวิจัยได้ ดังนี้

### 1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### 1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

เก็บข้อมูลจากบุคคลทั่วไปที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยการเก็บข้อมูลจากบุคคลทั่วไปจำนวน 400 คน จากสูตรของ ทาโร ยามาเน (Yamane, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ร้อยละ 5 ช่วงเวลาที่ทำการศึกษาคือ เริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2562 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 รวมเป็นระยะเวลา 7 เดือน

### 1.3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยรายละเอียดที่จำเป็น ดังต่อไปนี้

#### 1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบไปด้วย

1) ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ (1) อายุ (2) รายได้ และ (3) สถานภาพ

## 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

- การเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- ระยะเวลาและช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

1.3.3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.4.2 เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.4.3 ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำผลงานการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดได้

1.4.4 ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะ หรือลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ รายได้ เป็นต้น

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำการแสดงออกทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ที่ไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม บุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม จะประกอบไปด้วย พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่บุคคลอื่นสามารถรับรู้และสังเกตเห็นได้ โดยใช้ประสาทสัมผัส เช่น การเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ระยะเวลาและช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เป็นต้น และในส่วนของพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว คือ การทำงานของส่วนต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมถึงความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมไว้อยู่ภายใน ที่มีความสัมพันธ์กันและส่วนใหญ่พฤติกรรมภายในจะเป็นตัวคอยกำหนด พฤติกรรมภายนอก

ความตั้งใจ หมายถึง เจตนาหรือความต้องการที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น ๆ โดยความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสามารถแสดงออกถึงพฤติกรรมภายนอกได้ โดยที่บุคคลอื่นสังเกตเห็นได้จากการกระทำและสัมผัสได้ถึงความต้องการที่จะตอบสนองต่อความตั้งใจนั้น ๆ

ความตั้งใจที่จะเดินทาง หมายถึง เจตนาหรือความต้องการที่จะเดินทางไปยังสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลทั่วไปมีภูมิลำเนาอยู่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว



## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสารและงานที่วิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ประวัติและความเป็นมาของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2.2 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจจะเดินทางไปท่องเที่ยว
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 สมมุติฐานการวิจัย
- 2.8 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

#### 2.1 ประวัติความเป็นมา ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พ.ศ. 2454 หัวหินถือกำเนิดเป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ ผู้คนที่อาศัยอยู่มีจำนวนไม่มากนัก ผู้คนส่วนใหญ่ทำการประกอบอาชีพทางด้านการประมง ต่อมาได้มีการอพยพเข้ามาเพื่อทำมาหากินจากทะเลแวกใกล้เคียง และมีการประกอบอาชีพในหมู่บ้านเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เกิดความเจริญ และจากชุมชนเล็ก ๆ ก็ได้ขยายตัวเมืองออกไปอีก จนทางราชการได้สร้างทางรถไฟมาถึงที่หัวหิน

พ.ศ. 2468 การรถไฟแห่งประเทศไทยได้ก่อสร้าง โรงแรม ซึ่งเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งได้มาตรฐานเพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการ

พ.ศ. 2469 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ท่านได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังไกลกังวลขึ้นเป็นครั้งแรก

พ.ศ. 2473 ใช้เป็นสถานที่แปรพระราชทานเพื่อที่จะทรงเสด็จมาประทับแรมในห้วงฤดูร้อน สถานที่แห่งนี้ถือเป็นเอกลักษณ์อันสวยงามทรงคุณค่า เป็นที่เชิดหน้าชูตาของชาวหัวหินมาจนถึงทุกวันนี้

พ.ศ. 2475 หัวหินได้มีเปลี่ยนแปลงเป็นกิ่งอำเภอหัวหิน ขึ้นกับอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พ.ศ. 2492 ทางราชการได้เปลี่ยนจากกิ่งอำเภอหัวหินขึ้นเป็นอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งปัจจุบันตั้งอยู่บริเวณ ถนนเพชรเกษมแนวใหม่ ตำบลทับใต้ อำเภอหัวหิน โดยมีนายอำเภอคนแรก คือ นายเอื้อน จารุรัตน์ และนายสุทธิพงษ์ คล้ายอุดม เป็นนายอำเภอหัวหิน

คนปัจจุบัน

อำเภอหัวหิน มีเนื้อที่ทั้งหมด 911 กิโลเมตร ได้แยกเป็นพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน ออกเป็น 86.36 ตร.กม. พื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลหนองพลับอีก 12.98 ตร.กม. และนอกเขตเทศบาล 839 ตร.กม.

อำเภอหัวหินมีประชากรมีจำนวนประชากรทั้งหมดทั้งสิ้นรวม 90,648 คน (ข้อมูลปี 2560)มีจำนวนประชากรชายรวม 44,839 คน มีจำนวนประชากรหญิงรวม 45,809 คน ความหนาแน่นของประชากรอยู่ที่ 99.50 คน/ตร.กม. และการคมนาคมสามารถเดินทางได้โดย ทางรถยนต์โดยใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 ทางรถไฟ ทางเรือขนส่ง และทางอากาศ

ลักษณะทางภูมิอากาศเป็นแบบมรสุม มี 3 ฤดู เริ่มตั้งแต่ฤดูร้อน คือ เดือนมีนาคม ไปจนถึงเดือนพฤษภาคม ของทุกปี ต่อมาฤดูฝน คือ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ไปจนถึงเดือนตุลาคม ของทุกปี และฤดูหนาว คือตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนไปจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี

ประชากรส่วนใหญ่มักจะอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน ซึ่งจะประกอบด้วยตำบลหัวหิน และตำบลหนองแก ทั้งนี้มีโรงงานอุตสาหกรรมทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กจำนวนมาก ได้แก่ โรงงานน้ำแข็ง โรงงานสับปรดกระป๋อง โรงงานปลาป่น โรงงานทำเชือกมนิลา โรงงานผลิตปลาหมึกตากแห้ง กุ้งแห้ง และโรงงานทอผ้าพื้นเมือง ได้แก่ ผ้าไหมพัสดร์ เป็นต้น ซึ่งแต่ละปีโรงงานเหล่านี้ได้สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก

ประชากรที่อาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลหัวหิน ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพทางด้านธุรกิจ โรงแรม การให้บริการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ธุรกิจเอกชน การค้าขาย การประมง ไปจนถึงอาชีพรับจ้างทั่วไป สภาพโดยทั่วไปหัวหินมีฐานะทางเศรษฐกิจและค่าครองชีพจัดอยู่ในเกณฑ์ที่สูง

ประชากรที่อาศัยอยู่นอกเทศบาลตำบลหัวหิน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรม เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทางเกษตร และได้มีการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ พืชผลที่สำคัญ ได้แก่ มันสำปะหลัง อ้อย มะนาว สับปรด ผลไม้ชนิดต่าง ๆ ป่าไม้ และรับจ้างทั่วไป สภาพโดยทั่วไปจะมีฐานะทางเศรษฐกิจจัดอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง อาชีพเสริม ได้แก่ การให้บริการแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น การให้บริการด้านที่พัก โรงแรม รีสอร์ท รวมทั้งสถานบริการต่าง ๆ ทำให้ประชาชนมีงานเสริมและรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม

ในด้านทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของอำเภอหัวหินประกอบไปด้วย สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ แหล่งน้ำธรรมชาติ และป่าไม้ (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหัวหิน, 2559)

## 2.2 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.2.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) ลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความเฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่น อาจมีเรื่องราวทางศิลปวัฒนธรรมที่เข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องกับ

ระบบนิเวศ ในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้มีส่วนร่วมในการจัดการกับสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยจะมุ่งเน้นทุกคนให้เกิดจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาระบบนิเวศให้เป็นไปอย่างยั่งยืน ซึ่งการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่งนั้น จะต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องรวมถึงมีกิจกรรมที่ส่งเสริม ให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น ๆ

2.2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) คือ สถานที่หรือกิจกรรมที่ถูกจัดขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และสามารถใช้เพื่อตอบสนองความสนใจเป็นพิเศษของแต่ละบุคคล ซึ่งจะมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ เสริมแต่งเพิ่มเติมได้อีกตามแต่ละยุคสมัย มีกิจกรรมที่ให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลาย ๆ แห่ง ตัวอย่างเช่น แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุทยานธรรมชาติและเทคโนโลยี และอุตสาหกรรม MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) และพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

2.2.3 แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา รวมไปถึงสถานที่หรือสิ่งก่อสร้างที่มีมาจากในอดีตหรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในทางประวัติศาสตร์ เช่น พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณสถาน กำแพงเมือง ชุมชนโบราณ คูเมือง วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม เป็นต้น

2.2.4 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) คือ สถานที่ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเป็นผู้สร้าง แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ความวิจิตรตามสภาพทางธรรมชาติ มีความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นสัญลักษณ์แห่งสถานที่นั้น ๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะมีความเป็นพิเศษ มีสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางหรืออาจเป็นทางวิชาการ โดยมักจะเปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติที่วิจิตรและสวยงามเหล่านี้ มักจะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนโดยไม่ขาดสาย

2.2.5 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง (Recreational Attraction) คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์ก่อสร้างขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ อาจจะมีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความมีชีวิตชีวา ความสนุกสนาน และค้นหาความรู้ใหม่ ๆ ถึงจะไม่มี ความเกี่ยวพันหรือสัมพันธ์กันทางประวัติศาสตร์และถึงแม้จะไม่มี ความหมายหรือความสำคัญในแง่ของทางประวัติศาสตร์ แต่ก็ยังคงมีศิลปะเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่นั้น ๆ ตัวอย่างเช่น สวนน้ำ สวนสัตว์ สถานบันเทิง เป็นต้น

2.2.6 แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีขนบธรรมเนียมประเพณี มีคุณค่าทางศิลปะและที่เป็นมรดกถ่ายทอดสืบต่อกันมา



ตัวอย่างเช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง งานประเพณี การแต่งกาย วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ชนเผ่า ภาษา เป็นต้น

2.2.7 แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดหรือชายทะเล (Beach Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นชายหาดที่ดึงดูดใจความสนใจของให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเป็นจำนวนมาก เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติของผู้มาเยือน อาจมีกิจกรรมเสริมสร้างความรู้เข้าไปด้วย ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การขี่ม้า ถ่ายรูปภาพ เป็นต้น

2.2.8 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก (Waterfall Attraction) สถานที่ที่มีน้ำตกที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ธารน้ำ ความร่มเย็น สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินและนันทนาการให้กับผู้มาเยือน อาจเสริมกิจกรรมเพื่อเพิ่มเติมความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การถ่ายรูป การเดินสำรวจน้ำตก การเล่นน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การตกปลา การล่องแก่ง และการดูนก เป็นต้น

2.2.9 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ (Cave Attraction) คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีถ้ำที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนให้ได้สัมผัสและใกล้ชิดกับธรรมชาติ สร้างความตื่นเต้น เพลิดเพลิน และอาจมีกิจกรรมเสริมความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การไปทัศนศึกษาเป็นหมู่คณะเพื่อการศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่าง ๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิก การเข้าชมบรรยากาศ การถ่ายรูปภาพ หรือถ่ายสารคดี เป็นต้น

2.2.10 แหล่งท่องเที่ยวช้อปปิ้ง (Shopping Attraction) หมายถึง สถานที่ที่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการ มีผู้ขายและผู้บริโภค พื้นที่ร้านค้าจะประกอบไปด้วยร้านค้าหลากหลายประเภท ทั้งร้านอาหาร ร้านหนังสือ ของที่ระลึก ฯลฯ เพื่อให้เกิดความหลากหลายมากที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

พรชนก จิรวุฒาภรณ์ (2553 อ้างใน ผ่องพิมล พิจารณ์สรณ์, 2556) กล่าวว่าไว้ในส่วนขนาดของประชากร (Population Size) ในที่นี้หมายถึง จำนวนมนุษย์ที่สามารถนับได้ที่อาศัยอยู่ในเขตใดเขตหนึ่ง ยังมีประชากรอยู่มากเท่าไรก็ยิ่งมีความต้องการเพิ่มขึ้น และยิ่งมีมาก ความต้องการก็ยิ่งหลากหลาย ช่องทางการประกอบธุรกิจก็มีหลากหลายเพิ่มขึ้นตามลำดับของจำนวนประชากร แต่ว่าขนาดของตลาดแต่ละแห่งจะคุ้มค่าแก่การลงทุนหรือไม่นั้น จะต้องอาศัยหรือมีตัวแปรอื่นมาประกอบด้วย เช่น อำนาจหรือกำลังซื้อของประชากร ที่นักการตลาดจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ

จะต้องมีการติดตามและตรวจสอบแนวโน้มของประชากรตลอดเวลา การแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) มีการแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่ม ๆ โดยใช้เกณฑ์ตัวแปรประชากรศาสตร์ เช่น รายได้ อาชีพ เพศ อายุ ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ นิยมใช้กันมากในการที่จะระบุถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม เหตุผลก็คือสนใจ ความชอบ หรือความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งอัตราการใช้ จะใช้มากหรือใช้น้อยก็ล้วนแล้วแต่มีความเกี่ยวพันกันกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์จัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่ใช้ง่ายที่สุดแล้วกว่าตัวแปรอื่นในการกำหนดตัวแปรต้น ไม่ว่าจะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องอะไรอยู่ ตัวอย่างเช่น ใช้บุคลิกภาพเป็นเกณฑ์แบ่งส่วนแบ่งทางตลาดก็ต้องใช้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ แต่ถ้าต้องการจะรู้ขนาดของตลาดเป้าหมายดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพนั้น องค์ประกอบของตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Population Compositions) ที่ใช้ มีดังนี้

### 1) อายุ

ขบวนการขั้นตอนของวงจรชีวิต ความสนใจ ความชอบ ความสามารถและความต้องการของผู้บริโภคมักจะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงอายุ ผู้ประกอบการบางรายจะใช้อายุและขั้นตอนของวงจรชีวิตเพื่อที่จะเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน หรือวิธีการทางการตลาดแตกต่างกันกับกลุ่มอายุและวงจรชีวิตที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ประกอบการแต่ละแหล่งใช้สินค้าหรือบริการแตกต่างกัน และจงใจเฉพาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น เช่น เป๊ปซี่มูงที่วัยรุ่น มีการโฆษณาโดยใช้ดนตรีสำหรับวัยรุ่นและใช้ฟรีเซ็นต์เตอร์ เพื่อวัยรุ่น เป็นต้น

### 2) สถานะภาพ

สถานะภาพ ของผู้บริโภค จะต้องพิจารณาถึงแนวโน้มของการเป็นอยู่ว่าโสด หรือสมรสแล้ว เพราะทั้ง 2 อย่างนี้ ค่อยข้างมีความแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น หากสมรสแล้วความต้องการหรือการที่ต้องตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการก็จะเป็นในลักษณะครอบครัว การมีส่วนร่วมร่วมกันในการตัดสินใจซื้อ ส่วนผู้บริโภคที่โสดความต้องการตัดสินใจซื้อจะเป็นไปในลักษณะของใช้ส่วนตัวของตนเองมากกว่า หรือมีปริมาณการซื้อหรือใช้ที่น้อยกว่า เป็นต้น

### 3) รายได้

รายได้และกำลังการจ่ายของผู้บริโภค สามารถเป็นตัวบ่งบอกให้กับนักการตลาดว่าควรกำหนดการวางแผนการกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม โดยหลักการทั่วไปแล้วนั้น ถ้าผู้บริโภคดำรงตำแหน่งสูงและมีรายได้มากก็มักจะมีอำนาจในการซื้อสินค้าหรือบริการที่ง่ายและสะดวกสบายกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยที่ต้องกังวลเกี่ยวกับราคาของสินค้าจึงจะค่อนข้างที่จะใช้สอยอย่างประหยัด

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวเป็นส่วนที่แสดงถึงลักษณะต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานะภาพ รายได้ เป็นต้น ซึ่ง

คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันก็จะส่งผลความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันด้วยในปัจจุบันได้มีนักวิชาการให้แนวคิดต่าง ๆ ไว้ ดังนี้

เดิมศักดิ์ สุวรรณประกาศ (2541 อ้างใน สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน, 2555) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านอายุ เป็นองค์ประกอบทางด้านพื้นฐานของนักท่องเที่ยวและมีส่วนสำคัญที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ

2) องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ สามารถใช้เป็นตัวชี้วัดและเปรียบเทียบสภาวะฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน

ณัฐชามณูช สุวิทย์พันธ์ (2545 อ้างใน สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน, 2555) กล่าวถึง องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านอายุ เป็นปัจจัยที่มีผลในการใช้วีเคราะห์ ซึ่งอายุที่มีความแตกต่างกันนั้นก็จะส่งผลให้การตัดสินใจต่างกันด้วย

2) องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของนักท่องเที่ยวและเป็นส่วนสำคัญ ในการกำหนดความแตกต่างที่เกี่ยวกับแนวคิด พฤติกรรม รูปแบบความชื่นชอบในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลด้วย

ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์ (2551) ได้กล่าวว่า สถานภาพสมรสหรือแต่งงานแล้ว หมายถึง การออกเรือน ซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น สมรส หย่าร้าง เป็นม่าย หรือแม้กระทั่งการแยกกันอยู่ ลักษณะความเชื่อทางด้านศาสนา หรือแม้แต่ความแตกต่างทางด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ย่อมส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อสถานภาพการสมรส ซึ่งมักจะมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ข่าวสาร สถานภาพสมรสของบุคคลจะเป็นตัวบ่งชี้ต่อความมีอิสระแก่การตัดสินใจและมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร ผู้หญิงที่สมรสแล้วและผู้หญิงที่ยังโสดก็ย่อมแตกต่างกันด้านกระบวนการรับรู้ข่าวสารเพราะอิทธิพลของคนรอบข้าง และจากสภาพครอบครัว

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยที่นิยมนำมาใช้ศึกษากันมากที่สุด โดยอาศัยตัวแปรศึกษา ได้แก่ อายุ สถานภาพ รายได้นั้นสามารถนำไปใช้ในการตั้งคำถามในแบบสอบถามในส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่ม เพื่อใช้ทดสอบว่าประชากรแต่ละกลุ่มจะมีค่านิยมตลอดจนความคิดเห็นที่แตกต่างกันในการท่องเที่ยวอย่างไร

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผดนิทรา ธนะเพชร (2556) กล่าวว่า ให้นักท่องเที่ยว คือ การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสามารถสังเกตเห็นหรือไม่เห็นการกระทำสิ่งเหล่านั้นได้หรือไม่ก็ตาม สาเหตุหลักก็ตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ของแต่ละบุคคล

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ การที่นักท่องเที่ยวนั้นประพฤติหรือปฏิบัติ มักจะเป็นการแสดงออกต่าง ๆ ในขณะช่วงเดินทางท่องเที่ยว อาจแสดงออกเป็นคำพูด ท่าทางหรือแม้แต่การกระทำสีหน้า ตัวอย่าง เช่น รับประทานอาหาร การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว การถ่ายรูปภาพ เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกดังกล่าวอาจมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคนที่จะมีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันไป ไม่ก็อาจมาจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับขณะนั้น

กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลแสดงออก โดยเกี่ยวพันกันกับการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่าบุคคลเหล่านั้น มีพฤติกรรมเป็นอย่างไร และมีความพึงพอใจอย่างไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมไปถึงกระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ ในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่าส่งต่อการท่องเที่ยวอย่างไร

### 2.4.1 วัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ผดนิทรา ธนะเพชร (2556, หน้า 25) ได้กล่าวว่า วัตถุประสงค์หลักในการทำการศึกษเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อที่จะประมาณการจำนวนของนักท่องเที่ยวที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละช่วงฤดู
- 2) เพื่อนำไปประกอบการวางแผนพัฒนาศักยภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการ
- 3) เพื่อวางแผนการส่งเสริมการตลาด
- 4) เพื่อวางแผนป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา
- 5) เพื่อวางแผนและนำไปพัฒนาต่อยอดในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

การศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวถือเป็นเรื่องของการใช้หลักเหตุผล หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งก็คือหลักการใช้เหตุผล เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับองค์ประกอบของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาและที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต มาประมาณการผลและหาแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้จะประสบผลสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความสามารถ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของแต่ละองค์กร หรือบุคคลนั้น ๆ

การวางแผนและดำเนินการใด ๆ ก็ตาม หากผู้ศึกษาไม่เข้าใจถึงพฤติกรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของการตลาดมีความต้องการ และเป้าหมาย มักจะเป็นเรื่องค่อนข้างลำบากจนอาจจะเกิดปัญหาในอนาคตได้ มาคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นโดยเหตุนี้การที่จะประสบผลสำเร็จในด้านการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับแต่ละความสามารถของบุคคลกรในองค์กรนั้น ๆ ว่ามีประสบการณ์และมีความรอบรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการดำเนินการอย่างไร

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ที่จะแสดงออกต่างกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่ามีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ มีความชอบหรือไม่ชอบสถานที่เหล่านั้น ต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนี้ก็เพื่อที่จะรวบรวมข้อมูลและวางแผน เพื่อที่จะหาทางพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการให้สอดคล้องกับความพึงพอใจและความต้องการของตลาดต่อไปในอนาคต

#### 2.4.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ปັນสยา สิริรุ่งโรจน์กนก (2559) ระบุไว้ว่า ในส่วนของพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่จะเกิดขึ้นมักจะมีองค์ประกอบ 7 ประการ ต่อไปนี้

1) เป้าหมาย คือ ทุกการกระทำที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ ตัวอย่างเช่น นักวิ่งมักจะมีเป้าหมายเป็นสถานที่ ๆ ใช้ในการวิ่งและเส้นชัยที่อยู่ข้างหน้า หรือ ครอบครัวที่จะพาลูก ๆ ออกเดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุด ส่วนใหญ่ก็มักจะมีเป้าหมายเป็นสถานที่ที่ลูก ๆ อยากไปอยู่ในใจอยู่แล้ว เป็นต้น

2) ความพร้อม คือ ความพร้อมก่อนจะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ทั้งความพร้อมทางด้านอารมณ์ วุฒิภาวะ ความพร้อมทางด้านเวลา ความพร้อมทางด้านสุขภาพและจิตใจ ตัวอย่างเช่น นักวิ่งที่มีเป้าหมายเป็นเส้นชัยและสถานที่ ๆ จะวิ่งแล้วยังต้องมีความพร้อมทางด้านจิตใจและสุขภาพ ประกอบกับเวลา เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการในการวิ่งให้สำเร็จลุล่วง เป็นต้น

3) สถานการณ์ คือ สภาวะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือโอกาสที่เอื้อต่อการเลือกที่จะจัดกิจกรรมหรือกระทำกิจกรรม เพื่อให้บรรลุความตามต้องการของบุคคลนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น นักวิ่งที่จะลงแข่งขันหากมีฟ้าฝนคะนองหรือฝนตกก็ไม่ควรจะออกวิ่ง เป็นต้น

4) การแปลความหมาย คือ วิธีการหรือกระบวนการคิดแบบต่าง ๆ ในแต่ละสถานการณ์ ใช้ตอบสนองความต้องการที่พอใจให้ได้มากที่สุด ใน ตัวอย่างเช่น เวลาเข้าก่อนที่จะออกไปทำกิจกรรม ควรจะเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวจะต้องรับประทานอาหารเช้าก่อนออกไปทำกิจกรรม เป็นต้น

5) การตอบสนอง คือ การบรรลุการกระทำกิจกรรมบางอย่าง เพื่อเป็นการการตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยผ่านกระบวนการเลือกและคัดสรรค์ และตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่ได้ตัดสินใจจะไปเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ต้องมีการวางแผนการ

เดินทางท่องเที่ยวหรือจองสิ่งอำนวยความสะดวกหรือที่พักไว้ล่วงหน้า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนั้น ๆ เป็นต้น

6) ผลลัพธ์ที่ตามมา เป็นผลที่เกิดจากการกระทำบางอย่าง ที่อาจจะได้ผลตามที่ตั้งใจหรือคาดหวังเอาไว้หรือไม่ก็ได้ก็ตามแต่ ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่กำลังเดินทางกลับจากสนามบินฮ่องกง แต่ปรากฏเหตุการณ์ขมขุมประท้วงจนเป็นเหตุให้สายการบินยกเลิกเที่ยวบิน จึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยว ไม่สามารถบินกลับได้ตามแผนที่วางไว้ตั้งแต่แรก เป็นต้น

7) ปฏิกริยาที่มีต่อความผิดหวัง เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นหากกิจกรรมหรือสิ่งที่วางแผนไว้แล้วไม่เป็นไปอย่างที่ตั้งใจไว้หรือไม่บรรลุเป้าหมายควรจะเป็น หรืออยากที่จะเป็นไปได้ ดังนั้นจึงต้องกลับมาวางแผนใหม่หรือเปลี่ยนความตั้งใจแรก เพื่อให้ตอบสนองความต้องการ หรือไม่ก็อาจจะล้มเลิกความต้องการนั้นไปเลยก็ได้ ตัวอย่างเช่น เหตุการณ์ประท้วงที่สนามบินฮ่องกงยืดเยื้อนานเกินไปจนกระทบกับตารางที่นักท่องเที่ยวไว้วางแผน ทำให้นักท่องเที่ยวที่วางแผนไปเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปได้เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบ ความไม่ปลอดภัยที่อาจจะเกิดขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวต้องวางแผนท่องเที่ยวใหม่ หรือไปที่อื่นรู้สึกว่าจะปลอดภัยกว่า หรืออาจจะยกเลิกไปเลยก็ได้ เป็นต้น

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

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็คือภาพโดยรวมของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเตรียมความพร้อมในเรื่องของการวางแผน การจองสิ่งอำนวยความสะดวกหรือกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้อาจจะอยู่ในขั้นตอนก่อนหรือระหว่างการท่องเที่ยว นั่น ก็เพื่อที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อที่จะให้กิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

