

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

กรณีศึกษา : นักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

นฤภัค เพนานนท์¹ จรีพร ศรีทอง²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา (กรณีศึกษา : นักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.25 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 65,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26 และมีสถานภาพครอบครัว สมรส(มีภาระ) คิดเป็นร้อยละ 39 ปัจจัยแรงจูงใจต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมาก และการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพครอบครัว แตกต่างกันมีการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ในด้านการประเมินทางเลือกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่าทางสถิติเท่ากับ 0.05 และอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ในด้านการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่าทางสถิติเท่ากับ 0.05 และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านความสำคัญในการท่องเที่ยว ($B = 0.38, t = 11.28, p\text{-value} = 0.00$) ด้านองค์ประกอบบริการ ($B = 0.31, t = 7.97, p\text{-value} = 0.00$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($B = 0.09, t = 2.46, p\text{-value} = 0.01$) มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.87 (R) และสามารถพยากรณ์ถึงการตัดสินใจท่องเที่ยวได้ร้อยละ 76 (Adjusted R²)

คำสำคัญ : แรงจูงใจท่องเที่ยว การตัดสินใจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวคนไทย จังหวัดสงขลา

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมลล์ : 6524104409@rumail.ru.ac.th

² อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจภาคใต้ตอนล่าง เป็นศูนย์กลางการคมนาคมของภาคใต้ สามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทางทั้งทางอากาศ ทางบก ทางราง และทางน้ำ เหมาะสำหรับการทำธุรกิจทั้งในด้านจัดจำหน่ายและด้านการบริการ เนื่องจากสามารถเชื่อมต่อไปยังจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก โดยเขตพื้นที่จังหวัดสงขลามีท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ มีสถานีขนส่งทางบกขนาดใหญ่ ทั้งตัวอำเภอเมืองสงขลา และอำเภอหาดใหญ่ มีชุมทางรถไฟหาดใหญ่ มีท่าเรือท่องเที่ยวและท่าเรือขนส่งสินค้าให้บริการ

นอกจากนี้จังหวัดสงขลายังเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีโบราณสถานที่สำคัญ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม จึงทำให้จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีผู้คนมาเยือนเป็นจำนวนมาก และต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จึงส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเขตพื้นที่ตัวเมือง และพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติใกล้เคียงภายในจังหวัด ตลอดจนการส่งเสริมการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกจังหวัด ให้มีความสนใจและเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดสงขลามากขึ้น รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชุมชน เพื่อสร้างการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงการสร้างคามมั่นคง และยั่งยืนให้เกิดแก่จังหวัดสงขลาในอนาคตด้วย

ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา (พ.ศ.2562 – พ.ศ.2564) เกิดการแพร่ระบาดของโควิด19 ทำให้ธุรกิจต่างๆ ต้องหยุดชะงัก โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว การขนส่ง และการเดินทาง ซึ่งได้รับผลกระทบทุกภาคส่วน มีการปิดกิจการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องไปจำนวนมาก ตลอดจนรูปแบบการท่องเที่ยวก็มีรูปแบบที่เปลี่ยนไป เกิดธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าว จึงมีการนำเทคโนโลยีต่างๆ ที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกันได้ในตลาดการบริการการท่องเที่ยวภายหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 (ตั้งแต่ พ.ศ.2565 เป็นต้นมา) ทำให้รัฐบาลและผู้ประกอบการต่างๆ พยายามกระตุ้น และสร้างแรงดึงดูดให้ประชาชนออกมาท่องเที่ยวกันมากขึ้น เพื่อเป็นการฟื้นฟูเศรษฐกิจให้กลับมาโดยเร็ว จึงมีการสนับสนุน และส่งเสริม ให้เกิดกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายใช้สอย โดยจังหวัดสงขลาก็เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่กลับมาฟื้นฟูด้านการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการเกิดขึ้นของธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากขึ้น เช่น ธุรกิจบริการห้องพัก ธุรกิจรถเช่า ธุรกิจนวดแผนไทย ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจของฝาก และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการพัฒนาการแข่งขันของผู้ประกอบการรายเดิม ด้วยการปรับรูปแบบ การพัฒนาปรับปรุง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันของธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลดีให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดสงขลา ได้รับการบริการที่หลากหลายและดีขึ้นกว่าเดิม เกิดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ไปยังพื้นที่อื่นๆ

