

**แรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวแบบครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต**  
**MOTIVATION AND PARTICIPATION IN DECISION MAKING OF FAMILY ORIENTED TOURISTS**  
**IN PHUKET**

**สิปปกร สารอักษร และคณะ**

**Sippakorn Sanaksorn et al.**

วิทยาลัยการท่องเที่ยวนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Phuket College of International Tourism, Phuket Rajabhat University

---

**บทคัดย่อ**

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ แรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว จำนวน 250 ครอบครัวด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นครอบครัวชาวอเมริกัน รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศไทยและประเทศออสเตรเลีย โดยส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิก 3-5 คน โดยมีจำนวนเด็ก 1 – 2 คนร่วมเดินทาง ส่วนใหญ่มีระยะเวลาพำนักในจังหวัดภูเก็ตเป็นเวลา 7-10 วัน นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ตผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และมีจุดประสงค์ของการเดินทางเพื่อการพักผ่อน โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนเดินทางมายังจังหวัดภูเก็ตด้วยเครื่องบิน และใช้รถแท็กซี่และรถตู้เป็นยานพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัด กิจกรรมส่วนใหญ่ของครอบครัวนักท่องเที่ยว คือ อาบแดด และกิจกรรมสวนน้ำ สำหรับแรงจูงใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ อาหารทะเล สิ่งอำนวยความสะดวก และความยอดเยี่ยมของเกาะภูเก็ต ทั้งนี้ ภรรยาคือผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ส่วนบุตรมีส่วนตัดสินใจประเด็นกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยว และสามีเป็นผู้พิจารณาเกี่ยวกับงบประมาณของการท่องเที่ยว

**คำสำคัญ**

นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว แรงจูงใจนักท่องเที่ยว การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ภูเก็ต

## Abstract

The purpose of this research was to investigate the socio-demographic factors, travel motivation and participation in decision making of family tourists visiting Phuket. A questionnaire was distributed to 250 family tourists. A convenience sampling was applied in this study. It was found that there were female tourists than males, mostly American, followed by Thai and Australians. Most of the tourists visited Phuket with 3-5 family members with 1 or 2 children and stayed in the destination for 7-10 days. Internet was the most popular source of travel information. The key purpose of the trip related to relaxation. All of them arrived in Phuket by air, and taxi and cab were the main transport within Phuket. The popular family activity includes sunbathing and going to the water parks. In terms of key travel motivation, seafood, facilities in the destination, and popularity of island were reported. Wife was found as a key person to make a trip occurred. While children considered activities to join during the trip, a husband engaged with budget available for the trip. Practical implications are suggested.

**Keywords:** Family tourists travel motivation decision making Phuket

---

Corresponding Author

Email: [chidchanok.a@pkru.ac.th](mailto:chidchanok.a@pkru.ac.th)

## บทนำ

รายได้หลักของประเทศไทยได้มาจากภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จากข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยวปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 – พ.ศ. 2560 พบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นั่นคือ ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 2.2 พันล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2.5 พันล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13 ในปี พ.ศ. 2559 และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้ประเทศไทยเป็นเงิน 2.7 พันล้านบาทในปี พ.ศ. 2560 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ในการท่องเที่ยวไทยมากที่สุด คือ ชาวจีน รัสเซีย และมาเลเซียตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้มีการแข่งขันกันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาเที่ยวได้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มก็มีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ต่างกันขึ้นอยู่กับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น วัยรุ่นที่รักการผจญภัยจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมผจญภัย เช่น เทียวป่า ปีนเขา หรือไต่ค้ำที่ทะเล ในขณะที่กลุ่มวัยทำงาน วัยเกษียณหรือผู้สูงอายุ จะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อน ผ่อนคลาย หลีกหนีความเครียด (Anantamongkolkul, Butcher, Wang, 2017)

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มยังสามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเลือกจุดหมายปลายทางได้ตลอดเวลา นั่นคือ กลุ่มท่องเที่ยวแบบครอบครัว เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ดีที่สุดสำหรับสมาชิกครอบครัว ก่อนออกเดินทางพวกเขามักจะพิถีพิถันในการเลือกจุดหมายปลายทางเสมอ เพื่อ

ตอบสนองความต้องการของสมาชิกครอบครัวให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งครอบครัวที่มีเด็กหรือคนชรา สภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญ ในการนี้ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและความสะดวกสบายเป็นเรื่องหลักที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญ แต่ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของสมาชิกครอบครัวด้วยเช่นกัน

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่ตัดสินใจที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

## การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาระงจูงใจของนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว ดังนั้น การทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย พฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

### พฤติกรรมผู้บริโภค

Armstrong, Kotler, Harker & Brennan, (2015) ได้แบ่งแบบจำลองของผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นสิ่งที่กระตุ้นทางการตลาด (Marketing mix) ได้แก่ ราคา สถานที่ โปรโมชัน และสินค้า และอีกกลุ่มหนึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น การเมือง วัฒนธรรม สังคม สิ่งเหล่านี้จะส่งผลถึงการเลือกซื้อสินค้าของบุคคลในการบริโภคสินค้า การคิดและมี

การตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าต่างๆ มากขึ้นในปัจจุบัน โดยปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจประกอบด้วย

1. ปัจจัยในการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล ได้แก่ ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค รูปแบบการดำรงของผู้บริโภค สถานการณ์ ที่มาจากช่วงเวลา และสภาพแวดล้อมรอบข้างที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค
2. ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วยการตั้งใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทศนคติของตัวผู้บริโภคซึ่งส่งผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของตัวผู้บริโภคด้วย
3. ปัจจัยทางด้านสังคม ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคล รอบตัวผู้บริโภคที่อาจจะโน้มน้าวผู้บริโภคในการตัดสินใจ

### ทฤษฎีแรงจูงใจ

นักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอแนวคิดและทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เช่น ทฤษฎีความต้องการอย่างเป็นลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

ต้องการความปลอดภัย มนุษย์ต้องการความปลอดภัยและคุ้มครองจากอันตรายต่างๆ ที่จะมีต่อร่างกายเช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม นอกจากนี้ยังหมายถึงความต้องการความมั่นคงในการทำงาน เมื่อได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้ว บุคคลก็จะต้องการลำดับขั้นต่อไป

ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการที่จะให้สังคมหรือ

(Maslow, 1943) ซึ่งถือได้ว่า เป็นทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมาเป็นเวลานาน ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ใช้ในการอธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของมนุษย์ได้อย่างเข้าใจ มาสโลว์เสนอแนวคิดในการอธิบายความต้องการของมนุษย์มาเป็นลำดับขั้น 5 ลำดับ มาสโลว์เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีความต้องการทุกชั้น ถ้าความต้องการชั้นต่ำได้รับการตอบสนองจนเพียงพอ มนุษย์จะมีความต้องการขั้นสูงขึ้น และสิ่งที่จะมาจูงใจมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจนเพียงพอ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น ปัจจัยสี่ น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย ยา รักษาโรค และสิ่งจำเป็นที่ที่ให้คนมีชีวิตอยู่ได้ ความต้องการพวกนี้เป็นความต้องการพื้นฐาน เมื่อได้มาแล้วความต้องการพวกนี้ก็หยุดที่จะเป็นตัวจูงใจหลัก (Prime Motivation) อีกต่อไป

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้วจนพอใจ ความต้องการขั้นนี้จะเกิดขึ้นอีก นั่นคือ ความ

องค์การยอมรับ และเห็นความสำคัญของเขา ในขั้นนี้มนุษย์ต้องการเพื่อน ต้องการคบค้าสมาคม ต้องการมีครอบครัว มีความรัก และความเห็นใจจากเพื่อนร่วมงาน

ขั้นที่ 4 ความต้องการชื่อเสียง (Esteem Needs) หมายถึงความต้องการให้เกิดความเคารพตัวเอง (Self-Respect) ความรู้สึกว่าตัวเองเป็นผู้ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับจากคน

อื่น ต้องการสถานภาพ (Status) และความมีชื่อเสียง เกียรติยศ (Prestige)

ขั้นที่ 5 ความต้องการรู้จักตัวเอง (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการระดับสูงสุด คือ การรู้จักตัวเอง และตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของคน

### **แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว**

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การเข้าใจถึงแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวจะช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เช่น

1. ขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Pearce, 1988) เป็นความต้องการหรือแรงจูงใจของคนที่กำลังเดินทางหรือท่องเที่ยวว่าเกิดจากปัจจัยที่อยู่ในตัวบุคคล เช่น ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ความต้องการตื่นเต้นในสถานที่ใหม่ ความต้องการมีหน้ามีตาในสังคม หรือการเติมเต็มความใฝ่ฝัน

2. แรงจูงใจาระซ่อนเร้น (Push factor) (Crompton, 1979) เช่น การหลีกเลี่ยงสภาพแวดล้อมเดิมๆ ต้องการที่จะสร้างสัมพันธภาพกับคนอื่น ความมีหน้ามีตาในสังคม หรือต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์และกระชับมิตรกับคนในครอบครัวตนเอง

3. พฤติกรรมการเดินทางเกิดจากปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) (Dan, 1981) โดยปัจจัยที่มีผลในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมต่างๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ชื่อเสียง ความหลากหลาย ของกิจกรรม ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

แสงเดือน รติณธร (2555) กล่าวว่า “ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นเพียงมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้น การตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น จะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull factors) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น”

นอกจากนี้ Moutinho (2007) ได้เสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจของครอบครัวในการเดินทางท่องเที่ยว นั่นคือ บุคคลต่าง ๆ ในครอบครัวจะมีส่วนในการพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ในการวางแผนการดำเนินการท่องเที่ยวแตกต่างกัน นั่นคือ สมาชิกจะเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจหรือพิจารณาเกี่ยวกับสถานที่พัก และจุดหมายปลายทาง ส่วนภรรยา จะพิจารณาเกี่ยวกับการนำบุตรไปท่องเที่ยวด้วย จำนวนวันและระยะเวลาของการเดินทาง รวมถึงกิจกรรมที่จะทำในระหว่างการท่องเที่ยว เป็นต้น

### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีนักวิชาการจำนวนมากได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว อาทิ

กษิดิ์เดช ตรีทอง (2557) ได้สำรวจแรงจูงใจนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ด้านกายภาพ ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ และด้านการพัฒนาตนเอง มีความสำคัญต่อการเลือกกรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และยังพบอีกว่า เพศและรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ แสงเดือน รตินธร (2558) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่างกัน งานวิจัยดังกล่าวยังได้พบอีกว่า ปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ การมีประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ส่วนปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติ ทะเล และชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูล การท่องเที่ยว ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีน จะมีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มี ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวประมาณ 5,991-11970 หยวน มีการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่าน สื่ออินเทอร์เน็ต

จากงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวมา พบว่า นักวิชาการส่วนใหญ่ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจของ นักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ แต่ยังมีนักวิชาการจำนวน จำกัดที่ได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ครอบครัวยุคใหม่ ซึ่งอาจจะมีความต้องการและแรงจูงใจ เฉพาะที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวตลาดอื่น ๆ ดังนั้น งานวิจัยเรื่องนี้ จึงได้ทำการศึกษาลักษณะ ทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ครอบครัวยุคใหม่ในจังหวัดภูเก็ต และแรงจูงใจและการมี ส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ครอบครัวยุคใหม่ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

## วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการสำรวจ (Survey Research) และมีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** การวิจัยเชิงปริมาณ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็น นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในภูเก็ตแบบกลุ่มครอบครัว โดยจากสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในปี 2559 มีจำนวน 13 ล้านคนโดยประมาณ (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2561) สำหรับการ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น การทบทวน วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 100 – 300 ชุด ถือว่าเป็นขนาดที่มีความเหมาะสมที่จะสามารถนำ ชุดข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติได้ตามข้อเสนอแนะ ของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มครอบครัว จำนวน 250 ครอบครัวโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบสะดวกในการเก็บข้อมูล