#### 2.4.3 โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) กล่าวว่า โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการ เมื่อสิ่งกระตุ้นนั้น ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถ

คาดคะเนได้ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ จะได้รับอิทธิพลต่าง ๆ ภายในใจของผู้บริโภคแล้วจะมีการตอบสนองผู้บริโภค (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision) โดยการซื้อหรือไม่ซื้อ ซึ่งจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่การมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory

#### 2.4.3.1 สิ่งกระตุ้นภายนอก

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการสร้างขึ้นมาก็เพื่อจะใช้ดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความต้องการซื้อ โดยมีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เข้ามาเกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- ผลิตภัณฑ์ คือ การนำเสนอสินค้าหรือบริการในหลาย ๆ รูปแบบ
- ราคา คือ การกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการขึ้นมาเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และมีแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ
- สถานที่ คือ พื้นที่หรือแหล่งบริการต่าง ๆ ใช้เป็นจุดที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมาพบกัน เพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าหรือบริการ หรือเป็นพื้นที่สำหรับอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เป็นต้น
- การส่งเสริมการตลาด คือ การที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้

2) สิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) ผู้ขายหรือผู้ให้บริการไม่สามารถควบคุมสิ่งกระตุ้นความต้องการนี้ได้ อาจจะมาในรูปแบบที่จะส่งเสริม หรือเป็นอุปสรรคแก่ผู้บริโภคได้ ตัวอย่างเช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ โรคระบาด กฎหมาย รายได้ วัฒนธรรม เป็นต้น

2.4.3.2 ปัจจัยสำคัญ (ปัจจัยภายในภายนอก) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ได้แก่

1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) คือ พฤติกรรมด้าน สังคม ครอบครัว ค่านิยม ความชอบ ทศนคติ ฯลฯ ที่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีเหมือนกัน เป็นกลุ่มเป็นหมู่คณะเดียวกัน วัฒนธรรมถือเป็นความผูกพันระหว่างบุคคลเข้าด้วยกันด้วยกัน ยังเป็นตัวกำหนดความต้องการขั้นพื้นฐานของพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย คนที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันก็มักจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกันออกไป

- วัฒนธรรมพื้นฐาน (Cultural) คือ ตัวกำหนดพฤติกรรม ความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการของแต่ละบุคคล เช่น ลักษณะนิสัยของบุคคล ตัวอย่างเช่น คนใต้เป็นคนจริงจังรักพวกพ้อง เป็นต้น

- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Sub Cultural) คือ ความต้องการของการซื้อและการบริการที่แตกต่างออกไปจากกลุ่มอื่น และคนในกลุ่มก็มักจะมีพฤติกรรมที่คล้าย ๆ กัน อันเนื่องมาจากเชื้อชาติ ศาสนา ภูมิภาค หรือภูมิภาคที่ต่างกัน เช่น คนอีสานชอบทานอาหารอีสาน เป็นต้น

- ชั้นทางสังคม (Social Class) ชนชั้นทางสังคม แบ่งแบบเป็น 3 ลำดับชั้น ได้แก่ ชนชั้นสูง ชั้นกลาง และชั้นล่าง คือลำดับชั้นทางสังคมที่ถูกจัดขึ้น โดยขึ้นอยู่กับฐานะทางการเงิน ความมั่นคง ความมีชื่อเสียง อาชีพ รายได้ โดยมักจะเรียงลำดับจากระดับสูงสุดไปจนถึงระดับต่ำสุด ซึ่งชนชั้นเหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ตามการเปลี่ยนแปลงของรายได้ หรืออาชีพของแต่ละบุคคล ยิ่งรายได้ดีก็ยิ่งมีกำลังซื้อ มีความต้องการ มีความแสวงหาที่จะบริโภคตัวสินค้าหรือบริการเพิ่มสูงมากขึ้น

2) ปัจจัยด้านสังคม (Social Class) ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการในลักษณะ ประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

- กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) คือ กลุ่มที่เรียกได้ว่ามีอิทธิพลต่อค่านิยม ความคิด ความคิดเห็น ทักษะคติ ของบุคคลอื่น แบ่งได้เป็น 2 ระดับ ดังต่อไปนี้

    - กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) คือกลุ่ม คนใกล้ชิด เช่น ครอบครัว สามี ภรรยา บุตร เพื่อนสนิท เป็นต้น

    - กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) อาทิเช่น กลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง เพื่อนร่วมงาน บุคคลอื่น ๆ ในสังคม เป็นต้น กลุ่มบุคคลเหล่านี้ มักจะมีอิทธิพลต่อการเลือก พฤติกรรม การลอกเลียนแบบ อยากเป็นที่ยอมรับในสังคม นำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้อย่างง่ายดาย ผู้ประกอบการขายสินค้าหรือบริการจึงควรศึกษาว่ากลุ่มอ้างอิงนี้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไรบ้าง

- ครอบครัว (Family) ยังคงเป็นกลุ่มบุคคลที่ถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิด และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของครอบครัว

- บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) จะมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มอ้างอิง โรงเรียน สถาบันต่าง ๆ ที่ทำงาน ครอบครัว เป็นต้น แต่ละบุคคลก็จะมีสถานะที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับแต่ละกลุ่ม

3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ในที่นี้หมายถึง การตัดสินใจของผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะส่วนบุคคลต่าง ๆ เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ ปัจจัยเรื่อง อายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษา เพศ เป็นต้น

4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics) ในที่นี้หมายถึง การซื้อของแต่ละบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการจิตวิทยาทั้ง 5 ได้แก่ ทักษะคติ การเรียนรู้ การรับรู้ ความเชื่อถือ และการจูงใจ



- ทักษะ (Attitude) เรียกว่า เป็นรากฐานที่ติดตัวแต่ละบุคคลมายาวนาน มีอิทธิพลมาจากครอบครัว สังคม วัฒนธรรม หรือการเรียนรู้ การรับรู้ ความเชื่อ การได้รับการจูงใจจากบุคคลอื่น อย่างไรก็ตาม ทักษะถือเป็นเรื่องของภายในจิตใจของแต่ละบุคคลที่พร้อมแสดงการตอบสนองต่อสิ่งเราหรือสิ่งกระตุ้น ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ผ่านมาในชีวิต และส่งผลต่อการที่จะชี้แนะหรือเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมแก่บุคคลอื่น เป็นการประเมินความคิด ความรู้สึก เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความชอบ ความไม่ชอบ ต่อสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ทักษะสามารถเป็นได้ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวไปรับประทานอาหารร้านอาหารแห่งหนึ่งแล้วอาหารไม่ถูกปาก หรือพนักงานบริการพูดจาไม่ดี ก็อาจจะส่งผลในด้านลบ คือ นักท่องเที่ยวเกิดความไม่พอใจ อาจจะบอกต่อหรือเขียนรีวิวในแง่ลบ ทำให้บุคคลอื่นที่หาข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารร้านนี้อยู่ไม่ยอมมารับประทานอาหารที่ร้านก็เป็นได้ เป็นต้น ซึ่งทักษะถือเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก จึงส่งผลต่อพฤติกรรมของแต่ละบุคคลค่อนข้างที่จะคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นผู้ประกอบการค้าขายสินค้าหรือบริการควรคำนึงและพยายามที่จะปรับให้ธุรกิจนั้น ๆ สามารถเข้ากับทักษะของคนส่วนใหญ่ ถึงจะเสียเวลาหรือเสียเงินลงทุนมาก แต่ผลตอบแทนที่ได้กลับมาคุ้มค่าแก่ธุรกิจหรือกิจการนั้น ๆ อย่างแน่นอน

- การเรียนรู้ (Learning) สามารถเปลี่ยนแปลงในด้านของพฤติกรรมบุคคลได้ เนื่องจากการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ มุมมองใหม่ ๆ เข้ามาในชีวิตจากประสบการณ์ใหม่ ๆ บุคคลนั้นจะได้รับแรงกระตุ้นและมีการตอบสนองเกิดขึ้นในที่สุด

- การรับรู้ (Perception) เป็นลักษณะทางกายภาพของสิ่งเร้าต่าง ๆ อาจเกิดจากการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งบุคคลสามารถตีความ และรับรู้ข้อมูลได้ โดยมีความต้องการทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งจูงใจที่ต่างกันเป็นเงื่อนไขของแต่ละบุคคล

- ความเชื่อ (Beliefs) บุคคลมักจะมีประสบการณ์ในอดีต นำมาเป็นความคิด ซึ่งจะยึดถือเกี่ยวกับบางสิ่ง ทำให้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ

- การจูงใจ (Motivation) คือ สิ่งที่ผู้บริโภคตอบสนองออกมาในรูปแบบของพฤติกรรม การจูงใจ เป็นการสร้างแรงกระตุ้นให้แก่บุคคล โดยการชักชวน โน้มน้าว อาจจะใช้หลักการทางการตลาดเพิ่มเข้ามา เพื่อเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการ

2.4.4 ขั้นตอนและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

2.4.4.1 การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) คือ การคำนึงถึงความต้องการที่เกิดขึ้นแต่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจึงทำให้เกิดความเครียดและความกดดันตามมา ซึ่งความต้องการ

ที่เกิดขึ้นตรงนี้อาจเป็นไปได้ทั้งความต้องการขั้นพื้นฐานที่เกิดขึ้นจากสภาพร่างกาย ตัวอย่างเช่น สิ่งที่จะช่วยให้เกิดแรงกระตุ้นทางการตลาด หรือการทดลองการทำอาหารสูตรใหม่

2.4.4.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) กระบวนการตัดสินใจด้านการแสวงหาข้อมูล หมายถึง เมื่อได้รับข้อมูลจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มเพื่อน และครอบครัว เป็นต้น รับรู้ ข้อมูลการประชาสัมพันธ์จากเจ้าของสินค้า หรือผู้ใช้บริการเอง มีประสบการณ์ ที่เกิดขึ้นโดยตรงต่อสินค้าหรือบริการนั้น ทำการสืบค้นจากสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น จึงนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดด้วยการค้นหาข้อมูลสินค้าหรือบริการอย่าง สม่ำเสมอและค้นหาข้อมูลสินค้าหรือบริการทุกครั้ง เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ

2.4.4.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ลักษณะข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากแต่ละแหล่งแล้วจะทำการประเมินค่าทางเลือกในการตัดสินใจ โดยการทำการประเมินคุณสมบัติที่คาดว่าจะได้รับระหว่างสินค้าหรือบริการ เพื่อต้องการคุณภาพที่ดีที่สุด การ เปรียบเทียบราคาระหว่างสินค้าหรือบริการ เพื่อต้องการราคาที่เหมาะสมที่สุด การพิจารณา จากช่องทางจัดจำหน่ายเพื่อความสะดวกต่อการซื้อกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ การกำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ในการชีวิตและการแยกรูปแบบ หรือประเภทของสินค้าให้หลากหลายขึ้นเพื่อความสะดวกต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคตามรูปแบบ และประเภทสินค้าเหมาะสม

2.4.4.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความสำคัญของทางเลือก โดยปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคก็ไม่ต้องการระยะเวลาการตัดสินใจนาน

2.4.4.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) กระบวนการตัดสินใจด้านพฤติกรรมหลังการซื้อหมายถึง ประสบการณ์หลังการใช้ สินค้าหรือบริการ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการจะมีโอกาสกลับมาซื้อ สินค้าหรือใช้บริการซ้ำ และแบ่งปันประสบการณ์นั้นให้บุคคลอื่นทราบด้วย ซึ่งในทางตรงข้ามหากเกิดความไม่พึงพอใจ ผู้บริโภคจะเผยแพร่ประสบการณ์ด้านลบไปสู่บุคคลอื่น และไม่กลับมาซื้อซ้ำอีก (ผณินทรา ธนะเพชร, 2556)

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบความต้องการ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบทั้งที่เป็นรายบุคคล หรือแบบกลุ่ม หรือเป็นกลุ่ม เพื่อให้ทราบถึงความต้องการหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คำถามที่ได้จะช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรม การของนักท่องเที่ยว คือ 5Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย What Why Who When Where และ How (วศินี นวฤทธิ์ศิริน, 2556)

1) What แหล่งที่ท่องเที่ยว คำถามนี้ เพื่อต้องการทราบถึงสิ่งที่ตลาดต้องการว่า ต้องการสินค้าหรือบริการแบบไหน (Objects) เป็นการกำหนดสิ่งนี้นักท่องเที่ยวต้องการ โดยอาศัย องค์ประกอบของสินค้าหรือบริการ เช่น รูปแบบ แปรนตร์ คุณภาพ บริการ การบรรจุสินค้า นวัตกรรม เป็นต้น และความแตกต่างที่มองแล้วดูเหมือนว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation) เช่น การ พนักงานบริการยิ้มแย้มใส่ใจลูกค้าอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน เป็นต้น

2) Why เหตุผลที่มาท่องเที่ยว คำถามนี้ เพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งทางด้านร่างกายและ ด้านจิตใจของนักท่องเที่ยว

3) Who ใครเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คำถามนี้ เพื่อต้องการที่จะทราบเกี่ยวกับ บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อทางเลือกตัดสินใจท่องเที่ยว ประกอบด้วย บุคคลที่ ริเริ่ม นักท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย ผู้ที่มีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยว บุคคลที่ ตัดสินใจหรือบุคคลที่มีส่วนตัดสินใจร่วมในการตัดสินใจ

4) When ระยะเวลาที่ท่องเที่ยว คำถามนี้ เพื่อทราบถึงโอกาสในการท่องเที่ยว เช่น ช่วงเดือน ไต หรือฤดูการใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาล วันสำคัญต่าง ๆ เป็นต้น

5) Where ท่องเที่ยวที่ไหน คำถามนี้ เพื่อทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่นักท่องเที่ยวไป ท่องเที่ยว หรือใช้บริการ เพื่อนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ของทางการจัดจำหน่าย

6) How ท่องเที่ยวอย่างไร คำถามนี้ เพื่อทราบถึงขั้นตอนการเลือกตัดสินใจท่องเที่ยว หรือ กระบวนการท่องเที่ยว ที่ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางการ เลือก การ ตัดสินใจท่องเที่ยวและความรู้ภายหลังการท่องเที่ยว

#### 2.4.5 พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ผฉินทรา ธนะเพชร (2556, หน้า 36) ระบุไว้ว่า การศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวนี้ เพื่อต้องการให้ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการ ท่องเที่ยวและบริการสามารถที่จะตอบสนองในเรื่องของความต้องการหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ละบุคคลเพื่อให้ได้กับความพอใจสูงสุด ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการ ตัดสินใจท่องเที่ยว ได้แก่ ความคิดหรือท่าทางของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการ ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งรวมถึงกระบวนการ ขั้นตอนต่าง ๆ ในการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว โดยสามารถทำการสรุปได้ว่าขั้นตอน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลกับ การตัดสินใจท่องเที่ยว มีขั้นตอนสำคัญอยู่ทั้งหมด 9 ขั้นตอนเรียงตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 สื่อหรือการส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) คือ การอำนวยความสะดวกในการให้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ที่สนใจผ่านหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องและทางสื่อต่าง ๆ หลากหลายช่องทาง เพื่อให้ประสิทธิภาพในการหาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่กลุ่มเป้าหมาย อาทิเช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร เว็บไซต์การท่องเที่ยว สื่อสังคมออนไลน์ สายการบิน โรงแรม บริษัททัวร์ หรือแม้แต่บอกต่อปากต่อปาก เป็นต้น ซึ่งมักจะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิศาสตร์ ความปลอดภัย การเดินทาง การคมนาคม เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการที่จะท่องเที่ยวของแต่ละคน (Need) บุคคลโดยทั่วไปนั้นมีความต้องการที่จะเสริมเติมสิ่งที่ขาดหายไปกลับมาเข้าในชีวิตเป็นเรื่องปกติ เพื่อเพิ่มสีสันให้กับชีวิต สร้างประสบการณ์ใหม่ ดังนั้นการได้ออกเดินทางท่องเที่ยวเปลี่ยนบรรยากาศไปในที่ใหม่ ๆ จึงเป็นกิจกรรมอีกหนึ่งอย่างที่นักท่องเที่ยวมักจะให้ความสนใจเป็นพิเศษ และหลังจากที่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้เห็นหรือได้รับรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวที่สนใจแล้วก็มักจะมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นในความคิดของแต่ละบุคคลอยู่แล้ว ที่สำคัญนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็ต้องการสิ่งที่คุ้มค่าและดีที่สุดในราคาที่ไม่สูงมาก บริการดี สะอาด สะดวก และปลอดภัย

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากออกเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) แรงผลัก คือ สิ่งผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความอยากไปท่องเที่ยว
- 2) แรงดึง คือ สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากไปชมสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น ๆ

ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) ถือเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและเกิดความต้องการที่จะอยากเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังเกิดแรงกระตุ้นจากแรงจูงใจจนทำให้จินตนาการภาพในความคิดว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน ไปเมื่อไหร่ ไปยังไง ไปกับใคร ไปเพื่อทำอะไร ต้องการพักสถานที่ประเภทไหน จะใช้เวลาท่องเที่ยวกี่วัน ไปกี่สถานที่ ฯลฯ จากนั้นก็มักเกิดการเปรียบเทียบระหว่างแต่ละอย่างให้ลงตัวที่สุด โดยจะคำนึงถึงความประหยัด คุ้มค่า ปลอดภัย สะอาด สะดวกสบาย การบริการที่ดี เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในขั้นตอนต่อไป ทั้งนี้สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้จินตนาการไว้ในความคิดก็อาจจะมึ่ทั้งบวกและลบอยู่ก็ได้ ตัวอย่างเช่น ประเทศสิงคโปร์ มีความปลอดภัยสูง แต่ค่าครองชีพก็สูงเช่นกัน เป็นต้น จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวมีปัจจัยในการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวอยู่ 8 ประการ ดังต่อไปนี้ (เรียงตามลำดับ)

- 1) ไปที่ไหน
- 2) ไปเมื่อไร
- 3) ไปทางใด (ขับรถ หรือนั่งเครื่องบิน)
- 4) ไปนานแค่ไหน
- 5) ไปกับใครบ้าง

- 6) ไปเพื่ออะไร
- 7) ไปพักสถานที่แบบไหน
- 8) ไปกี่ที่ที่ละกี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 วางแผนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) เมื่อนักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจแล้วว่าจะไปเที่ยวที่ไหน ขั้นตอนต่อไปก็คือศึกษาและคำนวณค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการท่องเที่ยว นั้น ๆ อย่างละเอียดรอบคอบ ไม่ว่าจะเป็นค่าโรงแรมที่พัก ค่าพาหนะที่ใช้ในการการเดินทาง ค่าอาหาร ค่าของฝากหรือของที่ระลึก ค่ารักษาพยาบาล เงินสำรองในการท่องเที่ยวเพื่อกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน เป็นต้น ในการวางแผนด้านค่าใช้จ่ายสำหรับนักท่องเที่ยวบางรายต้องคำนวณค่าใช้จ่ายทั้งหมดก่อน แล้วค่อยเก็บออมเงินเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวครั้งนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจจะต้องไปกันทั้งครอบครัวในช่วงวันหยุดเทศกาลอาจจะต้องคำนวณกับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการฝากบ้านด้วย หรือนักท่องเที่ยวบางรายมีสัตว์เลี้ยงที่เลี้ยงไว้หากจะเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็ต้องคำนวณค่าฝากสัตว์เลี้ยงไว้ข้างนอกอีกด้วย บางรายเดินทางไปท่องเที่ยวพร้อมกับกลุ่มเพื่อนบางครั้งก็ต้องวางแผนหรือจองการท่องเที่ยวตั้งแต่เนิ่น ๆ หากเดินทางโดยสายการบินก็ต้องมีค่าใช้จ่ายในการจองตั๋วเครื่องบินก่อน เพราะยิ่งจองก่อนล่วงหน้านานเท่าไร หรือมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจช่วงนั้น ก็มักจะทำการจองไว้ก่อนล่วงหน้าก่อนวันเดินทางจริง เพราะราคาก็มักจะยิ่งถูกกว่าทำการจองในวันที่ใกล้จะเดินทาง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวางแผนก่อนเสมอ

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมตัวหรือการเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) ก็คือหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและวางแผนในเรื่องของค่าใช้จ่ายเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนมาที่นักท่องเที่ยวจะต้องทำนั้นก็คือ การจองสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม ที่พัก หากเดินทางไปต่างประเทศต้องใช้เอกสารการเดินทาง การขออนุญาตเข้าประเทศ การแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศ การเช่ารถ เป็นต้น และหากจะต้องเดินทางไปต่างจังหวัดก็ต้องมีการเตรียมตัวเตรียมความพร้อมเหมือนกัน เช่น จะเดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยทางรถยนต์ส่วนตัว สิ่งที่ต้องเตรียมตัวก่อนออกเดินทางก็คือ การจัดการจองที่พัก จัดการของสิ่งอำนวยความสะดวก เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอาไว้ ศึกษาเส้นทาง ตรวจสอบเช็คสภาพรถยนต์ และต้องเตรียมสภาพร่างกายและจิตใจให้พร้อมก่อนการออกเดินทาง และของใช้ส่วนตัว ยารักษาโรคประจำตัว (หากมี) เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) คือ การออกเดินทางจากจุดเริ่มต้น ไปยังจุดหมายปลายทางคือสถานที่ท่องเที่ยวตลอดจนการเดินทางกลับมายังจุดเริ่มต้นอย่างปลอดภัย ตัวอย่างเช่น จะออกเป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเดินทางขับรถจากบ้านไปท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ก็จะต้องมีการตรวจสอบสภาพรถเป็นระยะ มีการจอดพักรถ ศึกษาเส้นทางที่จะนำไปที่

พัก ร้านอาหาร หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ตามที่ตั้งใจจะเดินทางไป เป็นต้น ขึ้นตอนระหว่างเดินทางนี้เป็นขั้นตอนที่ส่งผลต่อการจะที่เดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกต่อให้คนอื่นรับรู้ หากได้รับประสบการณ์ที่ดี นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ก็มักจะบอกต่อให้คนใกล้ชิดที่มาท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ หรือตนเองกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์ท่องเที่ยวครั้งนั้นของนักท่องเที่ยว (Experience) หลังจากนี้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่ตั้งไว้แล้ว ขั้นตอนนี้เป็นขั้นที่นักท่องเที่ยวจะประเมินผลจากสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับในครั้งนี้ อาจจะทำให้เกี่ยวกับสถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การบริการ อาหาร ผู้คน ความสะอาด ความน่าอยู่ของเมือง ความสะดวกสบายในการเดินทาง ซึ่งก็จะได้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยจะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากการที่ไปท่องเที่ยว ถือเป็นประสบการณ์ทางบวก ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของที่พัก ร้านอาหาร หรือการบริการ หากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีก็มักจะบอกต่อในทางที่ดีและอาจจะกลับมาท่องเที่ยวอีก

2) นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ ถือว่าเป็นประสบการณ์ทางลบของนักท่องเที่ยว อาจเกิดจากความผิดหวังจากสถานที่นั้น ๆ ไม่สวยงามตามที่คาดหวัง หรือได้รับการบริการที่ไม่ดี อาหารไม่อร่อย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ถือเป็นประสบการณ์ที่ไม่ดี นักท่องเที่ยวก็มักจะจดจำและอาจจะไปบอกต่อแก่บุคคลอื่นไม่ให้ยากไปท่องเที่ยวสถานที่แห่งนั้น หรือตัวนักท่องเที่ยวเองไม่กลับไปท่องเที่ยวสถานที่แห่งนั้นอีกก็เป็นได้

ขั้นตอนที่ 9 มุมมองและทัศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) จะเกิดขึ้นหลังจากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีแล้ว นักท่องเที่ยวก็มักจะพูดต่อไปในทางที่ดี หรือกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดี เกิดความไม่พอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวครั้งนั้น ก็อาจจะบอกต่อในทางที่ไม่ดีทำให้คนอื่นที่ไม่เคยมาเกิดความลังเล หรือไม่อยากเดินทางไปยังสถานที่นั้นเลย หรือตัวนักท่องเที่ยวเองไม่กลับมาท่องเที่ยวสถานที่นั้นอีกต่อไป

จากแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยพอสรุปความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ให้มีความหมายว่า นักท่องเที่ยวแต่ละคนก่อนที่จะออกเดินทางไปท่องเที่ยวจะต้องผ่านกระบวนการขั้นตอน ตั้งแต่ก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และหลังจากกลับจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการและความตั้งใจก่อนที่จะออกเดินทางไปท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ว่าจริง ๆ แล้วนักท่องเที่ยว มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทไหน จะออกเดินทางไปท่องเที่ยวไปในช่วงเวลาไหน กำหนดระยะเวลาในการท่องเที่ยวกี่วัน และส่วนใหญ่ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อใด ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนแสดงออกเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลแสดงออกหรือมีกระบวนการ

ตัดสินใจที่แตกต่าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแต่กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเอง อาจจะมีองค์ประกอบด้านราคา สถานที่ ที่พัก คุณภาพการบริการ อาหาร ความสะดวกสบาย เป็นต้น โดยมีองค์ประกอบลักษณะพฤติกรรมการณ์การของนักท่องเที่ยว ท่องเที่ยวที่ไหน เมื่อไหร่ และวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดตัวแปรต้นในด้านพฤติกรรมการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจจะเดินทางไปท่องเที่ยว

Ajzen (1991 อ้างใน มันทนา สิริรัตน์ภาส, 2538) กล่าวว่า ความตั้งใจหรือความตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว หมายถึง เจตนาหรือความต้องการที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น ๆ สำหรับพฤติกรรมที่อยู่ภายใต้การควบคุมของบุคคลอย่างเต็มที่ ความตั้งใจเพียงตัวเดียวก็เพียงพอที่จะทำพฤติกรรมได้ นั่นคือยิ่งบุคคลมีความตั้งใจที่แน่วแน่ในการทำพฤติกรรม บุคคลยิ่งมีแนวโน้ม ที่จะทำพฤติกรรมนั้น

Oliver (1997 อ้างใน ณิชารีย์ จันทร์อินทร์, 2558) กล่าวว่า ความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวสามารถแสดงออกถึงพฤติกรรมภายนอกได้ โดยที่บุคคลอื่นสังเกตเห็นได้จากกรกระทำและสัมผัสได้ถึงความต้องการที่จะตอบสนองต่อความตั้งใจนั้น ๆ โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1) การมีเป้าหมาย นักท่องเที่ยวต้องมีเป้าหมายในการเดินทางในใจอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากโฆษณา คนใกล้ชิด หรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมความตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว

2) ความพร้อม คือ ความพร้อมทางด้านวุฒิภาวะ อารมณ์ ความสามารถและความพร้อมทางด้านจิตใจและสุขภาพในการทำกิจกรรมที่ตั้งใจไว้ หรือความพร้อมทางด้านเวลาสำหรับการท่องเที่ยว สุขภาพร่างกายและจิตใจที่พร้อมสำหรับการเดินทาง

3) สถานการณ์ คือ โอกาสหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวโดยปราศจากอุปสรรคต่อการทางท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ตั้งใจว่าจะไปดำน้ำที่เกาะเต่า ก็ควรจะไปช่วงฤดูมรสุม มีนาค เพราะน้ำทะเลในช่วงนั้นจะนิ่งสวย เหมาะแก่การดำน้ำกว่าช่วงเดือนอื่น ๆ เป็นต้น

4) การตอบสนอง เป็นการตัดสินใจทำกิจกรรมตามที่ตั้งใจไว้เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การวางแผนที่จะเดินทาง การจองที่พัก การจัดเตรียมกิจกรรมในการเดินทางไปไว้ล่วงหน้า

Swarbrooke & Horner (2007) กล่าวว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผล ต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในอนาคต เมื่อนักท่องเที่ยวสัมผัสถึงภาพลักษณ์การ

ท่องเที่ยวที่ดีย่อมส่งผลต่อการรับรู้ถึงคุณค่าที่ดีจากการท่องเที่ยวและเกิดความพึงพอใจ อีกทั้งยังนำไปสู่ความภักดีของนักท่องเที่ยว

Ajzen (1991 อ้างใน มันทนา สิริรัตโนภาส, 2538) กล่าวว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) เพื่อทำนาย พฤติกรรมของบุคคลจากความตั้งใจ กล่าวคือ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของแต่ละบุคคล และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น โอกาส ทักษะ เวลา เงิน การร่วมมือจากบุคคลอื่น เป็นต้น โดยกล่าวได้ว่า พฤติกรรมของแต่ละบุคคลมีสาเหตุมาจากความตั้งใจ ซึ่งความตั้งใจได้รับผลจาก 3 ปัจจัย ดังต่อไปนี้ คือ

1) ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude towards Behaviors) คือ การประเมินทางลบหรือทางบวกของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลต่อแต่ละการกระทำหรือความรู้สึกโดยรวม ซึ่งเป็นตัวกำหนดความตั้งใจส่วนบุคคล ที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมประกอบด้วย

- ความคิดและสติปัญญา (Cognitive Component) คือ ความเชื่อส่วนบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ด้วยการตอบสนองในรูปแบบการรับรู้ที่ได้จากความคิด ความเข้าใจ และความเชื่อ
- อารมณ์และความรู้สึก (Affective Component) คือ การประเมินอารมณ์และความรู้สึกของ บุคคลกับสิ่งเร้า
- ด้านพฤติกรรม (Behavior Component) คือ ความโน้มเอียงที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าในตรงกันข้ามหรือในทิศทางเดียวกันขึ้นอยู่กับแต่ละความเชื่อ ค่านิยม ของแต่ละบุคคล

2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) หมายถึง การรับรู้ของบุคคล โดยที่คนอื่นมีความสำคัญกับตนเอง ทำให้เกิดการแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรม สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

- กลุ่มอ้างอิงทางตรง คือ ความเชื่อของ คนอื่นมีผลต่อความคิดเห็นของเราเอง โดยส่วนมากจะเป็นคนที่มีความสำคัญกับเรา
- กลุ่มอ้างอิง ทางอ้อม คือ การรวบรวมความเชื่อเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มอ้างอิงต่อการกระทำของบุคคล หมายถึง การรู้ว่าตนเองต้องการทำตามที่กลุ่มอ้างอิงต้องการให้ทำหรือไม่

3) การควบคุมพฤติกรรมของตนเอง (Perceived Behavioral Control) คือ การรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของตนเองและสามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเองได้ ว่าแบบไหนควรหรือไม่ควรที่แสดงพฤติกรรมนั้นออกไป

โดยทั้ง 3 ปัจจัยนี้ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจของบุคคลในการแสดงออกพฤติกรรม สามารถใช้ได้หลายความสนใจ โดยเฉพาะการทำความเข้าใจในพฤติกรรมบางสิ่งบางอย่าง เช่น พฤติกรรมการพักผ่อน พฤติกรรมการซื้อ เป็นต้น สรุปการศึกษาทฤษฎี พบว่า ความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยว คือ การแสดงออกของพฤติกรรม ภายนอกที่บุคคลอื่นเห็นหรือสัมผัสได้ เกิดได้จาก



- 1) การมีเป้าหมายที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว
- 2) ความสามารถที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือความพร้อม
- 3) โอกาสหรือช่วงเวลาที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว
- 4) การตอบสนอง

จากที่กล่าวมาข้างต้น คือ ความตั้งใจหรือการตัดสินใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อสนองต่อความต้องการของตนเอง (Oliver, 1997 อ้างใน ณิชารีย์ จันทน์อินทร์, 2558) และเกี่ยวข้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งเป็นการ แสดงพฤติกรรมอันเกิดจากความตั้งใจ ที่ได้รับผลมาจากทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Ajzen, 1991 อ้างใน มันทนา สิริรัตน์โกส, 2538) ตัวอย่างเช่น อยากรหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ด้วยการไปท่องเที่ยว ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว แรงจูงใจผ่านสื่อโฆษณา และโอกาสหรือช่วงเวลาที่เหมาะสม เป็นต้น

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, ภาพิมล ปิ่นแก้ว และปาลินี สุกุลตั้งมนิรัตน์ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดฉัตรศิลา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการตลาดฉัตรศิลา จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดฉัตรศิลาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในตลาดจากด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดของตลาดฉัตรศิลา อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในระดับมาก ในขณะเดียวกัน ก็เห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ของตลาดฉัตรศิลา อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในตลาดฉัตรศิลาระดับมาก อย่างไรก็ตามหากพิจารณาระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดฉัตรศิลา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์นั้นจะเห็นได้ว่า ทุกปัจจัยที่มีการทดสอบสมมติฐานทั้งกลุ่มปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและกลุ่มปัจจัยคุณภาพการบริการต่างก็มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดฉัตรศิลา

ณัฏพรพรรณ สุนทร, ทักษิณา สุกุลรัตนพรชัย และจิตพนธ์ ชุมเกตุ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้บริโภคยุคใหม่: พื้นที่ศึกษา อุทยานสิ่งแวดล้อมสิรินธร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้บริโภคยุคใหม่ พื้นที่ศึกษา อุทยานสิ่งแวดล้อมสิรินธร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งสร้างสมการพยากรณ์โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรที่ใช้ คือ ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานสิ่งแวดล้อมสิรินธร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัดได้ ทำให้ผู้วิจัยจึงใช้สูตรของ Cochran ไม่ทราบประชากรในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 325 คน แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการที่จะวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมมาได้ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงที่มีอายุ 41-50 วุฒิการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 30,001-40,000 บาท โดยอาศัยอยู่ในพื้นที่ กรุงเทพฯและปริมณฑล และส่วนใหญ่ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารมาจาก Social Media ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านความต้องการภายในตัวบุคคล ( $\bar{X}$  = 3.85 และ S.D. = 0.70) ปัจจัยด้านความอยากรู้ อยากเห็นและความสนใจภายในตัวบุคคล ( $\bar{X}$  = 3.76 และ S.D. = 0.64) ปัจจัยด้านทัศนคติภายในตัวบุคคล ( $\bar{X}$  = 3.81 และ S.D. = 0.64) ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวและภูมิศาสตร์ ( $\bar{X}$  = 3.79 และ S.D. = 0.64) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและนโยบายการเมือง ( $\bar{X}$  = 3.75 และ S.D. = 0.66) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและการคมนาคม ( $\bar{X}$  = 3.82 และ S.D. = 0.66) ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X}$  = 3.74 และ S.D. = 0.69) มีความสัมพันธ์กับ การมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้บริโภคยุคใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิชสุดา ร้อยพิลา และปรีดา ไชยา (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความคิดเห็น ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคทางสถิติ Multiple Regression Analysis และ Factor Analysis ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความเป็นมิตรไมตรี และด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า มี 4 องค์ประกอบของปัจจัยทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ คือ องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

องค์ประกอบด้านความเป็นมิตรไมตรี องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ และองค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

เจนจิรา บรรจงนีก (2555) ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน” จากการศึกษาพบว่า ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 25-34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้ทักษะแรงงาน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทและ มีภูมิลำเนาทางภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดน่านด้านปัจจัยหลักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 (ระดับมากที่สุด) รองลงมา คือ เพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (ระดับมาก) และน้อยที่สุด คือ เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.0 (ระดับน้อย) และให้ความสำคัญกับปัจจัยดึงในประเด็นความสวยงามทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตกมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (ระดับมากที่สุด) รองลงมา คือ ความเงียบและสงบของเมืองน่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (ระดับมาก) และน้อยที่สุด คือ ความเป็นเอกลักษณ์ของสิ่งปลูกสร้างทรงล้านนาโบราณ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 (ระดับปานกลาง) ด้านความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ (แหล่งท่องเที่ยว) มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (ระดับมาก) รองลงมา คือ ด้านที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 (ระดับมาก) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 (ระดับมาก) ด้านคมนาคม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 (ระดับมาก) ตามลำดับ

ชนินทร์ เก่งกล้า และธิตี มีปลื้ม (2555) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี” จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุในช่วงอายุ 26-35 ปี มี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-15,000 บาท ผลการศึกษาข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีในระดับมากที่สุด ในด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ทั้งในด้านทัศนียภาพและความสวยงาม และด้านความกว้างของสถานที่ ด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า การประชาสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยไป ด้านแรงจูงใจพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี คือ การเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีทั้งสะดวกสบายและยังมีระยะทางใกล้กับจังหวัดกรุงเทพมหานครอีกด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต ด้านการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะอยู่ที่ 850–1,000บาท

กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มาเที่ยวกับครอบครัว มาโดยรถยนต์ส่วนตัว เคยมาเที่ยวแล้วก่อนหน้านี้ 1 ครั้ง โดยรู้ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติ ด้านปัจจัยจูงใจภายนอกนั้นพบว่านักท่องเที่ยวต้องการที่เที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวได้แบบเช้าเย็นกลับ และปัจจัยดึงดูดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านอายุการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ในด้านเพศ และสถานภาพทางสังคมนั้นแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ยกเว้นด้านเพศ มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมลดา ธนิตนนท์ (2560) ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน” ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนมากเป็นนักเรียน-นิสิต-นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านเพศ อายุ และอาชีพ ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับด้านความพึงพอใจพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ให้ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการมาเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## 2.7 สมมติฐานการวิจัย

2.7.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน  
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

2.7.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน  
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

1) การเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทาง  
มาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

2) ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน  
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

3) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน  
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

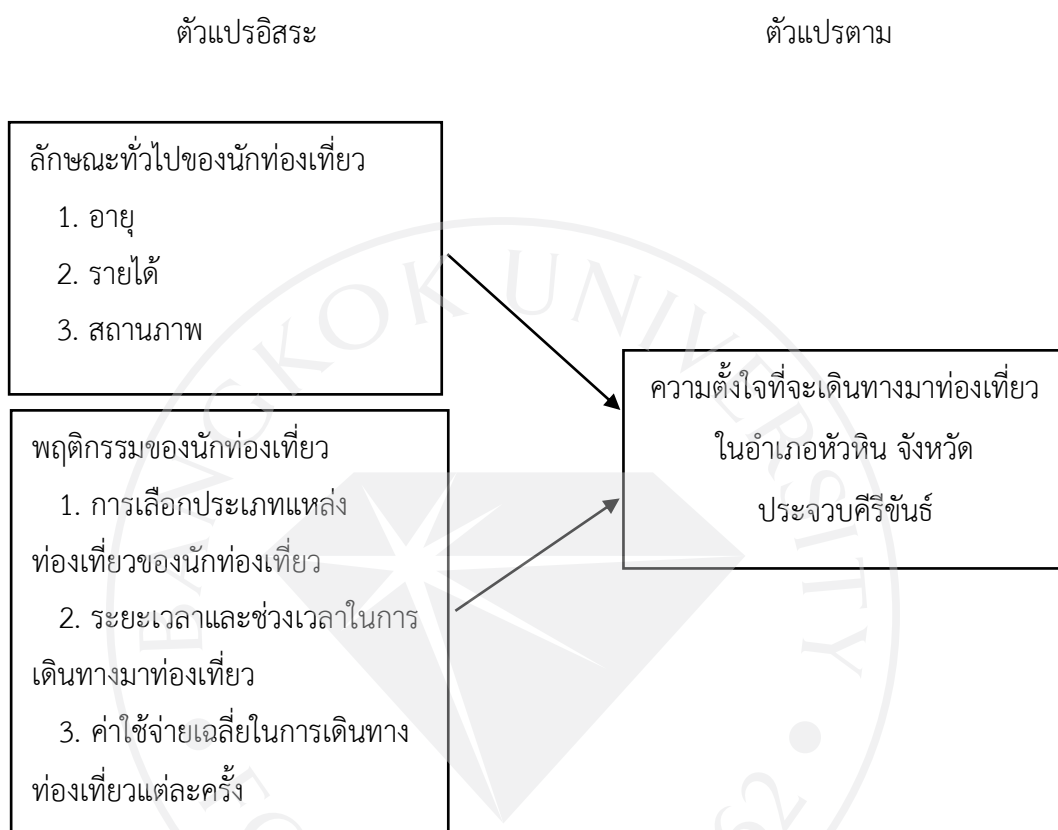
4) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งต่างกันมีผลต่อความตั้งใจที่จะ  
เดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

5) ค่าที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน  
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

6) รูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินต่างกันมีผลต่อความตั้งใจที่  
จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

## 2.8 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิดในการวิจัย



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

#### 3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อนำไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นจะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และทำการอภิปรายผลการวิจัยในขั้นตอนต่อไป

#### 3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.2.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษาที่ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาในครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

##### 3.2.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ ชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน

### 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นในการกำหนดขนาดตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ โดยคำนวณหาตามขนาดกลุ่มของตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร จากสูตรของ Yamane (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ร้อยละ 5 ตามสูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

แทนค่า  $n$  = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากร

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ (ร้อยละ 5 หรือ 5% จะมีค่า  $e$  เท่ากับ 0.05 หรือ 5/100)

ได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ทั้งหมด จำนวน 384 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยจึงทำการเพิ่มอีก 16 ตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยศึกษาจากเอกสารรายงานวิจัยต่าง ๆ ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของบุคคลทั่วไปที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งจะประกอบไปด้วย อายุ รายได้ สถานภาพ โดยเป็นแบบปลายปิด (Close End Question) ให้เลือกตอบในช่องที่กำหนด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นแบบปลายปิด (Close End Question) ให้เลือกตอบในช่องที่กำหนด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของบุคคลทั่วไปที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อมูลมาจาก Oliver (1997 อ้างใน ฉินจารีย์ จันทรอินทร์, 2558) ที่ได้กล่าวถึง 4 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่



1) ด้านการมีเป้าหมายของนักท่องเที่ยว ที่แต่ละบุคคลนั้นต่างมีเป้าหมายไว้อยู่แล้วว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน ท่องเที่ยวกับใคร มีกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวไว้อย่างไรบ้าง

2) ด้านความพร้อม ที่บ่งบอกถึงความพร้อมที่จะเดินทางในหลาย ๆ ด้าน เช่น ความพร้อมทางด้านภูมิภาวะ ความพร้อมทางด้านร่างกายละจิตใจในการทำกิจกรรมที่ตั้งไว้ และความพร้อมทางด้านเวลาสำหรับการท่องเที่ยว

3) ด้านสถานการณ์ ไม่ว่าจะเป็นโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยปราศจากอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว หรือแม้แต่ความพร้อมทางด้านการเงินของแต่ละบุคคล

4) ด้านการตอบสนอง เป็นการตัดสินใจทำกิจกรรมตามที่ตั้งใจไว้เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล เช่น การจองที่พัก การจองร้านอาหาร การจัดเตรียมกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ทั้งนี้บุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้จากการกระทำและสัมผัสได้ถึงความต้องการ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับลักษณะของข้อความประกอบด้วยข้อความที่เป็นให้มีความสำคัญในแต่ละด้าน แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบเป็นมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบเป็นมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ โดยในแต่ละคำถามจะแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

วิธีการแปลผลข้อมูลของแบบสอบถามส่วนนี้ ผู้ทำวิจัยได้ทำการกำหนดค่าของอันตรภาคชั้นสำหรับใช้ในการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อนำมากำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้ (วิจิต อุอัน, 2550)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ดังนั้น จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ตามลำดับต่อไปนี้

3.5.1 ศึกษาวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการสอบถาม

3.5.2 ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

3.5.3 ร่างเครื่องมือขึ้นให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาวิเคราะห์

### 3.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.6.1 การตรวจสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามในเครื่องมือกับเนื้อหาที่ต้องการวัด จากนั้นนำผลการประเมินมาคำนวณค่า IOC โดยใช้สูตร

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

เมื่อ  $\sum R$  แทน ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ

$N$  แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

3.6.2 การตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปทำการทดสอบ (Pilot Test) จำนวน 20 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ก่อน 20 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถาม สามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ และมีความเหมาะสมหรือไม่ หากข้อคำถามเป็นไปตามหลักการข้างต้นแล้ว จากนั้นผู้วิจัยจะนำมาคำนวณหาค่าความเที่ยงแบบความสอดคล้อง

ภายใน (Internal Consistency) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ต่อไป

### 3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้ของบุคคลทั่วไปที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2562 เป็นเวลา 1 สัปดาห์ โดยแบบสอบถามได้แบ่งเป็น 4 ชุด ชุดละ 100 ในเขตพื้นที่ ดังต่อไปนี้

เขตพื้นที่ที่ 1 Central World เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

เขตพื้นที่ที่ 2 Central Festival Eastville เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร

เขตพื้นที่ที่ 3 Future Park Rangsit อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

เขตพื้นที่ที่ 4 ตลาดทางเข้าหมู่บ้านเศรษฐกิจ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร

จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

### 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

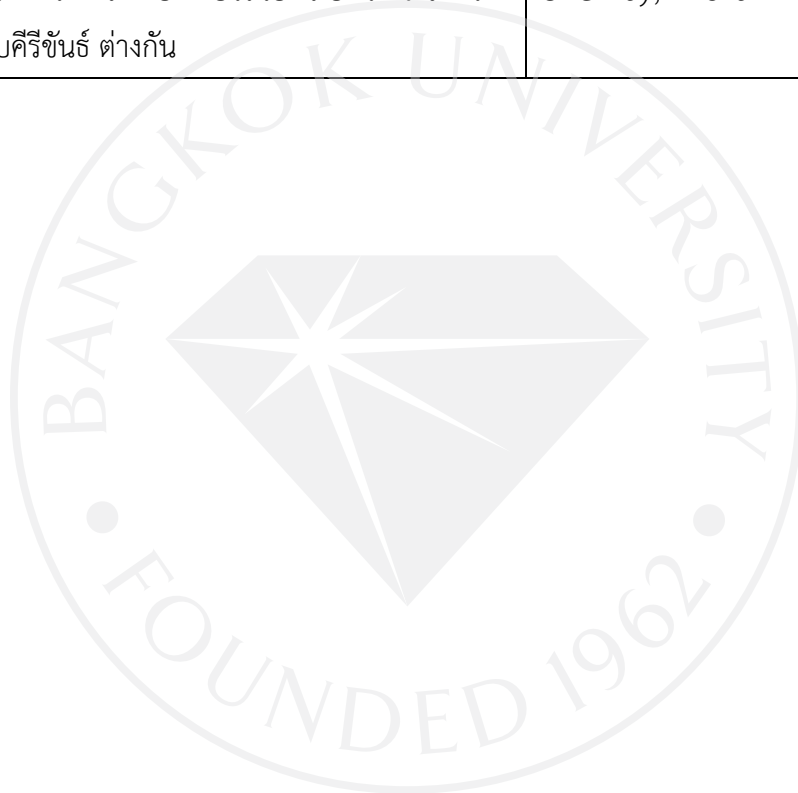
ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามโดยคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ ลงรหัสและทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

3.8.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติแบบพรรณนา (Descriptive Statistics) ในรูปการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.8.2 ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA: Analysis of Variance) สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม และทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Scheffe ในกรณีที่พบว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3.1: สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน
1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต่างกัน	T-Test One way, Anova
2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต่างกัน	T-Test One way, Anova



## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในบทนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่ออธิบายและทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในแต่ละตัว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วนประกอบด้วย

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์และอักษรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลผลและความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลตรงกัน ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์และคำย่อ ดังต่อไปนี้

$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
N	หมายถึง	ขนาดของประชากร
n	หมายถึง	กลุ่มตัวอย่าง
S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
P	หมายถึง	ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ
*	หมายถึง	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
F	หมายถึง	ค่าที่ใช้ในการพิจารณา F-Distribution

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	38	9.5
21-30 ปี	158	39.5
31-40 ปี	162	40.5
41-50 ปี	42	10.5
51 ปีขึ้นไป	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ลำดับถัดมา มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และมีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตารางที่ 4.2: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	142	35.5
สมรส	230	57.5
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	28	7.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.3: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	62	15.5
15,001–30,000 บาท	228	57.0
30,001–45,000 บาท	94	23.5
45,001–60,000 บาท	16	4.0
60,001 บาทขึ้นไป	0	0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมา มีรายได้ 30,001–45,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ลำดับถัดมามีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และมีรายได้ 45,001–60,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

#### 4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 4.4: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุด

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism)	6	1.5
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction)	52	13.0
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction)	106	26.5
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction)	62	15.5
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction)	44	11.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ): จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุด

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction)	64	16.0
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก (Waterfall Attraction)	10	2.5
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ (Cave Attraction)	2	0.5
แหล่งช้อปปิ้ง (Shopping Attraction)	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 เป็นอันดับที่ 1 รองลงมามีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ถัดมาอันดับที่ 3 มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 อันดับที่ 4 มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อันดับที่ 5 มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 อันดับที่ 6 มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 อันดับที่ 7 มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งช้อปปิ้ง (Shopping Attraction) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 อันดับที่ 8 มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก (Waterfall Attraction) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 อันดับที่ 9 มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และลำดับสุดท้าย มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ (Cave Attraction) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5



ตารางที่ 4.5: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ตั้งใจจะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

ระยะเวลาที่ตั้งใจจะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไปเช้า-เย็นกลับ	68	17.0
ค้าง 1 คืน	206	51.5
ค้าง 2 คืน	108	27.0
มากกว่า 2 คืนขึ้นไป	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ตั้งใจจะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบค้าง 1 คืน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาค้าง 2 คืน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ลำดับถัดมา คือ ไปเช้า-เย็นกลับ 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และมากกว่า 2 คืนขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.6: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มีความตั้งใจจะเดินทางมาท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่มีความตั้งใจจะเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์-ศุกร์	74	18.5
วันหยุดเสาร์/อาทิตย์	212	53.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์	80	20.0
ช่วงวันหยุด	34	8.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีความตั้งใจจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดเสาร์/อาทิตย์ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 วันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และช่วงวันหยุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตารางที่ 4.7: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อครั้ง (ไม่รวมค่าที่พัก)

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว (ไม่รวมค่าที่พัก)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	100	25.0
5,001-7,500 บาท	194	48.5
7,501-10,000 บาท	90	22.5
มากกว่า 10,001 บาท	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อครั้ง (ไม่รวมค่าที่พัก) ที่ 5,001-7,500 บาท จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ลำดับถัดมาคือ 7,501-10,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และมากกว่า 10,001 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4.8: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อที่พักราคาคืน

ค่าใช้จ่ายต่อที่พักราคาคืน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	46	11.5
1,001-2,000 บาท	158	39.5
2,001-3,000 บาท	110	27.5
3,001-4,000 บาท	52	13.0
4,001-5,000 บาท	28	7.0
มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อที่พักราคาคืนที่ จำนวน 1,001-2,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

เป็นอันดับ 1 รองลงมา จำนวน 2,001-3,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 จำนวน 3,001-4,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ลำดับถัดมาน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 จำนวน 4,001-5000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.9: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จัก สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

รูปแบบสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/บุคคลในครอบครัว	62	15.5
โทรทัศน์/วิทยุ	78	19.5
นิตยสาร/วารสาร ทางการท่องเที่ยว	68	17.0
สื่อสังคมออนไลน์	54	13.5
Website ทางการท่องเที่ยว	92	23.0
แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา	28	7.0
Social media influencer	18	4.5
อื่น ๆ โปรดระบุ	0	0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินจากทาง Website ทางการท่องเที่ยว จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 เป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 ได้แก่ โทรทัศน์/วิทยุ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 นิตยสาร/วารสาร ทางการท่องเที่ยว จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 อันดับที่ 3 คือสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 อันดับที่ 4 คือ แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และลำดับสุดท้าย Social Media Influencer จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 4.10: ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมและรายด้าน

ระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านการมีเป้าหมาย	2.98	0.403	ปานกลาง	4
2. ด้านความพร้อม	3.02	0.376	ปานกลาง	3
3. ด้านสถานการณ์	3.05	0.364	ปานกลาง	2
4. ด้านการตอบสนอง	3.11	0.364	ปานกลาง	1
เฉลี่ย	3.04	0.178	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.10 แสดงว่า ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.04$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=3.11$ ) รองลงมา คือ ด้านสถานการณ์ ( $\bar{X}=3.05$ ) ด้านความพร้อม ( $\bar{X}=3.02$ ) และด้านการมีเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X}=2.98$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการมีเป้าหมาย

ด้านการมีเป้าหมาย	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน	2.78	0.730	ปานกลาง	3
2. ผู้ร่วมเดินทางที่จะร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน	3.05	0.631	ปานกลาง	2
3. กิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน	3.11	0.642	ปานกลาง	1
เฉลี่ย	2.98	0.403	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.11 แสดงว่า ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการมีเป้าหมายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.98$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ กิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=3.11$ ) รองลงมา คือ ร่วมเดินทางที่จะร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน ( $\bar{X}=3.05$ ) และสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X}=2.78$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12: ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความพร้อม

ด้านความพร้อม	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ความพร้อมด้านวุฒิภาวะ	3.09	.658	ปานกลาง	1
2. เวลาสำหรับการท่องเที่ยว	3.06	.638	ปานกลาง	2
3. สุขภาพร่างกายและจิตใจที่พร้อมสำหรับการเดินทาง	2.92	.640	ปานกลาง	3
เฉลี่ย	3.02	.376	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.12 แสดงว่า ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความพร้อม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.02$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ ความพร้อมด้านวุฒิภาวะ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=3.09$ ) รองลงมา คือ เวลาสำหรับการท่องเที่ยว ( $\bar{X}=3.06$ ) และสุขภาพร่างกายและจิตใจที่พร้อมสำหรับการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X}=2.92$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13: ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสถานการณ์

ด้านสถานการณ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. โอกาสเอื้ออำนวยต่อการเดินทาง	2.97	.670	ปานกลาง	3
2. ฤดูกาล	3.00	.592	ปานกลาง	2
3. ปัจจัยด้านการเงิน	3.18	.633	ปานกลาง	1
เฉลี่ย	3.05	.364	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.13 แสดงว่า ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสถานการณ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.05$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=3.18$ ) รองลงมาคือ ฤดูกาล ( $\bar{X}=3.00$ ) และโอกาสเอื้ออำนวยต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X}=2.97$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14: ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการตอบสนอง

ด้านการตอบสนอง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. การวางแผนที่จะเดินทางล่วงหน้า	3.20	.592	ปานกลาง	1
2. การจองสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวรวมถึงที่พักไว้ล่วงหน้า	3.11	.623	ปานกลาง	2
3. การจัดเตรียมกิจกรรมในการเดินทางไปไว้ล่วงหน้า	3.03	.616	ปานกลาง	3
เฉลี่ย	3.11	.364	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.14 แสดงว่า ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.11$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ การวางแผนที่จะเดินทางล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด  $\bar{X}=3.20$  รองลงมา คือ การจองสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวรวมถึงที่พักไว้ล่วงหน้า ( $\bar{X}=3.11$ ) และการจัดเตรียมกิจกรรมในการเดินทางไปไว้ล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X}=3.03$ ) ตามลำดับ

#### 4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.4.1 สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

ตารางที่ 4.15: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว  
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน  
(Levene's Test)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	1.773	3	396	.152

จากตารางที่ 4.15 พบว่า Sig. = 0.152 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มอายุมีความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test

ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.182	3	.061	1.903	.128
	ภายในกลุ่ม	12.596	396	.032		
	รวม	12.777	399			

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig.=0.128) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

ตารางที่ 4.17: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกัน (Levene's Test)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	.571	2	397	.566

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ค่า Sig. = 0.566 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มสถานภาพมีความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test

ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ

ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.052	2	.026	.811	.445
	ภายในกลุ่ม	12.725	397	.032		
	รวม	12.777	399			

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวม ไม่แตกต่างกัน (Sig.=0.445) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน



ตารางที่ 4.19: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว  
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน  
(Levene's Test)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	.485	3	396	.693

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่า Sig. = 0.485 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มรายได้มีความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test

ตารางที่ 4.20: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้

ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.366	3	.122	3.892	.009*
	ภายในกลุ่ม	12.411	396	.031		
	รวม	12.777	399			

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมแตกต่างกัน (Sig.=0.009) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเพื่อให้ทราบว่ารายได้คู่ใดบ้างที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกันจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21: เปรียบเทียบรายได้เป็นรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD

รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001–30,000 บาท	30,001–45,000 บาท	45,001–60,000 บาท
ต่ำกว่า 15,000 บาท	-	0.058*	0.00	-0.02
15,001–30,000 บาท		-	-0.059*	-0.08
30,001–45,000 บาท			-	-0.02
45,001–60,000 บาท				-

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และรายได้ 30,001–45,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.4.2 สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

1) การเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

ตารางที่ 4.22: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	2.761	5	376	.018

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ค่า Sig. = 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มการเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวมีความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe

ตารางที่ 4.23: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรที่ศึกษา	Brown-forsythe Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	1.159	5	248.582	.330

F-test = 2.61, Sig. = .279

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig.=0.320) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2) ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

ตารางที่ 4.24: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	1.723	3	396	.162

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่า Sig. = 0.162 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test

ตารางที่ 4.25: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.325	3	.108	3.447	.017*
	ภายในกลุ่ม	12.452	396	.031		
	รวม	12.777	399			

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25: ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกัน (Sig.=0.017) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเพื่อให้ทราบว่าระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวคูใดบ้างที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกันจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26: เปรียบเทียบระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD

ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ไปเช้า-เย็นกลับ	ค้าง 1 คืน	ค้าง 2 คืน	มากกว่า 2 คืนขึ้นไป
ไปเช้า-เย็นกลับ	-	-0.075*	-0.04	-0.04
ค้าง 1 คืน		-	0.04	0.04
ค้าง 2 คืน			-	0.00
มากกว่า 2 คืนขึ้นไป				-

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบค้าง 1 คืน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

ตารางที่ 4.27: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	.404	3	396	.750

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ค่า Sig. = 0.750 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test

ตารางที่ 4.28: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.615	3	.205	6.670	.000*
	ภายในกลุ่ม	12.163	396	.031		
	รวม	12.777	399			

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมแตกต่างกัน (Sig.=0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเพื่อให้ทราบว่าระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวคู่ใดบ้างที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกันจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29: เปรียบเทียบช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD

ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	วันจันทร์-ศุกร์	วันหยุดเสาร์/อาทิตย์	วันหยุดเทศกาล	ช่วงวันหยุด
วันจันทร์-ศุกร์	-	-0.05*	-0.04	0.08*
วันหยุดเสาร์/อาทิตย์		-	0.01	0.13*
วันหยุดเทศกาล			-	0.12*
ช่วงวันหยุด				-

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบความแตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววันจันทร์-ศุกร์ มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววันหยุด เสาร์/อาทิตย์

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุด มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววันจันทร์-ศุกร์ วันหยุดเสาร์/อาทิตย์ และวันหยุดเทศกาล

4) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง (ไม่รวมค่าที่พัก) ต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่างกัน

ตารางที่ 4.30: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	.504	3	396	.680

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ค่า Sig. = 0.680 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test

ตารางที่ 4.31: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง

ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.127	3	.042	1.321	.267
	ภายในกลุ่ม	12.651	396	.032		
	รวม	12.777	399			

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง (ไม่รวมค่าที่พัก) ต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig. = .267) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5) ค่าที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

ตารางที่ 4.32: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่าที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	.787	5	394	.560

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ค่า Sig. = 0.560 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มค่าที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test

ตารางที่ 4.33: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.328	5	.066	2.076	.068
	ภายในกลุ่ม	12.449	394	.032		
	รวม	12.777	399			

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig.=0.068)

6) รูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน



ตารางที่ 4.34: ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวต่างกัน (Levene's Test)

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	1.482	6	393	.183

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ค่า Sig. = 0.183 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวมีความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test

ตารางที่ 4.35: การเปรียบเทียบความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.462	6	.077	2.459	.024*
	ภายในกลุ่ม	12.315	393	.031		
	รวม	12.777	399			

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig.=0.024) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

และเพื่อให้ทราบว่ารูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวใดบ้างที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกันจึงทำการทำสอบถามความแตกต่าง รายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36: เปรียบเทียบรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเป็นรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD

รูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยว	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว (1)	-	0.02	-0.03	0.05	0.05	0.03	-0.06
โทรทัศน์/วิทยุ (2)			-0.06*	0.02	0.02	0.00	-0.09
นิตยสาร/วารสารทางการท่องเที่ยว (3)				0.08*	0.08*	0.06	-0.03
สื่อสังคมออนไลน์ (4)					0.00	-0.02	-0.11*
Website ทางการท่องเที่ยว (5)						-0.02	-0.11*
แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา (6)				-			
Social media influencer (7)							

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบความแตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวผ่านนิตยสาร/วารสารทางการท่องเที่ยว มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกับนักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวผ่านโทรทัศน์/วิทยุ สื่อสังคมออนไลน์ และ Website ทางการท่องเที่ยว
- 2) นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวผ่าน Social Media Influencer มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกับนักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ Website ทางการท่องเที่ยว

#### 4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.37: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ตัวแปรอิสระ	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน	ปัจจัยส่วนบุคคล		
	อายุ		✓
	สถานภาพ		✓
	รายได้	✓	
สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน	พฤติกรรมการท่องเที่ยว		
	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว		✓
	ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
	ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
	ค่าที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
	รูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยว	✓	

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีผลสรุปการศึกษา ดังนี้

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีรายได้ 15,001-30,000 บาท

5.1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่มีความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) จำนวน 106 คน มีระยะเวลาที่ตั้งใจจะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบค้าง 1 คืน จำนวน 206 คน ความตั้งใจจะเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดเสาร์/อาทิตย์ จำนวน 212 คน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อครั้ง (ไม่รวมค่าที่พัก) ที่ 5,001-7,500 บาท จำนวน 194 คน มีค่าใช้จ่ายต่อที่พักราคาที่ 1,001-2,000 บาท จำนวน 158 คน รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จาก Website ทางการท่องเที่ยว จำนวน 92 คน

5.1.3 ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์  
ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสถานการณ์ ด้านความพร้อม และด้านการมีเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ

#### 5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาอภิปรายผลงานวิจัยได้ ดังนี้

##### 5.2.1 ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

ผลการศึกษา พบว่า ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน ซึ่งร่วมเดินทางที่จะร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน และสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน โดยมีการคำนึงถึงความพร้อมด้านนวัตวิภาวะ มีเวลาสำหรับการ

ท่องเที่ยว และสุขภาพร่างกายและจิตใจที่พร้อมสำหรับการเดินทาง รวมถึงการประเมินสถานการณ์ด้านปัจจัยด้านการเงิน ฤดูกาล และโอกาสเอื้ออำนวยต่อการเดินทาง และจะมีการวางแผนที่จะเดินทางล่วงหน้า การจองสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวรวมถึงที่พักไว้ล่วงหน้า และการจัดเตรียมกิจกรรมในการเดินทางไปไว้ล่วงหน้า ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Oliver (1997 อ้างใน ณิชารีย์ จันทร์อิทธิ, 2558) กล่าวว่า ความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวสามารถแสดงออกถึงพฤติกรรมภายนอกได้ โดยที่บุคคลอื่นสังเกตเห็นได้จากการกระทำและสัมผัสได้ถึงความต้องการที่จะตอบสนองต่อความตั้งใจนั้น ๆ โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่

1) การมีเป้าหมาย นักท่องเที่ยวต้องมีเป้าหมายในการเดินทางในใจอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นเป็นข้อมูลจากโฆษณา คนใกล้ชิด หรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมความตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว

2) ความพร้อม คือ ความพร้อมทางด้านวุฒิภาวะ ความสามารถในการทำกิจกรรมที่ตั้งใจไว้ เช่น เวลาสำหรับการท่องเที่ยว สุขภาพร่างกายและจิตใจที่พร้อมสำหรับการเดินทาง

3) สถานการณ์ คือ เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางโดยไม่มีอุปสรรคในการท่องเที่ยว เช่น ตั้งใจจะไปเที่ยวได้หวัน ก็ควรจะไปช่วงเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม เพราะเป็นช่วงที่ อากาศกำลังเย็นสบาย หรือช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคม เพราะเป็นช่วงที่อุณหภูมิเริ่มเย็น ท้องฟ้า สดใส และเป็นช่วงแห่งการชมใบเมเปิ้ล เป็นต้น