จากประเด็นดังกล่าวที่เกิดขึ้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยมุ่งหวังว่าผลการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถนำข้อมูลมาเพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ตลอดจนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ให้ดีขึ้นเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งจะก่อให้เกิดเศรษฐกิจที่ดีในจังหวัดสงขลา และเกิดการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนให้แก่ชุมชนต่างๆ ในจังหวัดสงขลาด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาแตกต่างกัน
2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร ตั้งแต่เดือน มกราคม - มิถุนายน 2566 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เข้ามาเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสงขลาอย่างต่อเนื่อง ทั้งมาร่วมงานกิจกรรมต่างๆ และเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละอำเภอ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ประมาณ 3 ล้านคน (ที่มา : กรุงเทพมหานคร, 2566)
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในเขตจังหวัดสงขลา ได้แก่ หาดสมิหลา หาดชลาทัศน์ แหลมสนอ่อน เขาตังกวน น้ำตกโตนงาช้าง พิพิธภัณฑ์ทักษิณคดีศึกษา สวนสัตว์สงขลา เกาะยอ เมืองเก่าสงขลา
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจการท่องเที่ยว และปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2566 - เดือนธันวาคม 2566

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motive) ตามสำนักงานราชบัณฑิตยสภา หมายถึง คำหรือความที่บุคคลใช้ในการพรรณนาแรงจูงใจหรือ อธิบายเหตุผลของการกระทำของตนเองผิดไปจากความคาดหวังหรือบรรทัดฐานของกลุ่มหรือของสังคม เพื่อจูงใจให้ผู้อื่นยอมรับในการกระทำ

(ณัชชา ใจตรง, 2566, หน้า 10) ได้ระบุว่า “ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าแรงจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นที่ส่งผลให้บุคคลแสดง พฤติกรรมที่แตกต่างกัน หรือการกระทำที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของตนเอง เพื่อให้บรรลุ เป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้”

ณัฐพัชร์ ลาภบำรุงวงศ์(2562) ได้ให้ความหมายของการจูงใจ หมายถึง กระบวนการต่างๆ ทางร่างกายและจิตใจถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าให้แสดงออกเป็นพฤติกรรม เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวประเทศไทย (2545) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยว (Tourism) นั้นเป็นคำที่มีความหมายกว้าง ครอบคลุมการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเล่นกีฬา การติดต่อธุรกิจ

จิราภา สนิทจันทร์ (2566) ได้ระบุว่า “พฤติกรรม หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการ เดินทางมาท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง รูปแบบในการเดินทาง สถานที่ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และช่องทางในการรับรู้ ข้อมูลต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว”

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำการแสดงออกของบุคคลที่เกิดจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Simon (1966, อ้างถึงใน จิตรกร จันทรสุข, เสาวนีสิริสุขศิลป์และ ปารย์พิชชา ก้านจักร 2021) ซึ่งผู้เป็นบิดาแห่งทฤษฎีการตัดสินใจ ได้ให้ความหมายของ การตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการของกิจกรรมต่างๆ 3 ประการ คือ 1) กิจกรรม ด้านเซอว์ปัญญา ซึ่งจะเน้นระบบข้อมูล และสารสนเทศที่จะนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ 2) กิจกรรมด้านการออกแบบ คือ การนำข้อมูลมาวิเคราะห์แนวทางที่จะนำไปสู่การปฏิบัติ และ 3) กิจกรรมที่เกี่ยวกับการเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่จะนำไปปฏิบัติ

Moody (1995, อ้างถึงใน จิตรกร จันทรสุข, เสาวนีสิริสุขศิลป์และ ปารย์พิชชา ก้านจักร 2021) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อใดถึงจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริง ข้อยุติจะแปรเปลี่ยนไปตามปัญหาที่ต้องแก้ไข ซึ่งการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวพัน กับการใช้จ่ายและการใช้เวลา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จินต์จุฑา ลาภวานิชย์กุล (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดน่านของนักท่องเที่ยวสตรีโสดวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1)ศึกษาระดับแรงจูงใจและระดับการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวจังหวัดน่านของนักท่องเที่ยวสตรีโสดวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 2)เพื่อเปรียบเทียบ ความแตกต่างของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดน่านของนักท่องเที่ยวสตรีโสดวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและจำแนกตามพฤติกรรมท่องเที่ยว 3)เพื่อศึกษาปัจจัย จูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดน่านของนักท่องเที่ยวสตรีโสดวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นสตรีสถานภาพโสด วัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ระหว่างอายุ 25 – 54 ปีซึ่งมีความสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่าน จำนวน 400 สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียวและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1)นักท่องเที่ยวสตรีมีความคิดเห็น ต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดจากปัจจัยผลักดันในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดและปัจจัย ดึงดูดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2)ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางเที่ยวจังหวัดน่านของสตรีโสดวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางเที่ยวจังหวัดน่านของสตรีโสดวัยทำงานใน เขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 3)ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางเที่ยวจังหวัดน่านของสตรีโสดวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วัชรพงษ์ มูสิกกา (2563) การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบ ใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test และแบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และสถานภาพ ที่แตกต่างกันทำให้เลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน ที่ต่างกันทำให้เลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกัน

ดวงใจ ฤดีสถิต (2563) ได้ศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้าน

กิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับดี และมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซื้อทัวร์ไหว้พระ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในเรื่องแรงจูงใจผลักดันในการท่องเที่ยว และแรงจูงใจดึงดูดในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เท่ากับร้อยละ 67.4

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการสอบถาม
2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึง รายละเอียดต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้
3. ร่างเครื่องมือขึ้นให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาวิเคราะห์
4. นำแบบสอบถามที่จัดทำให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ และทำการปรับแก้ไข ตามคำแนะนำที่ได้รับจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้มีความครบถ้วนในทุกๆ ด้าน และสอดคล้องกับกรอบแนวคิด ตลอดจนสมมติฐานในการศึกษาวิจัยครั้งนี้
5. นำเครื่องมือที่ได้ไปทำการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กับ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรในการศึกษา โดยทำการกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด ไว้จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเข้าใจตรงกันในข้อคำถามต่างๆ และวัดความสม่ำเสมอ สอดคล้องภายใน โดยใช้วิธีทดสอบของ Cronbach's Alpha ได้ค่า Alpha Coefficient

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เลือกใช้เครื่องมือในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา กรณีศึกษา : นักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยดำเนินการศึกษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกรายการที่ตรงกับความ เป็นจริง จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า แบ่งออกเป็น 5 ด้าน จำนวนรวม 19 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า แบ่งออกเป็น 5 ด้าน จำนวนรวม 15 ข้อ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา กรณีศึกษา : นักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน โดยผู้ศึกษาได้ทำการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ให้แก่กลุ่มตัวอย่างทราบ และกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้ทำการกรอกข้อมูลในแบบสอบถามด้วยความสมัครใจตามความเป็นจริง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อ แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา กรณีศึกษา : นักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ซึ่งประกอบด้วย วิทยานิพนธ์ หนังสืออ้างอิง รายงานการวิจัย ตลอดจนบทความที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลต่างๆ จากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ การตัดสินใจ และข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม
2. การนำแบบสอบถามมาลงรหัส เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมทางสถิติ
3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้
4. เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว นำผลการศึกษาดังกล่าวมาเสนอในรูปแบบตารางพร้อมการอธิบายข้อมูลในตารางแต่ละส่วน โดยใช้สถิติ 2 แบบ คือ
 - สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายเชิงเหตุผล ค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage), ความถี่

(Frequency), การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

- สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการนำสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน การวิจัย คือ สถิติ Independent Sample T-test การวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์การศึกษารายงานเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยขออภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.25 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 65,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26 และมีสถานภาพครอบครัว สมรส(มีภรรยา) คิดเป็นร้อยละ 39

2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีความคิดเห็นระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.56$) และเมื่อพิจารณารายได้ พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.12$, $SD = 0.63$) ด้านการคมนาคม ($\bar{X} = 3.99$, $SD = 0.68$) ด้านองค์ประกอบของการบริการ ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.66$) ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.83$, $SD = 0.68$) และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 0.71$) ตามลำดับ
3. การตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีความคิดเห็นระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.61$) และเมื่อพิจารณารายได้ พบว่า ด้านพฤติกรรมภายหลังการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.05$, $SD = 0.74$) ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.02$, $SD = 0.67$) ด้านการแสวงหาข้อมูล ($\bar{X} = 3.99$, $SD = 0.68$) ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.74$) และด้านการตัดสินใจ ($\bar{X} = 3.87$, $SD = 0.78$) ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพครอบครัว แตกต่างกันมีการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ในด้านการประเมินทางเลือกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่าทางสถิติเท่ากับ 0.05 และอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ในด้านการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่าทางสถิติเท่ากับ 0.05

4.2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยแรงจูงใจท่องเที่ยวอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 76 ($R^2 = 0.76$) โดยแรงจูงใจที่เกิดจากด้านความสำราญในการท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือแรงจูงใจที่เกิดจากด้านองค์ประกอบของการบริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ ส่วนแรงจูงใจด้านการคมนาคม และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ด้านความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา : กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พิจารณารายด้านดังนี้

- 5.1.1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน เนื่องจากเพศชาย เพศหญิง และ LGBTQ+ มีการตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับจิรดาภา สนิทจันทร์ (2564) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน
- 5.1.2 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน เนื่องจากมีการตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิภารัตน์ เกษแก้ว (2562) ศึกษาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสีชังที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมไม่ต่างกัน
- 5.1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาแตกต่างกัน เนื่องจากการประเมินทางเลือก ซึ่งสอดคล้องกับจินต์จุฑา ลาภวาณิชย์กุล (2564) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเดินทางเที่ยวจังหวัดน่านของสตรีโสดวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกัน
- 5.1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาแตกต่างกัน เนื่องจากมีการตัดสินใจ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวัชรพงษ์ มุสิกกา (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมต่างกัน

- 5.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ จิรดาภา สนิทจันทร์ (2564) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน
- 5.1.6 สถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับชิตชม กันจุฬา (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาจังหวัดอ่างทอง พบว่า สถานภาพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 5.1.7 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวคนไทยในจังหวัดสงขลา แรงจูงใจในการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสำราญในการท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบของการบริการ เปรียบเทียบหาความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อพฤติกรรมภายหลังการท่องเที่ยว ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสำราญในการท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบของการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวคนไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา สอดคล้องกับดวงใจ ฤดีสถิต (2563) ศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักมีอิทธิพลต่อการตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาวิจัยขอเสนอแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีป้ายแนะนำ และจุดบอกรายละเอียดเส้นทางท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ให้เพิ่มมากขึ้น ด้านการคมนาคม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาจังหวัดสงขลา ซึ่งในบางช่วงจะมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งบางเส้นทางมีสภาพพื้นผิวจราจรภายในจังหวัดสงขลา ควรมีสภาพที่สมบูรณ์ และมีความปลอดภัยแก่ผู้เดินทางมากขึ้น
2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาวิจัยขอเสนอในด้านการตระหนักถึงความต้องการ ให้หน่วยการที่เกี่ยวข้องทำการปรับปรุงด้านสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และของฝากจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้สะอาดอยู่เสมอ
3. การขยายขอบเขตของประชากรในการวิจัย เพื่อศึกษากลุ่มประชากรที่มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างกลุ่มประชากรได้ชัดเจนมากขึ้น
4. ควรมีรูปแบบในการศึกษาในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มขึ้น เพื่อทราบรายละเอียดที่หลากหลาย ตลอดจนแนวทางและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา
5. ควรศึกษาด้านผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อหาความสัมพันธ์ และความสอดคล้องของผู้ให้บริการ และความต้องการนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545. เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายใต้โครงการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2545. กรุงเทพมหานคร : กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2566). ข้อมูลนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/1008702>
- จิตรกร จันท์สุข, เสาวนีย์ สิริสุขศิลป์ และ ประราร์ยพิชชา ก้านจักร. 2564. การตัดสินใจสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 10(2), 226-227
- จินต์จุฑา ลาภาวณิชย์สกุล. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดน่านของนักท่องเที่ยวสตรีโสดวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม

- จิรตมา สนิทจันทร์. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ*. (ค้นคว้าอิสระหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม
- ณัชชา ใจตรง (2566). *แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานที่มีอายุต่างกัน กรณีศึกษา พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคใต้)*. (สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
- ณัฐพัชร์ ลามบำรุงวงศ์ (2562). *การประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน*. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 9(2), 161-171
- ดวงใจ ฤดีสถิต. (2563). *องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วัชรพงษ์ มุสิกกา. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mlw12/6114961064.pdf>
- วันสนั่นทน โพธิ์เพชร. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา*. (ค้นคว้าอิสระหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
- วิภารัตน์ เกษแก้ว. (2562). *การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี*. สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ศิวพร มีนาภา. (2561). *ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (ค้นคว้าอิสระหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
- สรवरักษ์ จารุสมบัติ. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019*. (ค้นคว้าอิสระหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
- อิสระ อุปดี. (2560). *แรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการ*. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะนิเทศศาสตร์