

## แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

### Motivation and Behavior of International Tourists Involving the Full Moon Party at Koh Phangan, Surat Thani Province

- ◆ รุ่งกานต์ แก้วเจริญ  
นักวิจัย หลักสูตรการจัดการนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์  
Roongkan Kaewcharoen  
Researcher, Innovation Management and Business Development Program,  
School of Management, Walailak University, E-mail: roongjang-german@hotmail.co.th
- ◆ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์  
รองศาสตราจารย์ ดร. สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์  
Somnuk Aujirapongpan  
Associate Professor, Ph.D., School of Management, Walailak University,  
E-mail: asomnuk@wu.ac.th
- ◆ สุพิศ ฤทธิแก้ว  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์  
Supit Ritkaew  
Assistant Professor, Ph.D., School of Science, Walailak University, E-mail: rsupit@wu.ac.th
- ◆ จินตนิย์ รุ่ซื่อ  
อาจารย์ ดร. สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์  
Jintanee Ru-Zhe  
Lecturer, Ph.D., School of Management, Walailak University, E-mail: jjintane@wu.ac.th
- ◆ ญาณินี ทรงขจร  
อาจารย์ ดร. สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์  
Yaninee Songkajorn  
Lecturer, Ph.D., School of Management, Walailak University, E-mail: yaninee.so@wu.ac.th

Received: June 14, 2019; Revised: June 30, 2019; Accepted: July 8, 2019

## Abstract

This research aimed to study: 1) the tourist's characteristic involving the full moon party, Koh Phangan, Surat Thani Province. 2) the motivation and behavior of international tourists involving the full moon party, Koh Phangan, Surat Thani Province, and 3) the relationship between the tourist's characteristic and tourist's behavior towards the full moon party, Koh Phangan, Surat Thani Province. The data were collected from international tourists, who joined the full moon party during 2018. The statistical methods used to analyze data by frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Chi-Square test, T-test, One-Way ANOVA and Scheffe at a significance level of 0.05.

The study showed that most of the respondents were male, aged between 25-34 years old, single and unmarried with Bachelor's degree, and their average income under 20,000 USD per year working as a company employee. Most international tourists reside in Europe.

Most of samples visited the full moon party for the first time and the main objectives were adventure and entertainment, traveled with friends and relatives. The duration of stay was 1 week and over. Most of the information was obtained by social media and planned before traveling between 2 weeks-1 month, mostly joined the party in December-February, rented car/motorbike for a trip and stayed at resort. The accommodation cost per day was 1,000-2,000 baht and the expenditure per person (excluding accommodation cost) was 10,000-20,000 baht. The most favorite activity was outdoor and adventure activities.

Most of samples had motivation at a high level, which consisted of push and pull motivation factor at a high level. Most of international tourists were pushed by 1) seeking fun and adventure 2) relaxing and reducing stress and 3) visiting the place that I have not visited before. They were pulled by 1) having a unique party of its location, beautiful moon and nice atmosphere, 2) having a lot of friendly local people and other tourists.

Results of hypotheses testing revealed that: 1) The personal factors were related to international tourist's behavior involving the Full Moon Party at Koh Phangan, Surat Thani Province at the level of 0.05 2) The personal factors were related to international tourist's motivation involving the Full Moon Party at Koh Phangan, Surat Thani Province at the level of 0.05.

**Keywords:** Tourists, Tourist's Behavior, Tourist's Motivation, Full Moon Party

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง (1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี (2) พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี (3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อการร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในช่วงปี พ.ศ. 2561 จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าไคสแควร์ การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยเชฟเฟ้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด หรือยังไม่สมรส อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ และมีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาร่วมงานเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อต้องการความผจญภัยและความบันเทิง เดินทางมากับเพื่อนหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง หาข้อมูลผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว คือ 1 สัปดาห์ขึ้นไป วางแผนการเดินทาง 2 สัปดาห์ - 1 เดือน นิยมมาในช่วงเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ใช้รถจักรยานยนต์เช่าหรือรถเช่าระหว่างการท่องเที่ยว และพักที่รีสอร์ท มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักต่อคนต่อวัน 1,000-2,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายรายบุคคล (ไม่รวมค่าที่พัก) 10,000-20,000 บาท ตี๋มเครื่องตี๋มที่มีแอลกอฮอล์ระหว่างร่วมงาน และมาร่วมงานช่วง 20:00-22:00 น. นิยมทำกิจกรรมกลางแจ้ง ทำท่ายและผจญภัย ด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจแบบผลึกและแรงจูงใจแบบตั้ง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านแรงจูงใจแบบผลึกให้ความสำคัญในด้านมองหาความสนุกสนานและความท้าทาย ด้านต้องการผ่อนคลายและลดความเครียด และด้านต้องการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อนมากที่สุด ส่วนแรงจูงใจแบบตั้งให้ความสำคัญในด้านเป็นเทศกาลที่มีเอกลักษณ์ มีดวงจันทร์ที่สวยงามและบรรยากาศที่ดี ด้านเต็มไปด้วยคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรและอัธยาศัยดีมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลาเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านจำนวนครั้ง วัตถุประสงค์ในการมาร่วมงาน ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่มาร่วมงาน ประเภทของยานพาหนะ ค่าใช้จ่าย (ไม่รวมค่าที่พัก) ต่อคน ประเภทของเครื่องตี๋ม และช่วงเวลาที่มาร่วมงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (2) ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในแต่ละด้านแตกต่างกัน ด้านรายได้และอายุ จะมีแรงจูงใจผลึกต้นค่อนข้างแตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับแรงจูงใจแบบตั้งดูมากกว่า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**คำสำคัญ :** นักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ฟูลมูนปาร์ตี้