4) การตอบสนอง เป็นการตัดสินใจทำกิจกรรมตามที่ตั้งใจไว้เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การวางแผนที่จะเดินทาง การจองที่พัก การจัดเตรียมกิจกรรมในการเดินทางไปไว้ล่วงหน้าสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนจิรา บรรจงนิกร (2555) ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน” ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ด้านปัจจัยหลักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ ๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยตั้งในประเด็นความสวยงามทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก ความเขียวและสงบของเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ (แหล่งท่องเที่ยว) ในระดับมาก

5.2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1) จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจัยด้านการเงินถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความจำเป็นต่อการตัดสินใจในการดำเนินสิ่งต่าง ๆ เป็นหลัก จึงทำ

ให้เมื่อนักท่องเที่ยวที่ต่างมีรายได้ที่ต่างกันมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ เดิมศักดิ์ สุวรรณประกาศ (2541 อ่างใน สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และ ปวันรัตน์ แสงสิริโรจน, 2555) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้ว่า องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ สามารถใช้เป็น ตัวชี้วัดและเปรียบเทียบสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจ และความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา พบว่า การทดสอบสมมติฐานลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้าน รายได้ต่อเดือน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างกันมีผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาและช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว และรูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยด้านระยะเวลาและ ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีเวลาพักผ่อนในช่วง วันหยุด จึงผลทำให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป ส่วนรูปแบบ สื่อเป็นการนำเสนอรูปลักษณ์ที่สวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร/วารสาร ทางการท่องเที่ยว โทรทัศน์/วิทยุ สื่อสังคมออนไลน์ และ Social Media Website ทางการท่องเที่ยว เนื่องจากการนำเสนอรูปแบบนี้ มีการรับรู้และสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะ เดินทางมาเที่ยว จึงทำให้รูปแบบสื่อมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกันไป โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะเป็นการแสดงออกของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ เกี่ยวข้องกับการเดินทางและกระบวนการตัดสินใจ และแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในสถานที่นั้น โดยมีองค์ประกอบลักษณะพฤติกรรมการของนักท่องเที่ยวที่ว่า ท่องเที่ยวที่ ไหน เมื่อไหร่ และวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวและช่วงเวลาว่าจะเที่ยวช่วงใด ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชนินทร์ เก่งกล้า และธิดิ มีปल्ली (2555) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี” จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มา เที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีทั้งสะดวกสบายและยังมีระยะทางใกล้กับกรุงเทพมหานครอีกด้วย

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ ดังนี้

1) จากการศึกษา พบว่า ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นเพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวนั้น ควรมีการศึกษาจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว หรือจัดโปรโมชั่นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นการแสดงออกของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและกระบวนการตัดสินใจและแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ถ้าหากได้รับความพึงพอใจก็จะมีการบอกต่อและกลับมาเที่ยวในสถานที่แห่งนั้น โดยมีองค์ประกอบลักษณะพฤติกรรมของการท่องเที่ยว ที่ว่า ท่องเที่ยวที่ไหน เมื่อไหร่ และวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวอย่างไร

2) จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน เพื่อเป็นการตอบสนองและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับรายได้ และความชื่นชอบของแต่ละคนนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวอาจจะมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย โดยมีราคาที่แตกต่างกันออกไปเพื่อการตอบสนองความต้องการให้แก่นักท่องเที่ยวได้สอดคล้องและมีความเหมาะสม

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรเพิ่มปัจจัยในการศึกษาวิจัยด้านอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุมในการศึกษาวิจัยถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

2) ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจควรศึกษาเกี่ยวกับด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ความภักดีของนักท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูด และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นต้น เพราะในปัจจุบันนี้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยการศึกษาประเด็นดังกล่าวจะได้เข้าใจถึงการรับรู้และความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งนำผลมาศึกษาว่า มีความแตกต่างจากที่นำเสนอในงานวิจัยฉบับนี้หรือไม่ เพื่อนำมาทำการเปรียบเทียบกับงานวิจัยนี้ว่า มีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร จนทำให้สามารถนำไปใช้ได้จริง

3) ควรศึกษาวิธีการจัดทำวิจัยในเชิงคุณภาพผสมผสาน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ทำให้ทราบถึงข้อมูลในด้านอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น มีมุมมองกว้างยิ่งขึ้นในการจัดทำวิจัยครั้งต่อไป

4) งานวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการหรือผู้สนใจสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้และเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยการท่องเที่ยวต่าง ๆ ต่อไป

## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *ประเภทการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/archcommunitydevelopment/tourism>.
- กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เจนจิรา บรรจงนิก. (2555). *แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชนินทร์ เก่งกล้า และธิดิ มีปลื้ม. (2555). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี*. จุฬานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณิชากรย์ จันทร์อินทร์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของผู้บริโภคในงานท่องเที่ยวไทย ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉันทพรธณ สุบุตร, ทักษิณา สกุรัตน์พรชัย และจิตพนธ์ ชุมเกต. (2561). *ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้บริโภคยุคใหม่: พื้นที่ศึกษา อุทยานสิ่งแวดล้อมสิรินธร อำเภอลำลูกกา จังหวัดเพชรบุรี*. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ สังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 14* (หน้า 413-422). เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ทรัพย์สินเพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ แกรนด์ ไฮสปีทาลิตี้. (2559). *ภาพรวมของภาวะอุตสาหกรรมของธุรกิจการจัดหาผลประโยชน์จากอสังหาริมทรัพย์ที่ลงทุน*. สืบค้นจาก <http://market.sec.or.th/public/ipos/IPOSGetFile.aspx?TransID=137639&TransFileSeq=47>.
- ท่องเที่ยวชะอำและหัวหินบูม ส่งทำเลทองอสังหาฯ นำลงทุน. (2561). สืบค้นจาก <https://www.nationtv.tv/main/content/378598553/>.
- ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์. (2551). *แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร*. สืบค้นจาก [http://www.sara-dd.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=76:conceptual-framework-population-demographic-communication&catid=25:the-project&Itemid=72%20%20](http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=76:conceptual-framework-population-demographic-communication&catid=25:the-project&Itemid=72%20%20).
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2552). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมโนภาพแห่งตนกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.



- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. งานนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ผณินทรา ธนะเพชร. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ: กรณีศึกษา วัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น*. การศึกษาอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ผ่องพิมล พิจารณ์สรณ์. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์*. ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ภัทรพร ธนสารโสภณ. (2558). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, ภาพิมล ปิ่นแก้ว และปาลีณี สกกุลตั้งมณีรัตน์. (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดฉัตรศิลา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์, 6(1), 648-660.
- มันทนา สิริรัตน์ภาส. (2538). *การสำรวจความเชื่อ เจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม เจตนา และพฤติกรรมการบริโภคโลกहितของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ตามแนวทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เมลดตา ธนิตนนท์. (2560). *การศึกษาแรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วศินี นวฤทธิศวิน. (2556). *การศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา*. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 2(1), 25-36.
- วิษุตา ร้อยพิลา และปรีดา ไชยา. (2558). *องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์*. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 10(3), 197-211.
- วิชิต อุ่อ้น. (2550). *การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พรินท์แอนด์ (ประเทศไทย).

สว่าง เสวณะ. (2556). *การศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา*.

โครงการปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหัวหิน. *ประวัติความเป็นมา*. (2559). สืบค้นจาก

<http://district.cdd.go.th/huahin/about-us/ประวัติความเป็นมา/>.

สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงศิริโรจน. (2555). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism* (2<sup>nd</sup> ed.).

Amsterdam: Butterworth-Heinemann.

Yamane, T. (1970). *Statistics: An introductory analysis* (2<sup>nd</sup> ed.). Tokyo: John

Weatherhill.





### แบบสอบถาม

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน  
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

#### คำชี้แจง

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการวิจัยสำหรับ หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีจุดมุ่งหมายเพื่อเก็บข้อมูลสำหรับนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยข้อมูลนี้จะใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น

#### ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมายถูก✓ลงในช่องว่างหน้าข้อความที่ตรงกับเป็นความจริงของท่านมากที่สุด

##### 1. อายุ

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 21-30 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. 31-40ปี                  | <input type="checkbox"/> 4. 41-50 ปี |
| <input type="checkbox"/> 5. 51 ปีขึ้นไป              |                                      |

##### 2. สถานภาพ

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

##### 3. รายได้ต่อเดือน

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 15,001–30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 30,001–45,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 4. 45,001–60,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 60,001 บาทขึ้นไป   |   |

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมายถูก  ลงในช่องว่างหน้าข้อความที่ตรงกับเป็นความจริงของท่านมากที่สุด

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านมีความตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของท่านมากที่สุด

- 1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism)
- 2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard)
- 3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction)
- 4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction)
- 5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction)
- 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction)
- 7. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction)
- 8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก (Waterfall Attraction)
- 9. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ (Cave Attraction)
- 10. แหล่งช้อปปิ้ง (Shopping Attraction)

2. ระยะเวลาที่ท่านตั้งใจจะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

- 1. ไปเช้า-เย็นกลับ
- 2. ค้าง 1 คืน
- 3. ค้าง 2 คืน
- 4. มากกว่า 2 คืนขึ้นไป

3. ท่านตั้งใจจะเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ช่วงใดมากที่สุด

- 1. วันจันทร์-ศุกร์
- 2. วันหยุดเสาร์/อาทิตย์
- 3. วันหยุดเทศกาล
- 4. ช่วงวันหยุดเทอม

4. ท่านตั้งใจว่าจะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ครั้งละประมาณเท่าใด (ไม่รวมค่าที่พัก)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 5,001-7,500 บาท    |
| <input type="checkbox"/> 3. 7,501-10,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 10,001 บาท |

5. ท่านตั้งใจว่าจะมีค่าใช้จ่ายต่อที่พักราคาประมาณเท่าใด

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 1,001-2,000 บาท         |
| <input type="checkbox"/> 3. 2,001-3,000 บาท    | <input type="checkbox"/> 4. 3,001-4,000 บาท         |
| <input type="checkbox"/> 5. 4,001-5000 บาท     | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป |

6. ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากสื่อรูปแบบใด

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/บุคคลในครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 2. โทรทัศน์/วิทยุ                       |
| <input type="checkbox"/> 3. นิตยสาร/วารสาร ทางการท่องเที่ยว      |
| <input type="checkbox"/> 4. สื่อสังคมออนไลน์                     |
| <input type="checkbox"/> 5. Website ทางการท่องเที่ยว             |
| <input type="checkbox"/> 6. แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา                    |
| <input type="checkbox"/> 7. Social media influencer              |
| <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....               |

ตอนที่ 3 ระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด

โดยให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนความระดับความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

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

รายการ	ระดับความตั้งใจ				
	5	4	3	2	1
1. การมีเป้าหมาย					
1.1 สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน					
1.2 ผู้ร่วมเดินทางที่จะร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน					
1.3 กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน					
2. ความพร้อม					
2.1 ความพร้อมด้านวุฒิภาวะ					
2.2 เวลาสำหรับการท่องเที่ยว					
2.3 สุขภาพร่างกายและจิตใจที่พร้อมสำหรับการเดินทาง					
3. สถานการณ์					
3.1 โอกาสเอื้ออำนวยต่อการเดินทาง					
3.2 ฤดูกาล					
3.3 ปัจจัยด้านการเงิน					
4. การตอบสนอง					
4.1 การวางแผนที่จะเดินทางล่วงหน้า					
4.2 การจองสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวรวมถึงที่พักไว้ล่วงหน้า					
4.3 การจัดเตรียมกิจกรรมในการเดินทางไปไว้ล่วงหน้า					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ.....  
.....  
.....  
.....  
.....





## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวพิชญนันท์ นภาพรจินดาพัชร
Name & Last Name	Miss. Pitchayanan Napapornjindapat
วัน เดือน ปีเกิด	30 มีนาคม พ.ศ. 2533
Date of Birth	March 30, 1990
สถานที่ติดต่อ	ไอดีโอ มอร์ฟ 38 เขตคลองเตย แขวง
Address	พระโขนง กรุงเทพมหานคร 10110
	88 Ideo Morph. 38 Sukhumvit, Khong Toei, Pra-khanong Bangkok 10110
อีเมล	Pitchayanan.napa@bumail.net
ประวัติการศึกษา	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจ
Education	สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
	Bachelor of Business Administration Management. North Eastern University
ประวัติการทำงาน	2560-ปัจจุบัน ประกอบธุรกิจร้านข้าวมันไก่ “ไก่นหิน”
Work Experience	2017-Now The owner of “Kainaihin” Chicken Rice Restaurant

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 13 เดือน มกราคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) พิชญ์นันท์ นภาพรจินดาพัชร อยู่บ้านเลขที่ 98/257

ซอย สุขุมวิท 38 ถนน สุขุมวิท ตำบล/แขวง คลองเตย

อำเภอ/เขต พระโขนง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10110

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 4610500105

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

คณะ มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/

วิทยานิพนธ์หัวข้อ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวใน

อำเภอห้วยหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี

กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้

สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ

กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ

บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ

เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา

ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย

ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย  
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(น.ส. พิณรัตน์ นาทรินทสิทธิ์ )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
(ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร