

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่
MOTIVATION OF TOURISTS TOWARDS TRAVELLING TO MAE CHAEM DISTRICT,
CHIANG MAI PROVINCE

ศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง* และวรรณัย สายประเสริฐ**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กรอบแนวคิดปัจจัยหลักและปัจจัยดึง และแรงจูงใจการท่องเที่ยวทางจิตวิทยาสังคม ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ และพักค้างคืนในพื้นที่ จำนวน 200 คน และสุ่มตัวอย่างตามสะดวก โดยมีการใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย t test และ F test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ โดยส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบอาชีพข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน เคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน เดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ พักค้างคืนเป็นระยะเวลา 1 คืน พักโฮมสเตย์ เดินทางโดยใช้ยานพาหนะส่วนตัว โดยส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 2,501-5,000 บาท และมีการค้นคว้าข้อมูลท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์

ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจภายในอยู่ในระดับมากทุกด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านการแสวงหารางวัลส่วนบุคคล ด้านการแสวงหารางวัลระหว่างบุคคล ด้านการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมส่วนบุคคล และด้านการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมระหว่างบุคคล สำหรับแรงจูงใจภายนอกอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ด้านธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาแรงจูงใจย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ สูงสุด 3 ลำดับแรก อยู่ในระดับมากที่สุด คือ อากาศบริสุทธิ์สดชื่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสวยงามสมบูรณ์ และความเป็นเจ้าบ้านที่ดี คนในอำเภอแม่แจ่มมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตามลำดับ

จากการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ภูมิลำเนา รายได้ ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่พักค้างคืน สถานที่พักค้างคืน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจย่อยแตกต่างกันในการแสวงหารางวัลส่วนบุคคล ด้านการแสวงหารางวัลระหว่างบุคคล ด้านวัฒนธรรม และด้านธรรมชาติ

* นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Abstract

This study aimed to examine the motivation of tourists towards travelling to Mae Chaem District, Chiang Mai province, through the conceptual frameworks on the push and pull theories as well as the social psychological model of tourism motivation. Data were collected from the questionnaires by a total of 200 Thai tourists who travelled to Mae Chaem District, Chiang Mai province, and stayed there, using the convenience sampling. The data were then analysed by using descriptive statistics i.e. frequency, percentage, mean, t test, and F test, with the 0.05 of significance level used.

The results showed that the majority of the samples were female, aged between 20 and 29 years old, with their domicile in the northern region, and lived in Chiang Mai province. Most of the respondents were government officers or government employees and earned their income between 10,001-20,000 Bath per month. They had ever travelled to Mae Chaem District, Chiang Mai province, with the purpose of travel for relaxation. They usually travelled with friends at the weekends and had one overnight stay at homestay. They mostly travelled by car as their private vehicle. The travelling expenses ranged from 2,501-5,000 Baht per trip. They also searched the travel information from the internet and social media.

The overall mean of importance level of motivation towards travelling to Mae Chaem District, Chiang Mai province, was scored high. Push motivations were scored high in all respects i.e. seeking personal rewards, seeking interpersonal rewards, escaping personal environments, and escaping interpersonal environments, respectively. Likewise, pull motivations were scored high in all respects i.e. nature, culture, convenience, and economic factors, respectively. The top three mean of importance level of sub motives towards travelling to Mae Chaem District, Chiang Mai province, with the highest scores, included fresh air, abundance of beautiful natural attractions, and hospitality of local people, respectively.

The mean test of importance level of motivation of Thai tourists towards travelling to Mae Chaem District, Chiang Mai province, as classified by gender, age, domicile, income, travel experience, traveling accompany, a number of days to stay, places for overnight stay, and travelling expenses, showed the differences of sub motives i.e. seeking personal rewards, seeking interpersonal rewards, cultural factor, and natural factor.

บทนำ

ในช่วงปี พ.ศ. 2563 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากนโยบายจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทยลดลง ในขณะที่การท่องเที่ยวภายในประเทศก็ได้รับผลกระทบจากการจำกัดการเดินทางข้ามจังหวัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ก็เป็นหนึ่งในจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการดังกล่าว ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ถดถอยทำให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวระมัดระวังเรื่องค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ด้วยมาตรการผ่อนคลายการเดินทางข้ามจังหวัดในเวลาต่อมาและนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาล ทำให้การท่องเที่ยวภายในประเทศช่วงครึ่งปีหลังฟื้นตัวขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น

อำเภอแม่แจ่มตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ ประมาณ 120 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาเดินทางประมาณ 2-3 ชั่วโมง ถึงแม้ว่าอำเภอแม่แจ่มจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังอำเภอแม่แจ่มลดลง แต่ด้วยจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม ทำให้อำเภอแม่แจ่มยังเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่

ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังอำเภอแม่แจ่ม ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบการกำหนดแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

แนวคิดและทฤษฎี

ทฤษฎีปัจจัยผลักและปัจจัยดึง (Push and Pull Theories) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ (Dann, 1977)

1) ปัจจัยผลัก (Push factors) คือ ปัจจัยภายในของบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยแรงจูงใจ เช่น ความต้องการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย ความต้องการภูมิอากาศในตนเอง ความต้องการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความต้องการหลีกเลี่ยงความคาดหวังต่อผลประโยชน์ที่จะได้รับ เป็นต้น และปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและภูมิประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ อาชีพ รายได้ เป็นต้น (Tsephe, 2015)

2) ปัจจัยดึง (Pull Factors) คือ ปัจจัยจากภายนอกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย ลักษณะของจุดหมายปลายทาง และสิ่งอำนวยความสะดวกของจุดหมายปลายทาง

ทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychological Model of Tourism Motivation) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล แบ่งออกเป็น 4 มิติ (Iso-Ahola, 1982) และแต่ละมิติมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ดังนี้

1) มิติการแสวงหารางวัลส่วนบุคคล (Seeking Personal Rewards) ได้แก่ ความต้องการบอกล่าประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ความต้องการสร้างความรู้สึที่ดีต่อตนเอง และความต้องการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ ด้วยตนเอง

2) มิติการแสวงหารางวัลระหว่างบุคคล (Seeking Interpersonal Rewards) ได้แก่ ความต้องการใช้เวลาร่วมกับคนที่มีความสนใจเหมือนกัน ความต้องการใช้เวลาร่วมกับเพื่อน และความต้องการพบปะผู้คนใหม่ๆ

3) มิติการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมส่วนบุคคล (Escaping Personal Environments) ได้แก่ การหลีกเลี่ยงสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน การเปลี่ยนบรรยากาศจากชีวิตประจำวัน และการผ่านพ้นจากภาวะอารมณ์ทางลบ

4) มิติการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมระหว่างบุคคล (Escaping Interpersonal Environments) ได้แก่ การหลีกเลี่ยงผู้คนที่มารบกวน การหลีกเลี่ยงออกจากภาวะแวดล้อมที่ตึงเครียด และการหลีกเลี่ยงการพบปะหรือมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Snepenger, King, Marshall, & Uysal, 2006)

วิธีการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนในพื้นที่อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

โดยการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน ตามตารางขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (1976 อ้างถึงใน กุณชลี รื่นรัมย์, 2558) และสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง ช่วงเวลาเดินทาง จำนวนวันที่พักค้างคืน สถานที่พักค้างคืน ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และแหล่งค้นคว้าข้อมูลท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดย 5 หมายถึง มีความสำคัญระดับมากที่สุด และ 1 หมายถึง มีความสำคัญระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบหรือข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือโดยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบอาชีพข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางท่องเที่ยวพร้อมเพื่อน เดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ พักค้างคืนจำนวน 1 คืน พักค้างคืนที่โฮมสเตย์ เดินทางโดยใช้ยานพาหนะส่วนตัวโดยเป็นรถยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 2,501 - 5,000 บาท และค้นคว้าข้อมูลท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยแรงจูงใจภายในอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านการแสวงหารางวัลส่วนบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านการแสวงหารางวัลระหว่างบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.08) ด้านการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมส่วนบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.07) และด้านการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมระหว่างบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.87) สำหรับแรงจูงใจภายนอกอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ด้านวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.94) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และด้านเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ภูมิภาค รายได้ ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่พักค้างคืน สถานที่พักค้างคืน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจย่อยแตกต่างกันในด้านการแสวงหารางวัลส่วนบุคคล ด้านการแสวงหารางวัลระหว่างบุคคล ด้านวัฒนธรรม และด้านธรรมชาติ

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบหรือข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เช่น เส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก ขาดระบบขนส่งภายในพื้นที่ ขาดระบบการจัดการขยะบริเวณที่สาธารณะและสถานประกอบการ ความสะอาดของที่พักรวม บางส่วนยังไม่ได้มาตรฐาน ขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว และการสูญเสียความเป็นธรรมชาติเนื่องจากการขยายตัวของชุมชน เป็นต้น โดยข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เช่น สร้างเส้นทางคมนาคม เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงระบบจัดการขยะ พัฒนามาตรฐานความสะอาดและสุขอนามัยของที่พักรวม เป็นต้น