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับ การศึกษาเรื่องนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น สามส่วน ดังนี้

ส่วนแรก จะเป็นการสอบถามแรงจูงใจ ของนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว เช่น ความสะอาด อากาศ ความปลอดภัย คุณภาพของสินค้าและ บริการ หรือความสะดวก ข้อคำถามในส่วนนี้เป็น ข้อความผู้ตอบแบบสอบถามตอบระดับคะแนน เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อข้อคำถาม ตั้งแต่ 1 – 5 (5-point Likert scales) โดยที่ (1) คือ ไม่สำคัญ อย่างยิ่ง (2) ไม่สำคัญ (3) เป็นกลาง (4) สำคัญ และ (5) สำคัญอย่างยิ่ง

ส่วนที่สอง จะเป็นการตัดสินใจภายในครอบครัวที่เลือกที่จะท่องเที่ยวในภูเก็ต และส่วนสุดท้าย ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ สัญชาติ หรือระยะเวลาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งทั้งสองส่วนเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended questions) ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ โดยแบบสอบถามได้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเสนอความคิดเห็นโดยใช้คำถามปลายเปิดด้วย

แบบสอบถามได้รับการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาศาสตร์และทักษะการแปลเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้อง และความแม่นยำของข้อคำถามทั้งสองภาษาโดยใช้เทคนิคการแปลย้อนกลับ (Back-translation Method)

ทั้งนี้ นักวิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 5 คนก่อนการนำไปใช้จริง วัตถุประสงค์ของการทดสอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบคำผิด และความยากง่ายต่อการทำความเข้าใจในข้อคำถามต่าง ๆ ผลการทดสอบครั้งนี้ถูกนำมาปรับปรุงก่อนที่จะทำการทดสอบแบบสอบถามครั้งที่ 2 (pilot test) เพื่อวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ และทดสอบระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตอบข้อมูล หลังจากได้มีการปรับปรุงแบบสอบถามในครั้งที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตกับครอบครัว จำนวน 250 คน และพบว่า สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อได้ทั้ง 250 ชุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจาก 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ณ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดภูเก็ต เช่น ย่านเมืองเก่าภูเก็ต และวัดฉลอง เป็นต้น ในช่วงสองสัปดาห์หลังของเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ และผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้องโดยรวบรวมข้อมูลจากห้องสมุดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอธิบายคุณลักษณะตัวแปร

ทั้งนี้ ค่าความถี่ และค่าร้อยละได้ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแบบครอบครัว ส่วนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีการแปลผลของข้อมูลด้วยการนำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) มีดังนี้

สูตรการคำนวณอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \end{aligned}$$

= 0.8

โดยค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มี  
ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีสำคัญใน  
ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มี  
ความสำคัญในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มี  
ความสำคัญในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มี  
ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

## ผลการวิจัย

### ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

	ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	83	33.2
	หญิง	167	66.8
สัญชาติ	อเมริกัน	92	36.8
	ออสเตรเลีย	52	20.8
	จีน	37	14.8
	เกาหลี	5	2.0
	ญี่ปุ่น	2	0.8
	ไทย	62	24.8
	จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
	3-5	206	82.4
	6-8	26	10.4
	มากกว่า 9	18	7.2
	<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้  
จะแบ่งออกเป็นสามตอน คือ (1) ข้อมูลทั่วไปของ  
นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว (2) แรงจูงใจในการ  
ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และ (3) การมีส่วนร่วม  
ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่ม  
ครอบครัว ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ครอบครัว

สำหรับการนำเสนอผลการวิจัยในส่วนนี้  
แบ่งออกเป็น 2 ตาราง คือ ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป  
และตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม  
นักท่องเที่ยว ดังนี้



จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 167 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8 และเป็นเพศชาย 83 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสัญชาติอเมริกัน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และออสเตรเลีย 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 สำหรับจำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่

นักท่องเที่ยวจะเดินทางพร้อมกับสมาชิกในครอบครัว จำนวน 3-5 คน มีจำนวนทั้งสิ้น 206 คนจากผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 82.4 จำนวนสมาชิก 6-8 คน จำนวน 26 จากผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 10.4 และมีสมาชิกมากกว่า 9 คน มีจำนวน 18 คน จากผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 7.2

## ตารางที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

	ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลา (วัน)	1-3	34	13.6
	4-6	56	22.4
	7-10	98	39.2
	มากกว่า 10	62	24.8
ความถี่ของการเยือนภูเก็ต	เคยมา	83	33.2
	ไม่เคยมา	167	66.8
แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวทราบถึงจังหวัดภูเก็ต			
	โฆษณา	5	2.0
	อินเทอร์เน็ต	135	54.0
	บริษัททัวร์	19	7.60
	ปากต่อปาก	25	10.0
	หนังสือพิมพ์	57	22.8
	อื่นๆ	9	3.6
จุดประสงค์หลักของการเดินทาง	พักผ่อน	138	55.2
	เยี่ยมเพื่อน	3	1.2
	หาประสบการณ์ใหม่	12	4.8
	ธุรกิจ	5	2.0
	อื่น ๆ	92	36.8
จำนวนของเด็กที่ร่วมเดินทาง	1	97	38.8
	2	88	35.2
	มากกว่า 2	65	26.0
วิธีการเดินทางมาภูเก็ต	เครื่องบิน	250	100
วิธีการเดินทางในภูเก็ต	รถยนต์	22	8.8

	ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กิจกรรมของนักท่องเที่ยว	รถตุ้	98	39.2
	รถมอเตอร์ไซด์	23	9.2
	รถแท็กซี่	100	40.0
	อื่นๆ	7	2.8
	บ้านหนุมาน	20	8.0
	Elephant	12	4.8
	Sanctuary		
	อาบแดด	78	31.2
	สวนน้ำ	46	18.4
	พิพิธภัณฑ Trick eye	3	1.2
	เล่นเสิร์ฟบอร์ด	15	6.0
	มินิโกอล์ฟ	2	0.8
	อื่นๆ	74	29.6

จากตารางที่ 2 พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวใช้เวลา 7-10 วัน คิดเป็นจำนวน 98 คน หรือร้อยละ 39.2 รองลงมาคือ กลุ่มที่ใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 10 วัน มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และใช้เวลาท่องเที่ยว 4-6 วัน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คิดเป็นจำนวน 167 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 66.8 ไม่เคยมาท่องเที่ยวในภูเก็ตมาก่อน ส่วนนักท่องเที่ยวที่เหลือซึ่งมีจำนวน 83 คนเคยมาท่องเที่ยวในภูเก็ตแล้ว คิดเป็นร้อยละ 33.2 นอกจากนี้ พบว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวทราบเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ต ลำดับแรก คือ แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาคือ ทราบจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และมีแหล่งข้อมูลปากต่อปาก จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์พักผ่อน มีจำนวน 138 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 55.2 วัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ซึ่งหมายรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น

สำหรับจำนวนของเด็กที่เป็นสมาชิกของการเดินทางนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นำบุตรมาด้วย 1 คน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ กลุ่มที่นำบุตรมาด้วย 2 คน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 ทั้งนี้ วิธีการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวทั้งหมด คือ การโดยสารด้วยเครื่องบิน ส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ต คือ รถแท็กซี่มีจำนวนผู้ใช้บริการทั้งสิ้น 100 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ รถตุ้ มีผู้ใช้บริการทั้งสิ้น จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และรถมอเตอร์ไซด์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

กิจกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า  
นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำกิจกรรมอาบแดด จำนวน  
78 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 ทำกิจกรรมอื่นๆ 74  
คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 และ กิจกรรมสวนน้ำ

Jungle Splash จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ  
18.4 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

### ตารางที่ 3 แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
อาหารทะเลที่มีคุณภาพสูง	4.42	0.75	มากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสมาชิกในครอบครัว	4.15	0.80	มาก
เกาะที่เป็นที่นิยม	4.12	0.78	มาก
คัมค่าเงินที่ใช้จ่าย	4.02	0.79	มาก
ความปลอดภัย	4.00	1.00	มาก
ประหยัดเงิน	4.00	1.00	มาก
ที่พักในจังหวัดภูเก็ต	4.00	1.00	มาก
ผู้คนเป็นมิตร	4.00	0.70	มาก
ความปลอดภัยในครอบครัว	4.00	0.80	มาก
กิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับครอบครัว	4.00	0.80	มาก
การขนส่งสะดวกสบาย	4.00	0.84	มาก
กิจกรรมผจญภัยที่น่าสนใจมากมาย	3.94	0.72	มาก
เล็กเรียน	3.94	0.76	มาก
คุณภาพอาหารที่ดี	3.90	0.80	มาก
ความสะอาดของชายหาด	3.90	0.80	มาก
ใช้เวลาไปกับครอบครัวและเด็ก ๆ	3.90	0.80	มาก
เป็นแหล่งมรดกที่น่าหลงใหล	3.88	0.76	มาก
เมืองที่หรูหรา	3.80	0.80	มาก
อากาศดี	3.80	0.80	มาก
วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ	3.80	0.80	มาก
ความสะอาด	3.70	0.80	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า แรงจูงใจที่สำคัญ  
ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว คือ อาหารทะเลที่  
มีคุณภาพสูง สิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย

สำหรับสมาชิกในครอบครัวและเกาะที่เป็นที่นิยม  
โดยพบว่า อาหารทะเลคุณภาพเป็นแรงจูงใจที่มี  
ความสำคัญมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวของ

กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว และความสะอาด  
ของจังหวัดภูเก็ตได้รับคะแนนในลำดับน้อยที่สุด  
อย่างไรก็ตาม ยังอยู่ในเกณฑ์คะแนน “มาก”

### ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

#### ตารางที่ 4 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวครอบครัว

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว	ร้อยละ			
	(จำนวน (คน))			
	สามี	ภรรยา	บุตร	ตัดสินใจร่วมกัน
1. ประเภทที่พัก	26.8 (67)	28.8 (72)	4.0 (10)	<b>40.4</b> <b>(101)</b>
2. จุดหมายปลายทางสำหรับวันหยุด	27.2 (68)	16.8 (42)	23.2 (58)	<b>32.8</b> <b>(82)</b>
3. มีบุตรไปด้วยหรือไม่	26.0 (65)	<b>46.8</b> <b>(117)</b>	22.0 (55)	5.2 (13)
4. ระยะเวลาพักในวันหยุด	23.2 (58)	<b>30.4</b> <b>(76)</b>	17.6 (44)	28.8 (72)
5. วันเดินทางท่องเที่ยว	20.8 (52)	<b>33.2</b> <b>(83)</b>	25.2 (63)	20.8 (52)
6. วิธีการเดินทางในวันหยุดของครอบครัว	23.2 (58)	<b>35.2</b> <b>(88)</b>	13.6 (34)	28.0 (70)
7. กิจกรรมในการท่องเที่ยว	24.4 (61)	<b>34.4</b> <b>(86)</b>	<b>37.6</b> <b>(94)</b>	3.6 (9)
8. จะไปพักผ่อนหรือไม่	22.0 (55)	<b>33.6</b> <b>(84)</b>	<b>30.0</b> <b>(75)</b>	14.4 (36)
9. จำนวนเงินที่สามารถใช้จ่ายได้	<b>34.4</b> <b>(86)</b>	35.2 (88)	10.0 (25)	20.4 (51)

จากตารางที่ 4 พบว่า โดยภาพรวม  
ภรรยาจะเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวแบบครอบครัว เมื่อพิจารณาแยก  
ประเด็น จะพบว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทที่  
พัก และจุดหมายปลายทางจะเป็นการตัดสินใจ  
ร่วมกันในครอบครัว ส่วนการพิจารณาเกี่ยวกับการ  
นำบุตรไปร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

วันที่เดินทาง วิธีการเดินทาง กิจกรรมการพักผ่อน  
นั้น เป็นหน้าที่หลักของภรรยาในการตัดสินใจ ส่วน  
สามีจะเป็นผู้ตัดสินใจหลักเรื่องงบประมาณ  
นอกจากนี้ จะสังเกตได้ว่า บุตรจะมีบทบาทในการ  
ตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรม และประเด็นที่ต้อง  
พิจารณาเรื่องเดินทางเพื่อการพักผ่อนร่วมกับ  
ภรรยา

## สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ แรงจูงใจและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว จำนวน 250 ครอบครัว จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นครอบครัวชาวอเมริกัน รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากประเทศไทยและประเทศออสเตรเลีย โดยส่วนใหญ่ มีจำนวนสมาชิก 3-5 คน มีระยะเวลาพำนักในจังหวัดภูเก็ตเป็นเวลา 7-10 วัน มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ตผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากงานวิจัยของ แสงเดือน รตินธร (2558)

นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนเดินทางมายังจังหวัดภูเก็ตด้วยเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก World Tourism Organization (2018) ที่รายงานว่า การเดินทางทางอากาศ คือ รูปแบบการเดินทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว และใช้รถแท็กซี่และรถตู้เป็นยานพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัด กิจกรรมส่วนใหญ่ของครอบครัวนักท่องเที่ยว คือ อาบแดดหรือกิจกรรมที่ชายหาดสำหรับแรงจูงใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก และความขอดนิยมของเกาะภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนักวิชาการคนอื่น ๆ อาทิ กษิณีเดช ตริทอง

(2557) และ แสงเดือน รตินธร (2558) ที่ค้นพบว่าแรงจูงใจจากจุดหมายปลายทาง คือ แรงจูงใจสำคัญของนักท่องเที่ยว

สำหรับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวครอบครัวนั้น ผลการวิจัยพบว่า ภรรยา คือผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เช่น ภรรยาเป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการนำบุตรไปร่วมเดินทาง ระยะเวลาและวันเดินทาง รวมถึงวิธีการเดินทาง อย่างไรก็ตาม บุตรจะมีบทบาทในการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะเข้าร่วมเมื่อเดินทางท่องเที่ยว สำหรับสามีจะเป็นผู้ตัดสินใจหลักเรื่องงบประมาณการเดินทาง และการพิจารณาเรื่องที่พักและจุดหมายปลายทางเป็นการตัดสินใจร่วมกันในครอบครัว ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ มีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Moutinho (2007) ที่พบว่า สามีจะเป็นผู้มีบทบาทในการตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทที่พัก และจุดหมายปลายทาง ส่วนประเด็นการนำบุตรไปร่วมเดินทาง วันและระยะเวลาของการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำในระหว่างการเดินทางเป็นการตัดสินใจร่วมกัน ความไม่สอดคล้องของผลการศึกษานี้อาจจะเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เพศหญิงเริ่มมีบทบาทในสังคมมากขึ้น รวมถึงการแพร่หลายของข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทำให้เพศหญิงมีโอกาสร่วมคิดและตัดสินใจมากขึ้นก็เป็นได้

รัฐบาลและผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ได้ รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น พุดบาทที่อำนวยความสะดวก

สะดวกในการใช้รถเข็นเด็ก เป็นต้น นอกจากนี้  
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ อาทิ  
ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผลการศึกษาทำให้  
ทราบว่า อาหารทะเล คือ แรงจูงใจสำคัญอันดับ  
หนึ่งในการเลือกจังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมาย  
ปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ดังนั้น  
ผู้ประกอบการร้านอาหารควรเตรียมการรองรับ  
นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งเมนูอาหารควรจะมี ความ

หลากหลาย และเหมาะกับสมาชิกทุกคนใน  
ครอบครัว มีการเตรียมเก้าอี้และภาชนะที่เป็นมิตร  
กับเด็ก เป็นต้น นอกจากนี้ ธุรกิจควรมุ่งการทำ  
การตลาดไปยังสมาชิกของครอบครัวที่เป็นแม่หรือ  
ภรรยา เนื่องจากผลการศึกษาค้นพบว่า ภรรยา  
คือผู้ที่ตัดสินใจเรื่องสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว  
เช่น ระยะเวลาและการกำหนดวันเดินทาง วิธีการ  
เดินทางรวมถึงกิจกรรมในการท่องเที่ยว

### อ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2560). สถิตินักท่องเที่ยว. [Online] Retrieved February 7, 2019

<http://www.tourism.go.th/>

department of Tourism (2017). Tourism statistics. [Online] Retrieved February 7, 2019

<http://www.tourism.go.th/> (In Thai)

บุญชม ศรีสะอาด (2543). การวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

Boonchom Srisa-ard. (2000). Research in measurement and evaluation. Bangkok:

Suweeriyasana.

สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต (2561). สถิตินักท่องเที่ยว. [Online] Retrieved November 17, 2018

[http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog  
&id=122&Itemid=510](http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=122&Itemid=510)

National statistics organization, Phuket office. (2018). Tourism statistics. [Online] Retrieved

November 11, 2018

[http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog  
&id=122&Itemid=510](http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=122&Itemid=510) [in Thai]

แสงเดือน รตินธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือก  
มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย,  
18(2), 84-104.

Sangduen Ratinthon. (2012). Push and pull motivation of Chinese tourists in choosing Thailand

- as a travel destination. *APIHEIT Journals*, 18(2), 84-104.
- กษิตีเดช ตริทอง. (2557). แรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวนานาชาติ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kasidit Threetong. (2014). Motivations in selecting to travel of International tourists to Bangkok metropolis as a tourism destination. Chulalongkorn University.
- Anantamongkolkul, C., Butcher, K., & Wang, Y. (2017). The four stages of on-site behavior for a long-stay relaxation holiday. *Journal of Vacation Marketing*, 23(3), 217-232.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2015). *Marketing: an introduction*.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6, 408-424.
- Dann, G. (1981). Tourist Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8, 187-219.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: a global perspective*. Upper Saddle River, N.J: Pearson.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Moutinho, L. (2007). Consumer Behavior in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 5-44.
- Pearce, P. L. (1988). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York, NY: Springer-Verlag.
- World Tourism Organization. (2018). *UNWTO tourism highlights 2018 edition*. Retrieved from <http://mkt.unwto.org>

## ประวัติ



**Name and Surname:** Sippakorn Sanaksorn

**Highest Education:** High School, English-Program

**University:** Phuket Rajabhat University

**Field of Expertise:** International Tourism and Hospitality Management

**Address:** 150/22 moo 1 T.Kuanmapraw, Muang Phattalung province, 93000



**Name and Surname:** Greingsak Udomlert

**Highest Education:** High School Art and language Program

**University:** Phuket Rajabhat University

**Field of Expertise:** International Tourism and Hospitality Management

**Address:** Rajabhat university 21 Moo 6 Phetkasem road , Muang, Phuket 83000



**Name and Surname:** Sirisopa Mekpoo

**Highest Education:** High School, Math-Science Program

**University:** Phuket Rajabhat University

**Field of Expertise:** International Tourism and Hospitality Management

**Address:** 43 Moo 6. T.Dindang Lumtub Krabi, Thailand 81190.



**Name and Surname:** Katesirin Srilerdwong

**Highest Education:** High School, English-Math Program

**University:** Phuket Rajabhat University

**Field of Expertise:** International Tourism and Hospitality Management



**Address:** 145/123 D Condo Mine , Wichitsongkram st. ,  
Kathu , Phuket 83120



**Name and Surname:** Suchanard Rattanaporn

**Highest Education:** High School, English-German Program

**University:** Phuket Rajabhat University

**Field of Expertise:** International Tourism and Hospitality  
Management

**Address:** 81/2 ,moo 7,Srisoontorn road,Thalang Phuket  
83110



**Name and Surname:** Chidchanok Anantamongkolkul

**Highest Education:** Ph.D. (Tourism)

**University:** Phuket Rajabhat University

**Field of Expertise:** Tourism marketing, tourist behaviour

**Address:** 21 Moo 6 T.Rasada Muang Phuket, Thailand  
83000