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเติบโตอย่างชัดเจนในช่วงที่ผ่านมา (Economic Intelligence Center (EIC), 2016) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อตลาดแรงงาน เพราะก่อให้เกิดการจ้างงานและการลงทุนภายในประเทศ นอกจากนี้ World Economic Forum (WEF) ได้มีการจัดทำรายงานประจำปี ภายใต้ชื่อ “Travel & Tourism Competitiveness Index 2017” ซึ่งเป็นการจัดอันดับขีดความสามารถในด้านการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยประเทศไทยถูกจัดอันดับ อยู่ที่ 34 จาก 136 ประเทศทั่วโลก และถูกจัดเป็นอันดับที่ 3 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้บางปีจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง เนื่องจากปัจจัยหลายด้านด้วยกัน เช่น ภาวะเศรษฐกิจทั้งเศรษฐกิจไทยและต่างประเทศ ค่าเงิน การแข่งขันในอุตสาหกรรมที่รุนแรงมากขึ้น การเมือง นโยบายหรือกฎหมายในด้านต่าง ๆ การลดเที่ยวบินของไทย รวมถึงความขัดแย้งในภูมิภาค ในปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 6,104,159 คน คิดเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3,705,783 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 2,398,376 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นเงิน 104,503.710 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.31 จากปี พ.ศ. 2560 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมายังจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากที่สุด 5 อันดับ ประกอบด้วย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน สหราชอาณาจักร สาธารณรัฐประชาชนจีน เครือรัฐออสเตรเลีย และสหพันธรัฐรัสเซีย ตามลำดับ (National Statistical Office, 2016)

เทศกาลฟูลมูนปาร์ตี้ จัดขึ้นในคืนที่พระจันทร์เต็มดวงหรือวันขึ้น 15 ค่ำของทุก ๆ เดือน เป็นเทศกาลที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรู้จักกันเป็นอย่างดี ในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาที่เกาะพะงันกว่า 1.1 ล้านคน สร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นประมาณ 2,000 ล้านบาท นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 75 หรือประมาณ 825,000 คน เดินทางมาเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมฟูลมูนปาร์ตี้โดยเฉพาะ

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะศึกษาถึงแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น อีกทั้งหน่วยงานทั้งในภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปปรับใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และแก้ไขในด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และอยากเดินทางกลับมาร่วมงานอีก และส่งผลให้มีการบอกต่อในเชิงบวก ถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่งานฟูลมูนปาร์ตี้ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี

## วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาร่วมงาน ฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

### ขอบเขตการศึกษา (Scope of the Study)

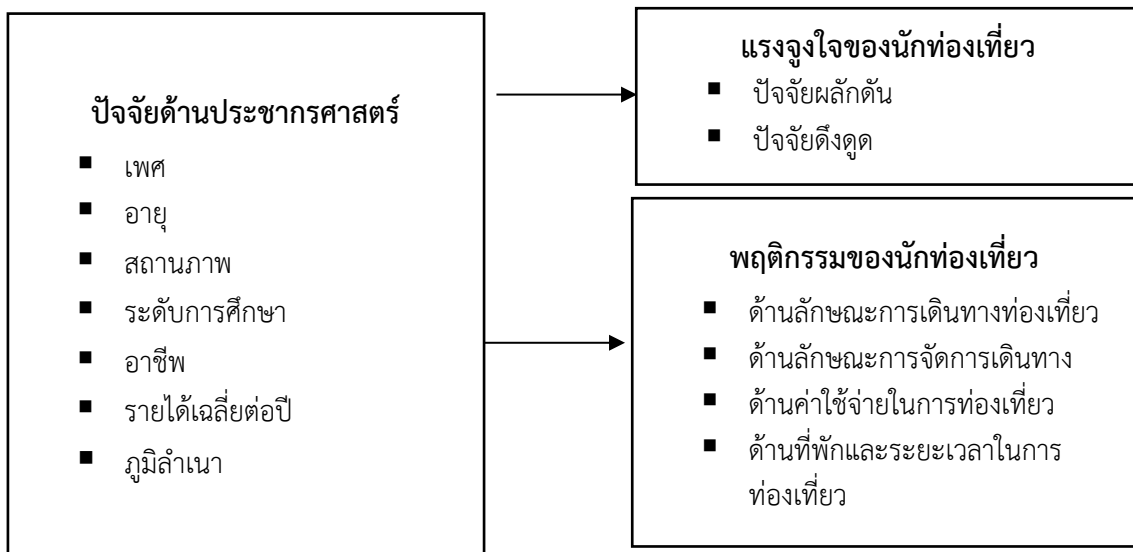
1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ ที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสามารถ ฟัง พูด อ่าน เขียน เป็นภาษาอังกฤษได้ จำนวน 400 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตด้านพื้นที่และระยะเวลา

- บริเวณที่จัดงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งบริเวณท่าเรือต่าง ๆ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เริ่มเก็บแบบสอบถามตั้งแต่เดือนตุลาคม-เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561

### กรอบแนวคิด



### การทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

จากความหมายของการท่องเที่ยวจาก (Department of Tourism, 2017) สามารถสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นการเดินทางภายในหรือภายนอกประเทศก็ได้ โดยนักท่องเที่ยวอาจมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป แต่การเดินทางท่องเที่ยวนั้น ล้วนเกิดจากความสมัครใจและความต้องการของบุคคลนั้น ๆ และมีใช้การเดินทางเพื่อประกอบ

อาชีพ ทหารรายได้ หรือไปพำนักยังสถานที่นั้น ๆ เป็นการถาวร ฉัตรชญา มณีเนตร (Maneenate, T., 2552) ได้กล่าวไว้ว่า “การท่องเที่ยว” เป็นการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางท่องเที่ยวมิใช่เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน เพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา เพื่อการศึกษา เพื่อการประชุมสัมมนา (ธุรกิจ) เพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องหรือเพื่อน และเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น ส่วนความหมายของนักท่องเที่ยวนั้น จากพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 มาตรา 4 ได้ให้นิยามความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ว่า “นักท่องเที่ยว” หมายถึง ผู้เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อประโยชน์ในการ พักผ่อนหย่อนใจ การศึกษา หารความรู้ การบันเทิง หรือการอื่นใด สามารถสรุปได้ว่า “นักท่องเที่ยว” หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปประเทศอื่น หรือภูมิภาคที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่อาศัยของตน เป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง อาจเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ รักษาสุขภาพ ร่วมประชุมเพื่อทำธุรกิจ เป็นต้น ส่วนบุคคลที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ได้แก่ บุคคลที่เดินทางเข้าไปทำงาน หรือตั้งหลักแหล่ง เช่น นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านประเทศนั้น โดยไม่ได้หยุดพักแม้ว่าจะเดินทางมากกว่า 24 ชั่วโมง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

กุลวรา สุวรรณพิมล (Suwanphimon, K., 2556 : 177) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลตัดสินใจในการซื้อบริการ วิธีการซื้อและวิธีการใช้บริการนั้นจากกระบวนการตลาด ตลอดจนปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เช่น สถานภาพของบุคคล ครอบครัว ซึ่งส่งผลให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน สุรางคนา แก้วตา (Kaewta, S., 2557 : 6) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่าเขาจะซื้อสินค้าและบริการอะไร ทำไม่ถึงซื้อ ซื้อเมื่อไหร่ ซื้อที่ไหน ซื้อบ่อยแค่ไหน และเขาประเมินอย่างไร ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงการบริการเพื่อได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว จึงจะเกิดการเลือกซื้อและบริโภคซ้ำ ในขณะที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (Jittungwattana, B., 2005) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้ง กระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ คือ ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) และขั้นที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude)

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

จากการศึกษาความหมายของแรงจูงใจของ Walters (1972, as cited in Sereerat, S., 2001, Solomon, 2011), (Hawkins & Mothersbaugh, 2013) ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจ เกิดจากความต้องการที่เกิดขึ้น

จากการถูกกระตุ้นภายในตัวบุคคลนั้น ๆ และความต้องการนั้นยังไม่ได้รับการตอบสนอง จึงเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการกระทำหรือแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้น แรงจูงใจจึงเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ที่แสดงออกมา โดยแรงจูงใจของแต่ละบุคคลนั้นก็แตกต่างกันออกไป Crompton, J. L. (1979) ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อบุคคลเกิดภาวะเสียสมดุล จะส่งผลให้เกิดการอยากออกจากงานประจำหรือกิจวัตรประจำวัน โดยบางคนเลือกที่จะพักผ่อนอยู่ที่บ้าน หรือบางคนเลือกที่จะออกไปเที่ยวพักผ่อนอย่างสนุกสนาน ซึ่งการออกไปท่องเที่ยวที่นั่นเกิดได้จาก 2 ปัจจัย ได้แก่ (1) แรงจูงใจทางด้านสังคมและจิตวิทยา (ปัจจัยผลักดัน) ได้แก่ การหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ การสำรวจและการประเมินตนเอง การผ่อนคลาย การมีชื่อเสียงและเกียรติภูมิ การถดถอย การกระชับความสัมพันธ์ในกลุ่มครอบครัวหรือญาติมิตร และความต้องการสร้างเสริมสัมพันธ์ภาพทางสังคม (2) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (ปัจจัยดึงดูด) ได้แก่ ความแปลกใหม่ และความต้องการความรู้

### ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยผลักและปัจจัยดึง (Push and Pull Factors)

Crompton, J. L. (1979) ได้นำเสนอแนวคิดปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด โดยจำแนกบนพื้นฐานของลักษณะทางสังคม วัฒนธรรมและจิตวิทยา โดยเขาได้กล่าวไว้ว่า ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจะถูกกระตุ้นให้กระทำการต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากความต้องการภายในบุคคลนั้น ๆ ในขณะเดียวกัน ก็จะถูกดึงดูดจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม นวัตกรรม ผลประโยชน์ ความคาดหวัง และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด จึงเป็นวิธีการที่จะทำให้เรามีเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจต่าง ๆ ภายใต้พฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมา Dann, G. (1977) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจแบบผลักดันเป็นแรงจูงใจทางสังคมและจิตวิทยาที่กระตุ้นให้คนออกเดินทาง แรงจูงใจประเภทนี้เป็นแรงผลักดันที่ทำให้ผู้คนตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยว หรือออกจากสภาพแวดล้อมแบบเดิม ๆ เช่น เกิดความสนใจใคร่รู้ชื่อเสียงเกียรติยศ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ การหลุดพ้นหรือหนีจากงานประจำ และการค้นหาตัวเอง เป็นต้น ปัจจัยแรงผลักดันที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวขึ้น เป็นความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของนักท่องเที่ยว และเป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เป็นนามธรรม (Intangible) ได้แก่ ความต้องการหลบหนีจากความซ้ำซากจำเจ ความต้องการพักผ่อน ความต้องการผจญภัยและประสบการณ์ใหม่ ๆ (Kongprasert, T., Passakonjaras S., Katawande, P., 2014) นอกจากนี้ Pearce & Caltabianoc, (1983) ได้พัฒนาทฤษฎีลำดับขั้นแรงจูงใจในการเดินทาง (Travel Career Ladder-TCL) โดยนำทฤษฎีการจัดลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์มาประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น พวกเขาจะแสวงหาความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการในลำดับขั้นที่สูงขึ้น ส่วนแรงจูงใจแบบดึงดูด Goossens, C. (2000) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคล ซึ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ เช่น ทรัพยากรทางธรรมชาติ ภูมิประเทศหรือทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่พักผ่อน ค่าใช้จ่าย วัฒนธรรม ประเพณีหรือเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถ ฟัง พูด อ่าน เขียน เป็นภาษาอังกฤษได้ จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน ในปี พ.ศ. 2560 จำนวน 825,000 คน (สมาคมท่องเที่ยวเกาะพะงัน-เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี) ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีคำนวณของ Taro Yamane มีระดับค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (Yamane, T., 1967 : 99) ดังนั้น จากการคำนวณ จะได้กลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งสิ้น 400 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี และภูมิลำเนา เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวหรือมากกว่า 1 คำตอบ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแบบเปิด (Open Ended Question)

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

ในขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมา กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามและสำนวนภาษาของคำถาม เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว นำเสนอต่อที่ปรึกษา เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และความถูกต้องของสำเนาให้ครอบคลุมตัวแปรและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย แล้วปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสม ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เคยเดินทางมาร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 30 คน (ค่า Cronbach's Alpha ที่ได้ = 0.757) ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปแก้ไขและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 400 คน



## การวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) การวิเคราะห์สถิติค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัย 0.05 ก็จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลเชิงพรรณนา

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (60.5%) มากกว่าเพศหญิง (39.5%) มีอายุระหว่าง 25-34 ปีมากที่สุด (38%) สถานภาพโสดและยังไม่สมรส (56%) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (65.5%) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท (26.5%) มีรายได้เฉลี่ยต่อปีน้อยกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ (33.5%) และมีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป (61%)

1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก รองลงมา คือ 2-3 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้ง มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อต้องการความผจญภัยและความบันเทิง ต้องการใช้เวลาว่างร่วมกับครอบครัว และต้องการพักผ่อนและผ่อนคลาย ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อนหรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง รองลงมา คือ ครอบครัว และคู่รัก ตามลำดับ นิยมศึกษาหาข้อมูลผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ท่องเที่ยว และการบอกเล่าจากบุคคลอื่น ๆ ระยะเวลาในการพำนัก คือ 1 สัปดาห์ขึ้นไป โดยเดินทางมาร่วมงานในช่วงเดือนธันวาคม – เดือนกุมภาพันธ์ มากที่สุด รองลงมา คือ ช่วงเดือนกันยายน – เดือนพฤศจิกายน นิยมเช่ารถจักรยานยนต์/ รถยนต์ ระหว่างท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกพักแรมที่รีสอร์ท รองลงมา คือ โรงแรม มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักต่อคนต่อวันประมาณ 1,000-2,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายต่อคน (ไม่รวมค่าที่พัก) 10,000-20,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะร่วมงาน และวางแผนก่อนเดินทางประมาณ 2 สัปดาห์-1 เดือน โดยเดินทางมาร่วมงานในช่วง 20.00-22.00 น. กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ชื่นชอบ คือ การทำกิจกรรมกลางแจ้ง ทำทายและผจญภัย รองลงมา คือ การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ถัดมา คือ การเที่ยวชมตามแลนด์มาร์กต่าง ๆ ตามลำดับ

1.3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อระดับแรงจูงใจแบบผลึกแทบทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านการมองหาความสนุกสนานและความท้าทาย ( $\bar{X}=4.08$ , S.D.=0.86) ด้านต้องการผ่อนคลายและลดความเครียด ( $\bar{X}=3.94$ , S.D.=0.91) และด้านต้องการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน ( $\bar{X}=3.91$ , S.D.=0.88) ตามลำดับ ยกเว้น ด้านต้องการมีเพศสัมพันธ์

กับนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน ซึ่งอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.57$ , S.D.=1.41) ส่วนปัจจัยด้านแรงจูงใจแบบดั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับแรงจูงใจแบบดั้งหลายด้านอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านเป็นเทศกาลที่มีเอกลักษณ์ มีดวงจันทร์ที่สวยงามและบรรยากาศที่ดี มากที่สุด ( $\bar{X}=3.75$ , S.D.=0.91) ส่วนระดับแรงจูงใจระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านมีอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย ( $\bar{X}=3.32$ , S.D.=0.97) ด้านมีความคุ้มค่าต่อเงินที่เสียไป ( $\bar{X}=3.31$ , S.D.= 1.12) และด้านสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก ( $\bar{X}=3.27$ , S.D.= 0.93) ตามลำดับ

## 2. ข้อมูลเชิงอนุมาน

### 2.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

2.1.1 สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในด้านจำนวนครั้งที่มาร่วมงาน ด้านวัตถุประสงค์ ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว ด้านช่วงเดือนที่มาร่วมงาน ด้านประเภทของยานพาหนะ ด้านค่าใช้จ่าย (ไม่รวมค่าที่พัก) ต่อคน ด้านประเภทของเครื่องดื่ม และช่วงเวลาที่มาร่วมงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 1** ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	ภูมิลำเนา
1. จำนวนครั้งที่มาร่วมงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. วัตถุประสงค์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. ผู้ร่วมเดินทาง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. ช่วงเดือนที่มาร่วมงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. ประเภทของยานพาหนะ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. ค่าใช้จ่าย (ไม่รวมค่าที่พัก)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. ประเภทของเครื่องดื่ม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9. ช่วงเวลาที่มาร่วมงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ:           ✓           หมายถึง           มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05  
                          ×           หมายถึง           ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านประเภทของสถานที่พักผ่อนทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในขณะที่เพศ มีความสัมพันธ์กับสถานที่พักผ่อนแบบเกสต์เฮาส์เพียงประเภทเดียว ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับสถานที่พักผ่อนเกือบทุกด้าน ยกเว้น รีสอร์ทที่ไม่มี ความสัมพันธ์กัน ด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับสถานที่พักผ่อนเกือบทุกด้าน ยกเว้น โรงแรมที่ไม่มี ความสัมพันธ์กัน ด้านรายได้เฉลี่ยต่อปี มีความสัมพันธ์กับสถานที่พักผ่อนเกือบทุกด้าน ยกเว้น โรงแรมกับรีสอร์ท ที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ด้านแหล่งที่มาของข้อมูล พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับแหล่งที่มาจากการบอกเล่าของบุคคลอื่น ๆ บริษัทจัดนำเที่ยว สื่อสังคมออนไลน์และคู่มือแนะนำเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อายุ มีความสัมพันธ์กับแหล่งที่มาจากการบอกเล่าของบุคคลอื่น ๆ นิตยสารท่องเที่ยว ประสบการณ์ก่อนหน้า สื่อสังคมออนไลน์และคู่มือแนะนำเที่ยว ด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับแหล่งที่มาจากการบอกเล่าของบุคคลอื่น ๆ นิตยสารท่องเที่ยว ประสบการณ์ก่อนหน้า และคู่มือแนะนำเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับแหล่งที่มาจากการบอกเล่าของบุคคลอื่น ๆ ประสบการณ์ก่อนหน้า สื่อสังคมออนไลน์ พอร์ทัลเว็บไซต์/ นิตยสาร/ หนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และคู่มือแนะนำเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการบอกเล่าของบุคคลอื่น ๆ นิตยสารท่องเที่ยว ประสบการณ์ก่อนหน้า สื่อสังคมออนไลน์ โบรชัวร์/ ไปสเตอร์ พอร์ทัลเว็บไซต์ นิตยสารและหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 รายได้ มีความสัมพันธ์กับนิตยสารท่องเที่ยวและประสบการณ์ก่อนหน้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับนิตยสารท่องเที่ยว บริษัทจัดนำเที่ยว ประสบการณ์ก่อนหน้า สื่อสังคมออนไลน์ พอร์ทัลเว็บไซต์/ นิตยสาร/ หนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และคู่มือแนะนำเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก (ต่อคนต่อวัน) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์แทบทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายด้านที่พัก (ต่อคนต่อวัน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ยกเว้น ระดับการศึกษาที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ด้านระยะเวลาในการวางแผน พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์แทบทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการวางแผน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ยกเว้น สถานภาพ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ด้านการเที่ยวชมตามแลนด์มาร์กต่าง ๆ พบว่า มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการทำกิจกรรมกลางแจ้ง ท้าทาย และผจญภัย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยประชากรศาสตร์แทบทุกด้าน ยกเว้น รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้น มีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับปัจจัยประชากรศาสตร์แทบทุกด้าน ยกเว้น ระดับการศึกษา ที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม มีความสัมพันธ์กับปัจจัยประชากรศาสตร์แทบทุกด้าน ยกเว้น อาชีพ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 2** ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	ภูมิลำเนา
10. ประเภทของสถานที่พักผ่อน							
- โรงแรม	×	✓	×	✓	✓	×	✓
- เกสต์เฮาส์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- รีสอร์ท	×	×	✓	✓	✓	×	✓
- โฮสเทล	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- บังกะโล	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11. แหล่งที่มาของข้อมูล							
- การบอกเล่าจากบุคคลอื่น ๆ	✓	✓	✓	✓	✓	×	×
- นิตยสารท่องเที่ยว	×	✓	✓	×	✓	✓	✓
- บริษัทจัดนำเที่ยว	✓	×	×	×	×	×	✓
- ประสบการณ์ก่อนหน้านี้	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- สื่อสังคมออนไลน์	✓	✓	×	✓	×	×	✓
- โบรชัวร์/โปสเตอร์	×	×	×	×	✓	×	×
- พอร์ทัลเว็บไซต์/นิตยสาร/หนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์	×	×	×	✓	✓	×	✓
- คู่มือแนะนำเที่ยว	✓	✓	✓	✓	×	×	✓
12. ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก (ต่อคนต่อวัน)	✓	✓	✓	×	✓	✓	✓
13. ระยะเวลาในการวางแผน	✓	✓	×	✓	✓	✓	✓
14. เที่ยวชมตามแลนด์มาร์กต่าง ๆ	×	×	×	✓	✓	✓	✓
15. ทำกิจกรรมกลางแจ้ง ทำทนายและผจญภัย	✓	✓	✓	✓	✓	×	✓
16. เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	×	✓	×	×	✓	✓	✓
17. เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	✓	✓	✓	×	✓	✓	✓
18. ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	✓	✓	✓	✓	×	✓	✓
หมายเหตุ:	✓	หมายถึง		มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05			
	×	หมายถึง		ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05			

2.1.2 สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกัน มีแรงจูงใจแบบผลึกในด้าน (1) ต้องการหลบหนีออกจากชีวิตประจำวัน (3) ต้องการผ่อนคลายและลดความเครียด (5) มองหาความสนุกสนานและความท้าทาย และ (8) ต้องการมีเพศสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน แตกต่างกัน เพศหญิงมีแรงจูงใจในด้าน (1) กับ (3) มากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชาย มีแรงจูงใจในด้าน (5) กับ (8) มากกว่าเพศหญิง อายุที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจแตกต่างกันแทบทุกด้าน ยกเว้นด้าน (1) และ (2) ที่มีแรงจูงใจไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในด้าน (1) (4) (7) (8) และ (9) แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในด้าน (3) (4) (5) (8) และ (9) แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในด้าน (1) (3) (4) (5) และ (9) แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีแรงจูงใจแทบทุกด้านแตกต่างกัน ยกเว้นด้าน (2) ที่ไม่แตกต่างกัน ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในด้าน (4) (5) (6) (7) (8) และ (9) แตกต่างกัน

ในส่วนของแรงจูงใจแบบดิ่ง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกัน มีแรงจูงใจแบบดิ่งในด้านคุณค่าต่อเงินที่เสียไป แตกต่างกัน โดยเพศชายมีแรงจูงใจในด้านนี้มากกว่าเพศหญิง อายุที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในด้าน (1) (2) (3) และ (4) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจทุกด้านแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในด้าน (1) (3) (6) และ (7) แตกต่างกัน อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจเกือบทุกด้าน แตกต่างกัน ยกเว้นด้านมีอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย ที่ไม่แตกต่างกัน ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจเกือบทุกด้าน แตกต่างกัน ยกเว้นด้านมีอาหารและดื่มไปด้วยผับและบาร์ ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 3** ผลทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีต่อแรงจูงใจแบบผลึกและแบบดิ่งของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

r	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	ภูมิลำเนา
<b>แรงจูงใจแบบผลึก</b>							
1. ต้องการหลบหนีออกจากชีวิตประจำวัน	✓	×	✓	×	✓	✓	×
2. ต้องการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน	×	×	×	×	×	×	×
3. ต้องการผ่อนคลายและลดความเครียด	✓	✓	×	✓	✓	✓	×
4. ต้องการพบปะผู้คนใหม่ ๆ	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. มองหาความสนุกสนานและความท้าทาย	✓	✓	×	✓	✓	✓	✓
6. ต้องการที่จะท้าทายตัวเอง	×	✓	×	×	×	✓	✓

r	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	ภูมิลำเนา
7. ต้องการเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับ จุดหมายปลายทางในต่างประเทศ	×	✓	✓	×	×	✓	✓
8. ต้องการมีเพศสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	×	✓	✓
9. ชื่นชอบเสียงดนตรี การเต้นรำ และ การดื่มแอลกอฮอล์	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>แรงจูงใจแบบดึง</b>							
1. มีเอกลักษณ์ มีดวงจันทร์ที่สวยงาม และบรรยากาศที่ดี	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. มีอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย	×	✓	✓	×	×	×	×
3. ชื่นชอบเสียงของงาน ทำให้อยากเดินทาง มาร่วมงานสักครั้งหนึ่ง	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. คนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเป็นมิตร และอัธยาศัยดี	×	✓	✓	×	✓	✓	✓
5. เต็มไปด้วยผ้าและบาร์	×	×	✓	×	✓	✓	×
6. เดินทางเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก	×	×	✓	✓	✓	✓	✓
7. คำนึงค่าต่อเงินที่เสียไป	✓	×	✓	✓	✓	✓	✓
หมายเหตุ:	✓	หมายถึง	แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05				
	×	หมายถึง	ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05				

## อภิปรายผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเพศชายเป็นเพศที่มีนิสัยรักการผจญภัยและชอบเดินทางมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงมักต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสะดวกสบายและปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริรัตน์ นาคแป้น (Nakpaen, S., 2012) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติกร ไสยรินทร์ (Sayarin, K., 2015) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงันประเทศไทย จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายเช่นเดียวกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายและวัยทำงาน มีรายได้ เงินเก็บ และมีกำลังซื้อสูง นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเจนเอเรชั่นอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติกร ไสยรินทร์ (Sayarin, K., 2015) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริรัตน์ นาคแป้น (Nakpaen, S., 2012) ซึ่งพบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี ทั้งนี้ สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาร่วมงานพุลมุนปาร์ตี้ มีความหลากหลายในช่วงของอายุมากขึ้น ไม่ใช่แค่กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปีเท่านั้น

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดหรือยังไม่สมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อปีน้อยกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป คนที่มีสถานภาพโสดหรือยังไม่สมรส มักมีอิสระในการตัดสินใจ ไม่มีภาระหรือพันธะทางครอบครัวให้ต้องรับผิดชอบมากนัก จึงมีแนวโน้มที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งกว่า อีกทั้งยังมีเวลาและงบประมาณในการใช้จ่ายมากกว่ากลุ่มที่มีครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติกร ไสยรินทร์ (Sayarin, K., 2015) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีและมีภูมิลำเนาอยู่ในยุโรปและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริรัตน์ นาคแป้น (Nakpaen, S., 2012) ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อปีและภูมิลำเนา จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาร่วมงานพุลมุนปาร์ตี้ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปและอเมริกา โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษและนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน เป็นต้น

ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์หลักในการมาร่วมงานพุลมุนปาร์ตี้ เกาะพะงัน เพื่อต้องการความผจญภัยและความความบันเทิง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันและอังกฤษ นิยมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยและท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ซึ่งการเดินทางมาร่วมงานพุลมุนปาร์ตี้ สามารถตอบสนองต่อความต้องการในการท่องเที่ยวทั้งสองแบบได้

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ เดินทางมากับเพื่อนหรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริรัตน์ นาคแป้น (Nakpaen, S., 2012) อาจสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวประเภท Social Travelers โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ชอบเดินทางโดยลำพัง ชอบที่จะท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อนและครอบครัวมากกว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริรัตน์ นาคแป้น (Nakpaen, S., 2012) พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการแนะนำของบุคคล ทั้งนี้ เกิดจากนักท่องเที่ยววัยรุ่นและ วัยทำงาน นิยมวางแผนก่อนการเดินทางด้วยตนเอง โดยเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและได้รับความนิยมในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมากที่สุด นักท่องเที่ยวนิยมโพสต์รูปภาพและวิดีโอต่าง ๆ ลงในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อแชร์ประสบการณ์ที่ตนได้พบเจอมาไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ในแง่บวกหรือแง่ลบ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการพำนัก 1 สัปดาห์ขึ้นไป เนื่องจากเป็นช่วงเทศกาลต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ วันลอยกระทง วันคริสต์มาส และวันส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ทำให้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวยาวนานมากกว่าช่วงเดือนอื่น ๆ โดยอาจจะมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 3-4 วัน และมีการวางแผนก่อนการเดินทางประมาณ 2 สัปดาห์ - 1 เดือน โดยเพศและอายุที่แตกต่างกัน มีการ

วางแผนแตกต่างกัน ในขณะที่สถานภาพที่แตกต่างกัน มีการวางแผนไม่แตกต่างกัน เพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มักจะวางแผนก่อนเดินทางเสมอ โดยเฉพาะคนที่เดินทางด้วยตนเอง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาในช่วงเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ทั้งนี้ ทวีปอื่น ๆ มีภูมิอากาศที่หนาวเย็น ทำให้ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศที่มีภูมิอากาศอบอุ่น สอดคล้องกับข้อมูลจากเอ็กซ์พีเดีย ซึ่งเป็นเว็บไซต์การท่องเที่ยว ที่พบว่า ช่วงที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปนิยมเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด คือ ช่วงที่อุณหภูมิในทวีปยุโรปเริ่มลดลง และการเดินทางมาประเทศในเขตร้อนนั้น มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก สามารถอยู่ได้หลายวัน นิยมใช้รถจักรยานยนต์เช่าและรถเช่าระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากมีความสะดวก อิสระและสามารถยืดหยุ่นได้ขณะท่องเที่ยว อีกทั้ง การเช่ารถสามารถทำได้ง่ายมากขึ้น ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรถให้เลือกหลายแบบหลายราคา และสามารถเช่าค่าเช่ารถได้ ทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เลือกพักแรมที่รีสอร์ท มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักต่อคนต่อวันประมาณ 1,000-2,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายต่อคน (ไม่รวมค่าที่พัก) อยู่ที่ 15,000-20,000 บาท เนื่องจากเป็นช่วงเทศกาล ค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ จึงราคาแพงมากกว่าปรกติ เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น บริเวณหาดรีนมีที่พักแรมประเภทรีสอร์ทมากกว่า 36 แห่ง ตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่จัดงานฟูลมูนปาร์ตี้ บรรยากาศดี มีชายหาดส่วนตัว และสระว่ายน้ำส่วนตัว รวมถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ มีหลากหลายราคาให้นักท่องเที่ยวได้เลือกและตัดสินใจก่อนเข้าพัก

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เลือกดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ระหว่างร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เนื่องจากเป็นเทศกาลดนตรี และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ยังคงเป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน (18-34 ปี) ซึ่งชอบการปาร์ตี้และดื่มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับผลการศึกษา พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ต่างประเทศ การดื่มแอลกอฮอล์มีการควบคุมเป็นอย่างมาก กฎหมายค่อนข้างเข้มงวด ทำให้การดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องที่ยากและต้องระมัดระวัง รวมถึงราคาของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ นั้นมีราคาแพงกว่าในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาร่วมงานในช่วงเวลา 20.00-22.00 น. เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การมาร่วมงาน เพราะนักท่องเที่ยวมักจะหากิจกรรมทำร่วมกันภายในกลุ่มก่อนที่จะเดินทางมาร่วมงาน เช่น การเลือกซื้อสินค้า ท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึง การนั่งดื่มและทานอาหารร่วมกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ชื่นชอบการทำกิจกรรมกลางแจ้ง ทำทายและผจญภัย เช่น อาบแดด เล่นน้ำทะเล การดำน้ำชมปะการัง การพายเรือคายัค/แคนู และเวคบอร์ด เป็นต้น ทั้งนี้ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 18-34 ปี เป็นวัยที่ชื่นชอบการทำกิจกรรมที่ท้าทายและกิจกรรมกลางแจ้ง ซึ่งเพศและอายุที่แตกต่างกัน จะเลือกทำกิจกรรมประเภทนี้แตกต่างกันออกไป เพศชายและเพศหญิงเที่ยวชมตามแลนด์มาร์กและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้นไม่แตกต่างกัน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาร่วมงานส่วนใหญ่อยากกลับมาร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ที่เกาะพะงันอีก และจะแนะนำให้กับบุคคลที่รู้จักมาร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี



นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อระดับแรงจูงใจแบบผลึกและแรงจูงใจแบบตั้ง โดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อระดับแรงจูงใจแบบผลึกในด้าน 1) มองหาความสนุกสนานและความท้าทายอยู่ในระดับมาก โดยเพศชายให้ความสำคัญในด้านนี้มากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สวอร์บรูคและฮอเนอร์ (Swarbrooke, J., & Homer, S., 1999) ที่กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเกิดจากการที่ต้องการตอบสนองต่อความรู้สึกบางอย่าง เช่น ความตื่นเต้น ท้าทาย สนุกสนาน ทั้งนี้ งานพุลมุนปาร์ดีเป็นเทศกาลดนตรี นักท่องเที่ยวจะรู้สึกอิสระ สามารถทำอะไรก็ได้ ซึ่งประเทศไทยยังคงมีกฎหมายที่ไม่เข้มงวดมากนักสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ 2) ต้องการผ่อนคลายและลดความเครียด เพศหญิงจะให้ความสำคัญในด้านนี้มากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะในช่วง 25-34 ปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ ที่กล่าวว่าความต้องการของมนุษย์นั้นมีทั้งด้านร่างกายและจิตใจ เพราะเมื่อร่างกายมีความเหนื่อยล้า ส่งผลให้อยากผ่อนคลายจากความเครียดหรือความจำเจที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การมาร่วมงานพุลมุนปาร์ดี ทำให้มีโอกาสได้พบเจอผู้คนใหม่ ๆ สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ใช้เวลาร่วมกับเพื่อนและครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของครอมป์ตัน (Crompton, J. L., 1979) ด้านแรงจูงใจทางด้านสังคมและจิตวิทยา ในด้านต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ ด้านการผ่อนคลาย และด้านการกระชับความสัมพันธ์ภายในกลุ่มครอบครัว เพื่อนหรือญาติมิตร ถัดมา คือ ต้องการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน สังเกตได้จากสัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาร่วมงาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพิ่งเคยเดินทางมาเป็นครั้งแรก ซึ่งถือว่าการเปิดโลกทัศน์ให้แก่ตนเอง ได้สัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ ส่วนระดับแรงจูงใจแบบผลึกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยคือ ต้องการมีเพศสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน เมื่อมีการพูดถึงงานพุลมุนปาร์ดี บ่อยครั้งที่จะนึกถึงการมีเพศสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน สะท้อนให้เห็นว่าภาพลักษณ์ต่องานในมุมมองของคนไทยกับคนต่างชาติมีความแตกต่างกัน เพราะชาวต่างชาติไม่ได้ให้ความสำคัญในด้านนี้เท่าไหร่นัก

ส่วนระดับของแรงจูงใจแบบตั้ง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านเป็นเทศกาลที่มีเอกลักษณ์ มีดวงจันทร์ที่สวยงามและบรรยากาศที่ดี อยู่ในระดับมาก อย่างที่ทราบกันดีว่า เกาะพะงัน เป็นเกาะที่มีความสวยงามทางธรรมชาติ มีชายหาดที่สวยงาม โดยเฉพาะเกาะรีน ซึ่งเป็นจุดชมพระจันทร์เต็มดวงที่สวยงามกว่าหาดอื่น ๆ บนเกาะพะงัน ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบในเรื่องของสถานที่ตั้ง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานรู้สึกดีมีค่ากับเสียงเพลงและบรรยากาศที่รายล้อมไปด้วยความสวยงามทางธรรมชาติ รองลงมา คือ เต็มไปด้วยคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรและอัธยาศัยดี จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่ได้มีแค่สถานที่และบรรยากาศ แต่คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานจะต้องเป็นมิตรและอัธยาศัยดี สิ่งเหล่านี้จะส่งผลพฤติกรรมหลังจากการท่องเที่ยว หากพึงพอใจก็จะกลับมาร่วมงานอีก แต่หากไม่พึงพอใจก็จะไม่กลับมาอีก อีกทั้งยังส่งผลต่อการบอกต่อในแง่บวกและแง่ลบอีกด้วย ส่วนระดับแรงจูงใจที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านมีอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย เห็นได้จากบริเวณที่จัดงาน มีการตั้งร้านขายเครื่องดื่มเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้ง นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้ออาหารมารับประทานได้ตลอดเวลา นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเลือกที่จะทานก่อนมาร่วมงาน บางส่วนก็ซื้ออาหารทานตามร้านสะดวกซื้อ รองลงมา คือ

ด้านมีความคุ้มค่าต่อเงินที่เสียไป โดยเพศชายจะให้ความสำคัญในด้านนี้มากกว่าเพศหญิง เนื่องจาก เพศชาย มองหาความสนุกสนานและความท้าทาย มีอัตราการดื่มแอลกอฮอล์ที่มากกว่าเพศหญิง อาจทำให้เกิดความคาดหวังในด้านต่าง ๆ หากไม่เป็นอย่างที่คาดหวังก็จะรู้สึกว่าจะไม่คุ้มค่าต่อเงินที่เสียไป ถัดมา คือ ด้านสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก หากสถานที่จัดงานมีความซับซ้อนในเส้นทางและเข้าถึงได้ยาก นักท่องเที่ยวจะรู้สึกว่าการเดินทางมาร่วมงานนั้นเป็นเรื่องที่น่าเบื่อและยุ่งยาก เพราะโดยธรรมชาติมนุษย์ ชอบในความสะดวกสบาย และมีสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยนี้

1. จากข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ควรที่จะเพิ่มเติมในส่วนที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการในแต่ละด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านการเดินทาง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านกิจกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วม เป็นต้น ในส่วนของด้านที่พัก ควรมีการรองรับให้เพียงพอและราคาไม่ควรสูงมากกว่าปรกติจนเกินไป ด้านการเดินทาง ควรมีเตรียมพร้อมในระบบการขนส่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เรือ รถแท็กซี่ รถสามล้อ ฯลฯ เป็นต้น

2. ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ดังนั้นจึงควรอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ รวมถึงการโปรโมตเทศกาล และกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ เช่น Page Facebook Youtube ให้มากขึ้น

3. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมากับเพื่อนหรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงญาติพี่น้อง ดังนั้นรูปแบบการบริการที่เหมาะสม เช่น ห้องพักแบบครอบครัว หรือวิลล่า รวมถึงควรสร้างจิตสำนึกและปลูกฝังถึงความรับผิดชอบต่อส่วนรวม ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน การรณรงค์เรื่องการเมาแล้วไม่ขับ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุบัติเหตุจากการดื่มสุราแล้วขับรถ อีกทั้ง ไม่มีความชำนาญในเส้นทาง ทำให้มักประสบอุบัติเหตุอยู่บ่อยครั้ง ชี้ให้เห็นโทษจากการเมาแล้วขับ รวมถึงนำกฎหมายมาใช้อย่างจริงจัง ชี้ให้เห็นโทษที่จะได้รับหากฝ่าฝืน รวมถึงควรมีการตรวจใบขับขี่ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ติดป้ายเมาไม่ขับในจุดต่าง ๆ ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน รวมถึงบริเวณที่มีการเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง

4. ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต้องออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และรูปแบบการให้บริการนักท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายกลุ่มลูกค้าของตนเองให้ชัดเจน เพื่อพัฒนาและออกแบบการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีแรงจูงใจต่อกิจกรรมที่มีความตื่นเต้น ทำลายในระดับมาก โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาย ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรออกแบบและพัฒนากิจกรรมบริการทางด้านการท่องเที่ยวในลักษณะ Adventure ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าโดยคำนึงถึงมาตรฐานความปลอดภัยของการให้บริการด้วย

6. จากระดับของแรงจูงใจแบบดิงที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านเป็นเทศกาลที่มีเอกลักษณ์ มีดวงจันทร์ที่สวยงามและบรรยากาศที่ดี อยู่ในระดับมาก ดังนั้นเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหน่วยงานภาครัฐร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญต่อการวางแผนดูแลทัศนียภาพหาดรีนสถานที่จัดกิจกรรมพุลมูนให้คงความเป็นธรรมชาติที่สวยงาม

### ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ควรมีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาร่วมงานพุลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน เพิ่มเติม และนำบทสัมภาษณ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ แล้วใช้ประกอบในงานวิจัย

2. งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการมาร่วมงานพุลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน หากต้องการที่จะให้เนื้อหาที่มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ควรนำปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ทัศนคติ และการรับรู้ มาศึกษาเพิ่มเติม หรืออาจจะศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเชิงลึกเพื่อที่จะได้เข้าใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น

3. จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาร่วมงานพุลมูนปาร์ตี้ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ดังนั้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ละเอียดมากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะได้ตอบสนองนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### References

Council of State. (2013). Tourism Authority of Thailand Act, 1979. 2.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.

Crompton, J. L., McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.

Dann, G. (1977). *Anomie, Ego-Enhancement and Tourism*. *Annals of Tourism Research*, 4 (4), 184-194.

Department of Tourism. (2017). Tourist statistics. Retrieved on 5 July 2017 from <http://www.tourism.go.th/view/1/ Tourist Statistics / TH-TH>.

Goossens Cee. (2000). *Tourism Information and Pleasure Motivation*. *Annals of Tourism Research*. 27(2), 301-321.

Jittungwattana, Boonlert. (2005). *Tourism industry*. Bangkok: Press and Design Company Limited

Kaewta, Surangkana. (2014). Factors Relating to the Decision Making of Chinese Tourists on

Kongprasert, Thanawat., Passakonjaras, Somchanok., Katawande, Punthumadee. (2014).

Factors Influencing Type of Japanese Tourists in Chiang Mai. *Journal of Management Sciences*. 31(2). July-December 2014.1-33.

- Maneenate, Thirachaya. (2009). Thai studies for tourism. Khon Kaen: Khon Kaen University.
- Nakpaen, Sirirat. (2012). Tourism Behavior and Motivation Factors of Foreign Visiting in Pha-Ngan Island, Surat Thani Province. Thesis of the degree of Master of Arts, Dhurakij Pundit University.
- National Statistical Office. (2016). Summary of domestic tourism situation Surat Thani Province, 2009 - 2015. Retrieved on 30 May 2017 from <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>.
- Pakdeeaksorn, Panuwat. (2012). Tourism Motivation Theory and Food Tourism. *Journal of Management Sciences*, 29(2), 129-148.
- Pearce, Philip L., and Marie L. Caltabiano. (1983). Inferring Travel Motivation from Travelers' Experiences. *Journal of Travel Research* 12(2): 16-20.
- Ratinthorn, Saengduen. (2015). The Push and Pull Factors Affecting to The Decisions of Chinese Tourists in Choosing Thailand as Their Destination. *APHEIT Journal*. 18(2), 84-104.
- Sayarin, Kittikorn. (2015). The Tourism Development of Full Moon Party on Pha-Ngan Island, Surat Thani, Thailand. Faculty of Management Suratthani Rajaphat University.
- Sereerut, Siriwan. (2007). Consumer Behavior. Bangkok: Theera Film and SciTech Co.Ltd.
- Sereerut, Suoakorn. (2002). Consumer Behavior. Bangkok: AR Business Press Co.Ltd.
- Suwanphimon, Kulwara. (2013). Guide Principles. Bangkok.: Saengdao Printing Ltd. (Public) Selecting The Accommodation in Phuket. Thesis of the degree of Master of Business Administration, Prince of Songkla University.
- Swarbrooke, J. and Horner, S. (1999) *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- World Economic Forum. (2560). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Retrieved on 30 May 2017 from <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.
- World Economic Forum. (2560). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Retrieved on 30 May 2017 from <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/country-profiles/#economy=THA>



Roongkan Kaewcharoen, Master of Business Administration Researcher, Innovation Management and Business Development Program, School of Management, Walailak University.



Associate Professor, Somnuk Aujirapongpan, Ph.D. (Technopreneurship and Innovation Management) Associate Professor, Ph.D., School of Management, Walailak University.



Assistant Professor, Supit Ritkaew, Ph.D., Ph.D., (Applied Mathematics), Assistant Professor, Ph.D., School of Management, Walailak University.



Jintanee Ru-Zhe, Ph.D., Ph.D., (Economics), Lecturer, Ph.D., School of Management, Walailak University.



Yaninee Songkajorn, Ph.D. (Technopreneurship and Innovation Management), Lecturer, Ph.D., School of Management, Walailak University.