การอภิปรายผลการศึกษา

1) แรงจูงใจภายในด้านการแสวงหารางวัลส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวสูงสุด เป็นลำดับที่ 1 ของแรงจูงใจภายใน โดยแรงจูงใจย่อยเกี่ยวกับต้องการเรียนรู้หาประสบการณ์ใหม่ ๆ ด้วยตนเองมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับ Simkova and Holzner (2014) ที่ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในชนบทและการท่องเที่ยว ต่างประเทศ พื้นที่ศึกษาเมือง Hradec Králové สาธารณรัฐเช็ก ผลการศึกษาในส่วนของการท่องเที่ยวชนบท พบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวสูงสุดในด้านการแสวงหารางวัลส่วนบุคคล และมีแรงจูงใจย่อยสูงสุดคือการบอกต่อ ประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งการที่ผลการศึกษาสอดคล้องกันอาจอยู่ที่ขอบเขตการศึกษาที่เป็นการศึกษาแรงจูงใจของ นักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทของอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ และเมือง Hradec Králové สาธารณรัฐเช็ก

2) แรงจูงใจภายในด้านการแสวงหารางวัลระหว่างบุคคลมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวสูง เป็นลำดับที่ 2 ของแรงจูงใจภายใน โดยแรงจูงใจย่อยเกี่ยวกับการได้ใกล้ชิดและใช้เวลาาร่วมกันกับเพื่อนหรือครอบครัวมี ค่าเฉลี่ยสูงสุด อาจมีสาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางร่วมกับเพื่อนและครอบครัว ซึ่งไม่สอดคล้องกับ Simkova and Holzner (2014) ที่ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชนบทและการท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการศึกษาในส่วน ของการท่องเที่ยวชนบท พบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจย่อยสูงสุดคือการพบปะผู้คนและเพื่อนใหม่

3) แรงจูงใจภายในด้านการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว สูงเป็นลำดับที่ 3 ของแรงจูงใจภายใน โดยแรงจูงใจย่อยเกี่ยวกับอยากทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือเกิดสิ่งต่างที่แตกต่างไปจาก การใช้ชีวิตประจำวันมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับ Simkova and Holzner (2014) ที่ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการ ท่องเที่ยวชนบทและการท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการศึกษาในส่วนของการท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมี แรงจูงใจย่อยสูงสุดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงจากชีวิตประจำวัน การที่ผลการศึกษาสอดคล้องกัน สะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศต่างมีความต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากการใช้ชีวิตประจำวัน

4) แรงจูงใจภายในด้านการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมระหว่างบุคคลมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการ ท่องเที่ยวต่ำสุด ซึ่งสอดคล้องกับ Simkova and Holzner (2014) ที่ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชนบทและการ ท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการศึกษาในส่วนของการท่องเที่ยวชนบท พบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวด้านการ หลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมระหว่างบุคคลต่ำสุด ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างไม่ได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีภาวะความ ตึงเครียดสูงมากหรือไม่ได้ถูกรบกวนการใช้ชีวิตส่วนตัวจนต้องออกเดินทางท่องเที่ยว

5) แรงจูงใจภายนอกด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวสูงเป็น ลำดับที่ 3 ของแรงจูงใจภายนอก โดยแรงจูงใจย่อยเกี่ยวกับความเป็นเจ้าบ้านที่ดี คนในอำเภอแม่แจ่มมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมี ค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับ วรพรรณ สัจดศรี (2558) ที่ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจย่อยด้านการบริการที่มีระดับแรงจูงใจ สูงสุดคือ การต้อนรับและการใส่ใจดูแลที่ดีของเจ้าหน้าที่และคนในท้องถิ่น การที่ผลการศึกษาสอดคล้องกัน ทำให้เห็นว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อการได้รับการต้อนรับที่ดีจากคนท้องถิ่น และความเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนในพื้นที่เป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการท่องเที่ยว

6) แรงจูงใจภายนอกด้านเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวต่ำสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับ Park et al. (2019) ที่ศึกษาแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กรณีศึกษาเกาะลังกาวิ ประเทศมาเลเซีย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจสูงสุดเป็นลำดับที่ 1 โดยเฉพาะแรงจูงใจเกี่ยวกับภาษีที่ต่ำและเที่ยวบินมีราคาถูก ซึ่งอาจเป็นผลมาจากนโยบายแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของเกาะลังกาวิด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวและศูนย์กลางทางการค้า (ศุภการ สิริไพศาล, อติศร คักดีสูง และสายัณห์ สิทธิโชค, 2554) ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเครื่องบิน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และภาษีในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้แรงจูงใจด้านเศรษฐกิจเป็นแรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสำคัญสูงสุด

7) แรงจูงใจภายนอกด้านวัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวสูงเป็นลำดับที่ 2 ของแรงจูงใจภายนอก โดยแรงจูงใจเกี่ยวกับสินค้า GI (สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งสอดคล้องกับ วรพรรณ สงัดศรี (2558) ที่ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจย่อยด้านสิ่งดึงดูดใจที่มีระดับแรงจูงใจสูงสุดคือแหล่งท่องเที่ยวมีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การที่ผลการศึกษาสอดคล้องกัน ทำให้เห็นว่าเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและทำให้เกิดแรงจูงใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่

8) แรงจูงใจภายนอกด้านธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวสูงเป็นลำดับที่ 1 โดยแรงจูงใจย่อยเกี่ยวกับอากาศบริสุทธิ์สดชื่น และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสวยงามสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ สุวิชา ศรีถน และปรีดา ไชยา (2560) ที่ศึกษาการรับรู้และแรงจูงใจการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวันหยุดพักผ่อนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อย่างมากต่อการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวและความสมบูรณ์ของธรรมชาติ เป็นลำดับที่ 1 และ 2 ของปัจจัยรับรู้ และนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจอย่างมากต่อการเดินทางท่องเที่ยว เกี่ยวกับความสวยงามของธรรมชาติ เป็นลำดับที่ 2 ของปัจจัยจูงใจ

ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน

- ด้านการแสวงหารางวัลส่วนบุคคล ธุรกิจที่แพคเกจโฮมสเตย์มีมาตรการรักษาความปลอดภัยของสถานที่พักและห้องพัก เว้นระยะห่างระหว่างบ้านพักให้เหมาะสมเพื่อความเป็นส่วนตัว จัดให้มีเจ้าหน้าที่เพื่อให้คำแนะนำและความช่วยเหลือ มีการสร้างสัญลักษณ์หรือจุดเช็คอิน และจัดเตรียมอาหารที่กำลังเป็นที่นิยมไว้บริการนักท่องเที่ยว

- ด้านการแสวงหารางวัลระหว่างบุคคล ธุรกิจที่แพคเกจมีบริการห้องพักหรือบ้านพักสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเป็นหมู่คณะ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการพัฒนาและประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ เช่น เส้นทางชมธรรมชาติ เส้นทางเยี่ยมชมวัฒนธรรมวิถีชีวิต เส้นทางเยี่ยมชมโบราณสถานที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มหกรรมผ้าขึ้นดินจก เป็นต้น

- ด้านการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมส่วนบุคคล ธุรกิจต่างๆมีการสร้างจุดเด่นที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างและไม่สามารถพบเจอได้ในชีวิตประจำวัน เช่น สถานที่พักที่ตั้งอยู่บนภูเขาหรือริมแม่น้ำ มีลานสำหรับตั้งแคมป์ มีเมนูอาหารท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองรสชาติ เป็นต้น

- ด้านการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดลอมระหว่างบุคคล หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์เทศกาลหรือประเพณีที่สนุกสนาน (เช่น ปีใหม่เมือง ปีใหม่เมือง) สถานที่ท่องเที่ยวที่มอบความรู้สึกผ่อนคลาย (เช่น บ่อน้ำพุร้อน) และกิจกรรมที่สนุกสนานและคลายเครียด (เช่น ล่องแพแม่น้ำแจ่ม ปั่นจักรยานเส้นทางธรรมชาติ) เป็นต้น

2) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจภายนอก

- ด้านธรรมชาติ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทำการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวช่วงฤดูฝนและฤดูหนาว รมณรงค์การอนุรักษ์ป่าไม้ จัดกิจกรรมปลูกป่า ทำพิธีสืบชะตาป่าหรือพิธีบวชต้นไม้ ส่งเสริมการทำปุ๋ยหมักเศษใบไม้ ลดการเผาเศษใบไม้และไร่ชา ธุรกิจที่พักแรมและร้านอาหารลดปริมาณของเสียหรือจัดการของเสียก่อนปล่อยลงสู่ธรรมชาติ

- ด้านวัฒนธรรม หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและส่งเสริมการขายสินค้า GI (ผ้าขึ้นตีนจกแม่แจ่ม) ผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและต่อเนื่อง รักษาวัฒนธรรมการแต่งกายด้วยผ้าขึ้นตีนจกของคนท้องถิ่น และทำการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาต่อยอดสินค้า GI

- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ประกอบการและคนในพื้นที่ควมไว้ซึ่งความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ให้การต้อนรับให้ความช่วยเหลือ และรักษาคุณภาพการให้บริการอย่างทั่วถึงแก่นักท่องเที่ยว

- ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจต่างๆมีการรักษาระดับราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ และเหมาะสมในแต่ละช่วงฤดูกาล มีบริการพิเศษเพิ่มเติมแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้รับสินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพ คุ่มค่ากับเงินที่จ่ายไป และเกิดความประทับใจ

3) แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม

- การพัฒนาเส้นทางคมนาคม โดยเฉพาะเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาและซ่อมแซมเส้นทางคมนาคมจากถนนสายหลักของชุมชนสู่แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดี มีการสร้างถนนลาดยางที่มีความกว้างเพียงพอทดแทนถนนที่แคบหรือถนนลูกรัง และจัดให้มีป้ายบอกเส้นทางบริเวณทางแยกต่าง ๆ

- การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การรณรงค์อนุรักษ์ป่าไม้ จัดกิจกรรมปลูกป่า พิธีสืบชะตาป่า พิธีบวชต้นไม้ รณรงค์ลดการเผาเศษใบไม้และไร่ชา ส่งเสริมการทำปุ๋ยหมักเศษใบไม้ พัฒนาระบบการจัดการขยะ การรักษาความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่สาธารณะ/ไหล่ทาง ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น

- การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการส่งเสริมและอนุรักษ์สินค้า GI (ผ้าขึ้นตีนจกแม่แจ่ม) ผ่านเวทีประกวดต่างๆ ส่งเสริมการแต่งกายด้วยผ้าขึ้นตีนจกของนักเรียนและเจ้าหน้าที่ของรัฐ สนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์หัตถกรรมหรือหมู่บ้านหัตถกรรม ส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านงานแสดงสินค้า ส่งเสริมให้มีการพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ พิจารณากำหนดการจัดงานมหกรรมผ้าขึ้นตีนจกแม่แจ่มที่ต่อเนื่องกับงานไม้ดอกไม้ประดับจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์เทศกาล ประเพณี และพิธีกรรมสำคัญทางศาสนา ส่งเสริมให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น และสนับสนุนงบประมาณและกิจกรรมเพื่อทำนุบำรุงสถานและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์ของอำเภอแม่แจ่ม

- การประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่ม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวต่างถิ่นรู้จักเกิดความสนใจ และสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวเพิ่มเติมได้ เช่น เพิ่มช่องทางกระจายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในระบบอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ โทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ และการสร้างเรื่องราวหรือคอนเทนต์การท่องเที่ยวอำเภอแม่แจ่มผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยวและคำแนะนำในการเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นต้น

4) แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักแรม เช่น การรักษามาตรฐานความสะอาดของบริเวณโดยรอบสถานที่พักแรมและความสะอาดของอุปกรณ์และของใช้ภายในห้องพัก การรักษาความปลอดภัยบริเวณที่พัก การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม การพัฒนาและสื่อสารจุดเด่นของที่พักแรม เป็นต้น

5) แนวทางการพัฒนาธุรกิจร้านอาหาร เช่น การสร้างเอกลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่นหรืออาหารพิเศษเฉพาะฤดูกาล การสร้างเอกลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของร้านอาหาร การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์สำหรับสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหาร สถานที่ตั้ง โปรโมชัน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ รื่นรมย์. (2558). *การวิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพรรณ สงัดศรี. (2558). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ศุภการ สิริไพศาล, อติศร ศักดิ์สูง, และสายัณห์ สิทธิโชค. (2554). *นโยบายการพัฒนารัฐปิ้งและเกาะลังกาวีเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามแผนวิสัยทัศน์ 2020 ค.ศ. 1991 - 2009*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- สุวิชา ศรีถาน, และปรีดา ไชยา. (2560). การรับรู้และแรงจูงใจการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวันหยุดพักผ่อนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารช่อพะยอม*, 28(2), 296-304.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
- Park, J., Musa, G., Moghavvemi, S., Thirumoorhi, T., Taha, A. Z., Mohtar, M., & Sarker, M. M. (2019). Travel motivation among cross border tourists: Case study of Langkawi. *Tourism Management Perspectives*, 31, 63-71.
- Simkova, E., & Holzner, J. (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 159, 660-664.
- Snepenger, D., King, J., Marshall, E., & Uysal, M. (2006). Modeling Iso-Ahola's Motivation Theory in the Tourism Context. *Journal of Travel Research*, 45(2), 140-149.
- Tsephe, N. P. (2015). *Analysing rural tourism motivation factors and ICT adoption with specific reference to Malealea Lodge in Lesotho*. (Master's thesis of Technology, Durban University of Technology).