



การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ
ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

CONJOINT ANALYSIS IN THE DECISION MAKING OF INDEPENDENT OUTBOUND
TRAVELLING OF GENERATION Y TOURISTS
IN BANGKOK METROPOLIS

ปวีรา เกียรติทนต์

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2561

การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ
ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

CONJOINT ANALYSIS IN THE DECISION MAKING OF INDEPENDENT
OUTBOUND TRAVELLING OF GENERATION Y TOURISTS
IN BANGKOK METROPOLIS



A Master's Project Submitted in partial Fulfillment of Requirements
for MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (Business Administration (Marketing))
Faculty of Business Administration for Society Srinakharinwirot University

2018

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ

ปวีรา เกียรติทอง

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

ประธาน

(ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุพาดดา สิริกุดตา)

ชื่อเรื่อง	การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	ปิรดา เกียรติทอง
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2561
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนเพื่อแสดงระดับความสำคัญของปัจจัยดังกล่าว รวมไปถึงเพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำนวน 200 คน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-29 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ 4 ด้าน ได้แก่ ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป และด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 2) นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ, นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย, การวิเคราะห์ร่วม

Title	CONJOINT ANALYSIS IN THE DECISION MAKING OF INDEPENDENT OUTBOUND TRAVELLING OF GENERATION Y TOURISTS IN BANGKOK METROPOLIS
Author	PEEWARA KEATTANONG
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2018
Thesis Advisor	Dr. Nattaya Praditsuwan

This research aims to study the important factors related to the decision making process of independent outbound traveling of Generation Y tourists in Bangkok Metropolis including showing the importance of each factor and resulting in the choice and to study the decision making processes of independent outbound traveling of Generation Y tourists in Bangkok Metropolis by demographic segmentation. The sample in this research were Generation Y tourists who lived in Bangkok Metropolis and used to travel abroad independently traveling. There were 200 samples. The findings of the research were as follows; 1) Most Generation Y tourists were female, aged between 26-29 years old, being single, held a Bachelor's degree, employees of companies and with an average income over 45,001 Baht per month. 2) Most Generation Y tourists were interested in four important factors in terms of the decision making in independent outbound traveling. This included traveling intentions, surrounding factors, budget and reference groups. The results of the hypotheses testing were as follows: 1) Generation Y tourists of different ages gave unequal importance to the surrounding factors and budget at a statistical level of 0.01 2) Generation Y tourists with different occupations gave unequal importance to traveling intentions and budget at a statistical level of 0.05

Keyword : Independent outbound traveling, Generation Y tourists, Conjoint Analysis

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือ ให้แนะนำ ตลอดจนการให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งจากอาจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ แนวคิด คำแนะนำ และการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี นับตั้งแต่การเริ่มต้นดำเนินการวิจัย จนจนสำเร็จเรียบร้อย ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ และอาจารย์ ดร.ญาณพล แสนสันต์ ที่ให้ความกรุณาเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการสอบ ตลอดจนให้คำปรึกษา คำแนะนำเป็นอย่างดี เพื่อให้สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ คอยอบรมสั่งสอน ให้แนวคิด ให้ประสบการณ์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจในสิ่งต่างๆมากขึ้น และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการในคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม รวมถึงเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวก จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสิ้นอย่างสมบูรณ์ได้

ขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยเล่มนี้ และทำให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ เพื่อนนิสิตในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่าน ที่ได้มอบมิตรภาพที่ดี คอยให้ความช่วยเหลือกันตลอดมา

คุณค่าทั้งหลายที่ได้รับจากสารนิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นความกตัญญูแก่ บิดามารดา และบูรพาจารย์ที่เคยอบรมสั่งสอน ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

ปวีรา เกียรติทอง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
สมมติฐานงานวิจัย.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	11
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	13
ความหมาย.....	13

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ.....	13
กระบวนการตัดสินใจ.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	15
ความหมาย.....	15
ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	18
ประเภทของนักท่องเที่ยว.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเงินเนอเรชั่นวาย.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis).....	23
ความหมาย.....	23
ขั้นตอนการวิเคราะห์แบบ Conjoint Analysis.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	27
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	27
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	27
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	74

บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	77
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการวิจัย	77
ความมุ่งหมายของการวิจัย	77
ความสำคัญของการวิจัย	77
สมมติฐานของการวิจัย	78
วิธีดำเนินการวิจัย	78
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	79
การเก็บรวบรวมข้อมูล	79
การจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล	83
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	83
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	84
อภิปรายผลการวิจัย	88
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	95
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	96
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	101
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	102
ภาคผนวก ข รายงานผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	111
ภาคผนวก ค หนังสืออนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย	113
ประวัติผู้เขียน	116

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ปัจจัยและระดับความสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	33
ตาราง 2 สถานการณ์จำลองของแบบสอบถาม.....	36
ตาราง 3 ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group)	47
ตาราง 4 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	48
ตาราง 5 ค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ของกลุ่มตัวอย่าง.....	50
ตาราง 6 ค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของกลุ่มตัวอย่าง.....	52
ตาราง 7 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระในแต่ละด้าน จำแนกตามเพศ	53
ตาราง 8 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed	53
ตาราง 9 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว	55
ตาราง 10 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	56
ตาราง 11 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว	58

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว	59
ตาราง 13 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระในแต่ละด้าน จำแนกตามสถานภาพ.....	60
ตาราง 14 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว และด้านปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed.....	61
ตาราง 15 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Not	62
ตาราง 16 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว	63
ตาราง 17 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed.....	64
ตาราง 18 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระในแต่ละด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	65
ตาราง 19 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA.....	66
ตาราง 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว	68
ตาราง 21 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์	69

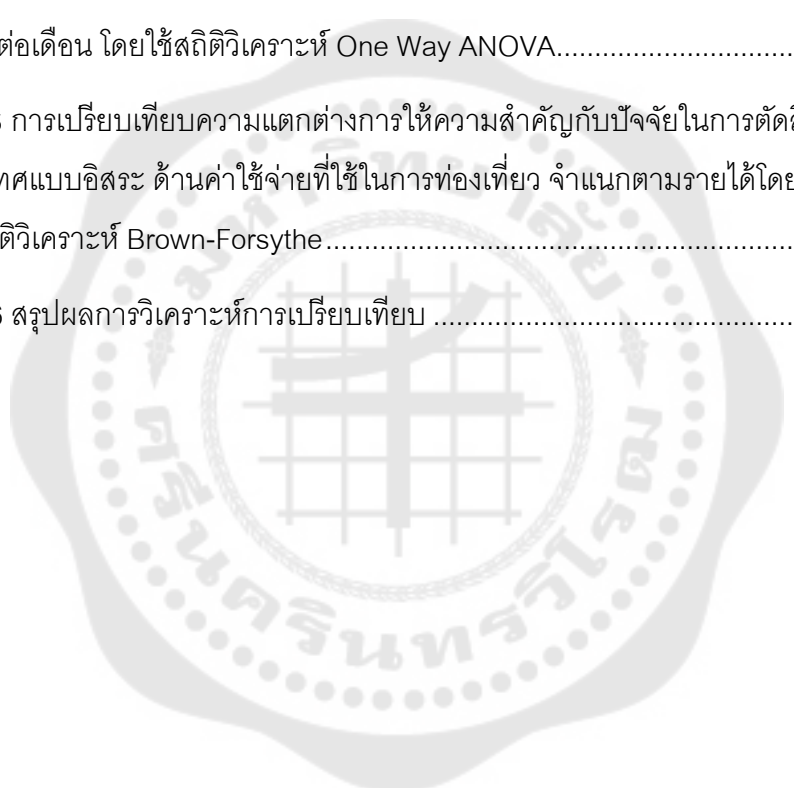
ตาราง 22 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว
ต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ 70

ตาราง 23 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว
ต่างประเทศแบบอิสระในแต่ละด้าน จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 71

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว
ต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของ
ประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้
โดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA..... 72

ตาราง 25 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว
ต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน
โดยใช้สถิติวิเคราะห์ Brown-Forsythe..... 73

ตาราง 26 สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ 74



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 สถิติคนไทยเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ.....	1
ภาพประกอบ 2 จำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ	2
ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย	9



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อภาพรวมของระบบเศรษฐกิจ เป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น สินค้าส่งออก เป็นต้น เป็นแหล่งสำคัญของการนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ เป็นตัวชี้วัดระบบเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญและมีอิทธิพลต่อธุรกิจประเภทอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสายการบิน ธุรกิจโรงแรมหรือที่พัก ธุรกิจทัวร์ท่องเที่ยว เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มขยายการเติบโตต่อไปในอนาคต



ภาพประกอบ 1 สถิติคนไทยเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ

ที่มา: Visa Global Travel Intentions Study. (2018). วีซ่าเผยผลสำรวจชี้คนไทยเที่ยวบ่อยกว่านักท่องเที่ยวทั่วโลกโดยเฉลี่ย

เห็นได้จากผลสำรวจเกี่ยวกับแผนการท่องเที่ยวระดับโลกของวีซ่า (Visa Global; Travel Intentions Study) ได้เปิดเผยว่า นักเดินทางชาวไทยเดินทางไปต่างประเทศบ่อยที่สุดในโลก โดยผลสำรวจฉบับนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับความนิยมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักเดินทางจำนวน 17,500 ราย จาก 27 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ ผลสำรวจยังระบุว่าสถิติคนไทยเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศเติบโตมากกว่าประเทศอื่นๆ ด้วยจำนวนแผนการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นภายในปี 2562



ภาพประกอบ 2 จำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ

ที่มา: Visa Global Travel Intentions Study. (2018) วีซ่าเผยผลสำรวจ คนไทยมีแนวโน้มเที่ยวบ่อยกว่านักท่องเที่ยวทั่วโลก

อย่างไรก็ตาม ผลสำรวจระบุว่า จำนวนวันในการเดินทางแต่ละครั้งลดน้อยลง โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยวางแผนจะท่องเที่ยว เพียง 5 คืนต่อการเดินทาง 1 ครั้ง

นอกจากนี้ จากสถิติบ่งชี้ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เปิดเผยว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวมากกว่าเจนเนอเรชั่นอื่นๆ โดยเจนเนอเรชั่นวายนิยมท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ขณะที่เจนเนอเรชั่นอื่นนิยมท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี ดังนั้น ททท.จึงมีแผนขยายการท่องเที่ยวของตลาดกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้หลักของระบบเศรษฐกิจประเทศไทย

และจากรายงานเบื้องต้นโครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมและปัจจัยด้านจิตวิทยาในการเดินทางของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ชาวไทย อายุ 18-35 ปี โดยมีบริษัท แบรนต์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด เป็นผู้ดำเนินการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนๆ อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการขอวางแผนด้วยตนเอง ไม่ขอการถูกกำหนดด้าน เวลา สถานที่ หรือกิจกรรมจากบริษัทนำเที่ยว สามารถปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางได้ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัย จึงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาวิเคราะห์ ทำความเข้าใจพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่น่าสนใจ เพราะมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยกว่าเจนเนอเรชั่นอื่นๆ นอกจากนี้ ยังไม่มีงานวิจัยใด นำการวิเคราะห์ร่วมมาใช้เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระโดยการวิเคราะห์ร่วม ซึ่งเป็นการตัดสินใจเลือกโดยใช้ปัจจัยหลายๆตัวเพื่อการตัดสินใจในเวลาเดียวกัน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระโดยการวิเคราะห์ร่วม ซึ่งผลการวิจัยที่ได้รับจากการศึกษานี้ จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยว รวมไปถึงผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำไปปรับปรุงหรือพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับงานด้านการท่องเที่ยวต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาในประเด็น ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อแสดงระดับความสำคัญของปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งเป็นรายได้หลักของประเทศ ตลอดจนเพื่อช่วยให้ภาพรวมระบบเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น

2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนางานด้านการท่องเที่ยว หรืองานด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างแบบสัมภาษณ์กลุ่ม

ขั้นตอนที่ 1 ทำการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) เพื่อหาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) มาวิเคราะห์ ออกแบบเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 3 นำน้ำหนักค่าความสำคัญของแต่ละปัจจัยมาเปรียบเทียบจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

2. กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเองที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาด

ของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตร กรณีนีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้สูตรไม่ทราบค่าประชากรที่แน่นอนของคอคแครง (ธีระวุฒิ เอกะกุล, 2543) ผู้วิจัยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.07 ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 196 ตัวอย่าง และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 4 ตัวอย่าง รวม 200 ตัวอย่าง อัจฉรวรรณ งามญาณ (2554) ได้กล่าวไว้ว่า ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารครั้งนี้ควรเลือกตัวอย่างประมาณ 200 ตัวอย่างเป็นอย่างน้อย ผู้วิจัย จึงสามารถหาค่าที่แท้จริงของค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างได้ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยจะเลือกเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยจะเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระตามสถานที่ เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างครบ 200 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 22-25 ปี

1.1.2.2 26-29 ปี

1.1.2.3 30-33 ปี

1.1.2.4 34-38 ปี

1.1.3 สถานภาพ

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

1.1.3.3 หมาย/หย่าร้าง/แยกทางกันอยู่

1.1.4 ระดับการศึกษา

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า

1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 ข้าราชการ

1.1.5.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.5.4 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

1.1.5.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.1.6 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

1.1.6.1 15,000-25,000 บาท

1.1.6.2 25,001-35,000 บาท

1.1.6.3 35,001-45,000 บาท

1.1.6.4 45,001 บาทขึ้นไป

1.2 ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

1.2.1 ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว

1.2.2 ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป

1.2.3 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว

1.2.4 สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2. ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายที่ตรงกันสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอกำหนดความหมายและขอบเขตของคำศัพท์ต่างๆ ไว้ ดังนี้

1. การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ หมายถึง ระยะเวลาที่ใช้พักอาศัยในต่างประเทศ รวมวันเดินทางไปและวันเดินทางกลับเป็นระยะเวลา 5 วัน

2. ต่างประเทศ หมายถึง ประเทศในแถบเอเชียที่ต้องเดินทางโดยสารด้วยเครื่องบินระหว่าง ประเทศ โดยใช้ระยะเวลาเดินทางขาไปและขากลับ เทียบไม่เกิน 6 ชั่วโมง โดยประมาณ เช่น สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง มาเลเซีย เวียดนาม เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวแบบอิสระ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเองในรูปแบบ การเดินทางคนเดียว เดินทางเป็นคู่ หรือเดินทางเป็นกลุ่มหมู่คณะ โดยไม่ใช้บริษัทนำเที่ยว ไกด์นำเที่ยว หรือทัวร์ใดๆ

4. นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย หมายถึง คนไทยทั้งเพศชายและเพศหญิง เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างช่วงปีพ.ศ.2523-พ.ศ.2539 ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยว ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

5. ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ประกอบด้วย

5.1 ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว หมายถึง วัตถุประสงค์ในการออกเดินทางไปยังประเทศอื่น เพื่อความเพลิดเพลินและเพื่อการพักผ่อน เป็นการออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหลีกหนี จากความจำเจในชีวิตประจำวัน เป็นการออกเดินทางเพื่อสัมผัสประสบการณ์ใหม่ สิ่งแวดล้อมใหม่ ได้แก่

5.1.1 การท่องเที่ยวเพื่อการจับจ่ายซื้อของ (Shopping) เช่น ซื้อของที่ระลึก ซื้อเสื้อผ้า ซื้อเครื่องใช้ ซื้อสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand name) เป็นต้น

5.1.2 การท่องเที่ยวเพื่อการชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม (Sightseeing and Activity) เช่น ล่องเรือชมเมือง กินอาหารที่มีชื่อเสียง ถ่ายรูป เป็นต้น

5.2 ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป หมายถึง สภาพแวดล้อมตลอดจนความเป็นอยู่ขณะที่ต้องพักอาศัยระหว่างการท่องเที่ยว ณ ประเทศนั้นๆ

5.2.1 มีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่หลากหลาย หมายถึง ประเทศที่เดินทางไปมีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งที่น่าสนใจให้ได้ลองทำ เป็นการเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ไม่เคยได้ทำมาก่อน หรือไม่สามารถทำได้เมื่ออยู่ ณ ประเทศไทย

5.2.2 ปลอดภัย หมายถึง สภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมใดๆ มีความปลอดภัย ไม่มีความเสี่ยงต่อเหตุการณ์ที่จะทำให้เกิดอันตรายได้

5.2.3 การเดินทางที่สะดวกสบาย หมายถึง การคมนาคมต่างๆระหว่าง การท่องเที่ยวมีความง่าย ไม่ซับซ้อน มีหลากหลายยานพาหนะ ตลอดจนหลากหลายเส้นทางที่จะ ช่วยอำนวยความสะดวก และประหยัดเวลา ในระหว่างการท่องเที่ยว

5.3 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องสูญเสียไป ระหว่างการเดินทาง ตลอดจนการทำกิจกรรมใดๆ ในระยะเวลา 5 วัน

5.3.1 20,000 บาท หมายถึง จำนวนเงินมูลค่าโดยประมาณ 20,000 บาท ซึ่งต้องสูญเสียไประหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 5 วัน

5.3.2 30,000 บาท หมายถึง จำนวนเงินมูลค่าโดยประมาณ 30,000 บาท ซึ่งต้องสูญเสียไประหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 5 วัน

5.4 สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่ นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจก่อนเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

5.4.1 เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว หมายถึง บุคคลที่มีความสัมพันธ์ ใกล้ชิด มีความสนิทสนม สามารถพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ตลอดจนมีการทำกิจกรรม ต่างๆ ร่วมกัน

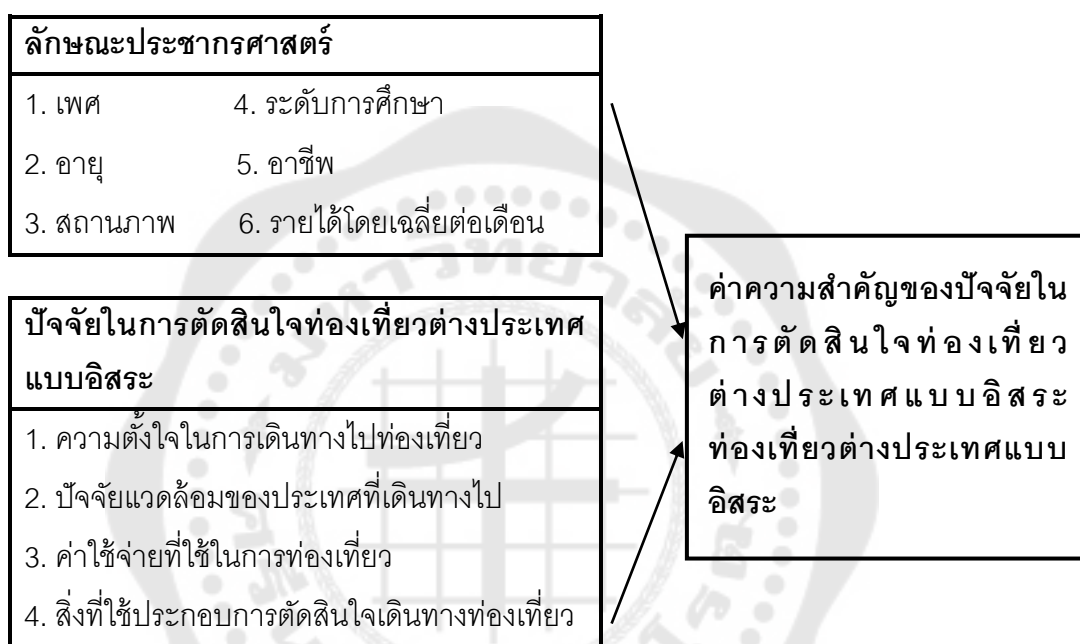
5.4.2 สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย หมายถึง ช่องทางการสื่อสารผ่าน อินเทอร์เน็ต โดยผ่านเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

5.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมทาง การตลาดที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยใช้เครื่องมือทางการตลาดรูปแบบต่างๆเพื่อ จูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด เช่น การลดราคา การให้ของแถม การแข่งขัน/ชิงโชค กิจกรรม พิเศษ การคืนเงิน เป็นต้น

6. การวิเคราะห์ร่วม หมายถึง เทคนิคการวิเคราะห์ความชอบ ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ จากสถานการณต่างๆที่ถูกกำหนดขึ้นมา ซึ่งแต่ละสถานการณจะ ประกอบด้วยทางเลือก ที่แตกต่างกันออกไป และให้นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่เป็นผู้ตอบ แบบสอบถามพิจารณาสถานการณ ที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ตอบมากที่สุด โดยใน ตัวเลือกสถานการณ จะกำหนด 0 คะแนน (คะแนนต่ำสุด) ไปจนถึง 100 คะแนน (คะแนนสูงสุด) ทั้งนี้ เมื่อเก็บข้อมูลครบแล้ว จะสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบค่าความสำคัญ ของ ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร” ประกอบด้วย ตัวแปรที่ใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัย คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ดังนี้



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

1. นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษากัน ให้มีความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

6. นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ศึกษา ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา วิเคราะห์ และอภิปรายผล ตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวาย
6. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ช่วยให้สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายได้ ส่วนลักษณะ ด้านจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยอธิบายความรู้สึกและความคิด นอกจากนี้ ข้อมูลด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์จะช่วยให้สามารถเข้าถึงและทราบบทบาทในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ซึ่งคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. เพศ เพศที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการติดต่อสื่อสารต่างกัน โดยเพศหญิงมีแนวโน้ม ความต้องการส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย รวมไปถึงเพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกัน อย่างมากในเรื่องความคิด ทศนคติ และค่านิยม ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและ กิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน
2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในด้านความคิดและพฤติกรรม โดยคนที่ยังมี อายุอ่อนโยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดี มากกว่าคนที่

อายุมาก ในขณะที่คนมีอายุน้อยมักจะมีความคิดอนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวังกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตมากกว่าคนที่อายุน้อย ในส่วนของการใช้สื่อมวลชนก็จะแตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารที่มีความจริงจังมากกว่าแค่ความบันเทิง

3. สถานภาพ อาจแบ่งออกได้เป็น คนโสด สมรส หม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ สถานภาพของบุคคลจะบ่งบอกถึงควมมีอิสระในการตัดสินใจและอิทธิพลต่อกระบวนการคิดการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร บุคคลที่สมรสย่อมมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างจากบุคคลที่ยังไม่สมรส เนื่องจากสภาพครอบครัว และอิทธิพลของบุคคลรอบข้าง

4. ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะคิด และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในด้านการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะมีความรู้กว้างขวาง เข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายนัก ถ้าไม่มีเหตุผล หลักฐาน หรือข้อพิสูจน์ที่เพียงพอ นอกจากนี้ ระดับการศึกษาทำให้ คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ อย่างกว้างขวางลึกซึ้ง แตกต่างกันอย่างออกป

5. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ และรายได้ มีอิทธิพลอย่างสำคัญ เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

ศุภลักษณ์ อัครากร (2551) ได้กล่าวถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว โดยจำแนก ตามลักษณะของเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งแต่ละปัจจัยส่งผลถึงพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว ดังนี้

1. เพศ โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวเพศชาย เป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่า นักท่องเที่ยวหญิง ซึ่งสามารถเดินทางได้ตามลำพัง หรือเดินทางเป็นกลุ่ม และสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลายมากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงจะมีความคล่องตัวน้อยกว่า และมักเดินทางกับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย และสามารถเดินทางได้สะดวก

2. อายุ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความสามารถในการเดินทางต่างกัน

3. สถานภาพ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีโอกาสที่จะเดินทางได้บ่อยครั้งกว่า นักท่องเที่ยว ที่สมรสแล้ว เนื่องจากไม่มาภาระผูกพัน และสามารถตัดสินใจได้โดยลำพัง

4. ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับอาชีพและรายได้ เป็นตัวชี้วัดคุณภาพของ นักท่องเที่ยว ซึ่งด้วยสมมติฐานที่ว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูง มักเป็นผู้มีวิถีความคิดและคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า เช่น มีความเข้าใจในสังคมและวัฒนธรรม มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ เป็นต้น

5. อาชีพ นักท่องเที่ยวที่มีหน้าที่การงานแตกต่างกัน ย่อมมีโอกาสในการเดินทางแตกต่างกัน

6. รายได้ เป็นสิ่งที่บ่งบอกความสามารถในการเดินทางของตัวบุคคล

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งที่บ่งบอกความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาในปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ความหมาย

McGrew and Wilson (1982) ให้คำจำกัดความของคำว่า การตัดสินใจว่า หมายถึง การเลือกจาก ทางเลือกหรือตัวเลือกที่มีอยู่ (An act of Choice between Alternatives) แต่การตัดสินใจเป็นกระบวนการ ไม่ใช่เป็นการกระทำที่คงที่ไม่เปลี่ยนแปลง กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยรอบข้าง ในภาวะที่ผู้บริโภคกำลังอยู่ในขั้นตอนของการตัดสินใจ

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540) กล่าวว่า การตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการ หมายถึง การเลือก ปฏิบัติหรืองดเว้นปฏิบัติ หรือการเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดทางใดทางหนึ่ง จากทางเลือกหลายๆทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ หรือการซึ่งใจไตร่ตรอง และตัดสินใจเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดทางใดทางหนึ่งจากหลายๆทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2543) กล่าวว่า ใจว่า การตัดสินใจ เป็นการกระทำอย่างรอบคอบในการเลือกทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว โดยวัตถุประสงค์ เพื่อให้สามารถบรรลุ เป้าหมายตามที่ตั้งไว้ ซึ่งจากความหมายของการตัดสินใจ สามารถแบ่งแนวคิดได้ 3 แบบ ได้แก่

1) การตัดสินใจ รวมไปถึงการเลือก ทั้งนี้การตัดสินใจย่อมเป็นไปได้ ถ้าหากมีสิ่งเลือกเพื่อสิ่งเดียว

2) การตัดสินใจ เป็นกระบวนการด้านความคิดที่จะต้องใช้ความ สุขุม ละเอียดรอบคอบ เพราะอารมณ์ และองค์ประกอบของจิตได้สำนึก มีอิทธิพลต่อกระบวนการความคิดนั้น

3) การตัดสินใจ เป็นเรื่องของการกระทำที่มีจุดหมาย เพียงให้ได้ผลลัพธ์ และความ สำเร็จ ที่ต้องการและหวังไว้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

1) ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

การรับรู้ คือ กระบวนการที่บุคคลใช้เพื่อสร้างความเข้าใจถึงสิ่งต่างๆ รอบตัวของผู้บริโภค โดยการเลือก การจัดแจง และการแปลความหมายจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสิ่งแวดล้อม

แรงจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันที่เกิดจากภายในหรือภายนอกตัวบุคคล ซึ่งสร้างความกระตือรือร้น และไม่ย่อท้อต่อการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ทัศนคติ เป็นความรู้สึก และการแสดงออกต่อสิ่งต่างๆ ได้แก่ สิ่งของ บุคคล เหตุการณ์ ในลักษณะของการชื่นชม หรือไม่ชื่นชม ทัศนคติเป็นผลของความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดอย่างแรงกล้า และด้วยความเชื่อมั่น

บุคลิกภาพ หมายถึง คุณลักษณะทางจิตวิทยาภายในตัวของบุคคล ซึ่งเป็นตัวกำหนด และสะท้อน เห็นว่า บุคคลสนองตอบต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวเขาอย่างไร

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม อันเนื่องมาจากประสบการณ์ในอดีต ดังนั้น การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหาความรู้ ในความทรงจำถาวรของมนุษย์ และเป็นผลมาจาก กระบวนการประมวลข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงในความทรงจำ การเปลี่ยนแปลง ดังกล่าวจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของมนุษย์

2) ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึง กลุ่มซึ่งทำหน้าที่เป็นกรอบในการอ้างอิง หรือเป็นแนวทาง ให้แก่บุคคลในการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการใดๆ

ครอบครัว หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งอาศัยอยู่ด้วยกันและมีความเกี่ยวพันกัน โดยสายเลือด หรือการแต่งงานระหว่างชายหญิง หรือการรับเด็กมาเป็นบุตรบุญธรรม

ชั้นทางสังคม หมายถึง การแบ่งบุคคลในสังคมออกตามลำดับชั้น ให้เห็นได้อย่างชัดเจน โดยสมาชิกของชั้นทางสังคมใดๆ จะมีสถานภาพทางสังคมเดียวกัน ขณะที่บุคคลที่เป็นสมาชิก ของชั้นทางสังคมอื่น จะมีสถานภาพทางสังคมที่สูงหรือต่ำกว่า

วัฒนธรรม ในมุมมองของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ผลรวมของความเชื่อ ค่านิยมบรรทัดฐานที่ เกิดจากการเรียนรู้ซึ่งทำหน้าที่ในการกำหนดพฤติกรรมมาริโภคของสมาชิกในสังคมหนึ่ง

กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป หรือเป็นการ “บริโภค” (Consume) สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) (Need Recognition)
- 2) การค้นหาข้อมูล (Information Search)
- 3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives)
- 4) การตัดสินใจซื้อ (Decision-Making of Purchase)
- 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behaviour)

มนุษย์ไม่สามารถเกิดพฤติกรรมการตัดสินใจสิ่งใดได้โดยไม่ผ่านกระบวนการก่อนหน้า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีตัวแปรหลากหลายที่มีอิทธิพลก่อนจะนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของความต้องการ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล, 2550)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมาย

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทาง จะประกอบไปด้วย ปัจจัย 3 ประการ คือ การเดินทาง การพักผ่อน และการกินอาหารนอกร้าน โดยสหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวตามหลักสากลที่มีเงื่อนไข ดังต่อไปนี้ Goeldner and Ritchie (2006) อ้างถึงใน นิศา ชัชกุล (2550)

1. ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
2. ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
3. ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อหารายได้หรือประกอบอาชีพ

Lawson and Baud-bovy (1977) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้องโดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว (เจริญญา เจริญสุกใส และ สุวัฒน์ จุฑาภรณ์, 2554)

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตในปัจจุบัน โดยปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการ ในการท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542) ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

การมีรายได้ และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาชีพ และการมีเวลาว่าง เพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางด้านการขนส่ง การสื่อสาร การแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคปัจจุบัน ทรัพยากร การท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย ตลอดจนสื่อมวลชน

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันออกไป ดังที่ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1. เงินหรือค่าใช้จ่าย เป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้ต้องการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก เพราะการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะใกล้หรือไกล จำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการ สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกและการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละคน ย่อมมีสถานภาพทางการประกอบ อาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจต้องรอเวลา ช่วงปิดเทอมภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาในช่วงชีวิตหลังจากเกษียณอายุเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้ เกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง เห็นได้ว่า การมีเงิน และเวลา จะไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ หากขาดความตั้งใจที่จะไปของแต่ละบุคคล ที่มีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งแตกต่างกัน การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีและเห็นคุณค่า ของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทาง การเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและภาพพจน์ของการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว ของแต่ละบุคคลเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543) ได้กล่าวถึง สาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว คือ

1. ความเครียดในการทำงาน จากการทำงานที่เคร่งเครียดตลอดเวลา จะต้องใช้กำลังกาย หรือกำลังความคิดเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้เอง ร่างกายจึงต้องการพักผ่อนเพื่อให้การทำงานในช่วงต่อไปดียิ่งขึ้น การหยุดงานในช่วงสุดสัปดาห์ การหยุดพักร้อนของข้าราชการและคนทำงานทั่วไป กิจกรรมการพักผ่อนของประชากรเหล่านั้นที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ การเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวจะใกล้หรือไกล ขึ้นอยู่กับระยะเวลาและศักยภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล

2. รายได้ของประชากรดีขึ้น จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและสภาพของสังคม ที่เปลี่ยนไป ทำให้คนมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และประดิษฐ์คิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ขึ้นมา ซึ่งทำให้ประชากรมีงานทำ มีรายได้ เพิ่มขึ้น และมีเวลาว่างเหลือเพียงพอสำหรับการพักผ่อน การที่ฐานะทางเศรษฐกิจของประชากรดีขึ้น ส่งผลให้ประชากรเกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยัง สถานที่ต่างๆ เพื่อเป็นการพักผ่อน และหาความรู้เพิ่มเติมให้แก่ตนเอง เช่น การเยี่ยมชมปราสาทหินพิมาย การไปชมงานเทศกาลประจำปีของจังหวัดใกล้เคียง เพราะค่าใช้จ่ายถูก การเดินทางสะดวก ปลอดภัย ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย แต่สิ่งที่ได้รับ คือ ความรู้ ความพึงพอใจ ความรัก ความอบอุ่นใน ครอบครัวอันคุ้มค้ำกับเงินที่เสียไป เป็นต้น

3. ความสะดวกด้านการคมนาคม การคมนาคมนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิด การท่องเที่ยว ในปัจจุบันการไปมาติดต่อกันระหว่างสถานที่ต่างๆ ทำได้สะดวกรวดเร็ว มีการตัดถนน หรือเส้นทาง ผ่านเข้าไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้น การไปท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ จึงเสียค่าใช้จ่ายและ เวลาไม่มากนัก ทำให้เกิดแรงจูงใจ ทำให้คนอยากไปท่องเที่ยว

4. มีเวลาว่าง เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต มีประสิทธิภาพ และมีการนำเครื่องมือและเครื่องจักรชนิดต่างๆ มาใช้ทำงานแทนแรงงานคน ทำให้การผลิตสินค้ากระทำได้อย่างรวดเร็ว อันเป็นสาเหตุอย่างหนึ่งให้คนมีเวลาว่างมากขึ้น ที่จะไปใช้ แสวงหาความสุขทางด้านการท่องเที่ยวและอื่นๆ ได้ตามโอกาสและสภาพทางเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวย

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การที่ประชากรมีความเคร่งเครียดจากการทำงานที่เพิ่มมากขึ้น มีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น เนื่องจากมีรายได้ที่สูงขึ้น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอย่างพอเพียง เช่น การคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร ไฟฟ้า ที่พักร้านอาหาร ฯลฯ ตลอดจน การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ แหล่งข้อมูล และสถานที่ท่องเที่ยวให้ทันสมัย สามารถเอื้ออำนวย การท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้น การที่ประชากรเพิ่มขึ้น ยังเป็นส่วนช่วยผลักดันให้ประชากรแสวงหาทางออก เพื่อเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดอีกด้วย การสร้างทัศนคติ และพัฒนา ค่านิยมการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ และความบันเทิงจากมรดก ทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า หรือ ภูมิปัญญาของมนุษย์แต่ละท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การสร้างคุณค่าให้กับความเป็นมนุษย์ และความพึงพอใจให้ตนเอง กลุ่มของตนเอง ทั้งหมดที่กล่าวมาถือได้ว่าเป็นสาเหตุสำคัญของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2550) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนอง สิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายใน จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม ภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้น มีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆพฤติกรรม จะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่า ตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่ สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ดั้งเดิม
2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผา ต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง
4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพัก รับประทานอาหารกลางวัน
5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรือ อาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้ เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่า ในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้ สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยว ไม่สามารถ บรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุ เป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มา ตอบสนองความต้องการ หรือ อาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดีย ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวัง เพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัย

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคล ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

ประเภทของนักท่องเที่ยว

การจัดประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้

1. ตามการจัดการเดินทาง

ก. Mass Tourists คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก มีการเดินทางท่องเที่ยวในรายการเดียวกัน พักโรงแรมในระดับเดียวกัน รับประทานอาหารและทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ในแบบเดียวกัน

ข. Eco Tourists คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ที่มุ่งรักษาสภาพแวดล้อม ของระบบนิเวศน์

2. ตามจำนวนมากน้อยของนักท่องเที่ยว

ก. Group Tour หรือ Escort Tour คือ เป็นกลุ่ม

ข. Independent Tour คือ เป็นส่วนบุคคล

3. ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้ 8 ประการ คือ

ก. Holiday-Mass Popular Individual คือ การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด

ข. Culture Religion คือ การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมต่างๆ เช่น การศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ ดนตรี ละคร การนมัสการศูนยศาสนา เป็นต้น

ค. Educational คือ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัยการศึกษา สอนหนังสือ ฝึกอบรม หรือดูงานต่างประเทศ ซึ่งจะต้องพำนักอยู่สถานที่นั้นๆเป็นเวลานาน

ง. Sport and Recreation คือ การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและบันเทิง เป็นการเดินทางไปชม หรือ ร่วมแข่งขันกีฬา หรือ นันทนาการต่างๆ

จ. Historical and Special Interests คือ การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ

ฉ. Hobbies คือ การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก เป็นการท่องเที่ยวเพื่อทำงานอดิเรก เช่น การวาดภาพ การเขียนนวนิยาย เป็นต้น

ช. Visiting Friend and Relative คือ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร

ซ. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจากทำธุรกิจเสร็จสิ้นแล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

4. ตามวิธีการเดินทาง

ก. Package Tour (แบบเหมาจ่าย)

ข. Inclusive Tour (แบบเบ็ดเสร็จ)

ค. Incentive Tour (แบบเป็นรางวัล)

ง. Charter Tour (แบบเช่าเหมาลำ)

5. ตามอายุ

6. ตามเพศ

7. ตามฐานะทางสังคม

8. ตามประสบการณ์และบทบาท

ก. The Organized Mass Tourists (นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่ม)

ข. The Individual Mass Tourists (นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มอิสระ)

ค. The Explorer (นักสำรวจ)

ง. The Drifter (นักท่องเที่ยวแบบสมถะ)

Perreault, Dorden, & Dorden (1979) อ้างถึงใน นิรันดร ทัพไชย (2545) ได้เสนอ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 4 แบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้อาจปานกลาง แต่แสวงหาการท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ
2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบใน กิจกรรมท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้น แต่มีรายได้อ่อนข้าน้อย
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทาง โดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมาก ชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลา

Cohen (1979) ได้เสนอพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่หาแนวทางเพื่อลี้ภัยจากความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไป
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัด คือ ชอบติดต่อกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวาย

เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2540 เป็นกลุ่มคนที่เติบโต พร้อมกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี เป็นวัยกำลังเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน

Miller and Washington (2008) ได้ให้คำจำกัดความของเจนเนอเรชันวายว่า คือ กลุ่มคนที่เกิดในพ.ศ.2524-2543 ส่วน Reynolds (2005) อธิบายว่า เป็นกลุ่มคนที่เกิด ระหว่าง พ.ศ.2521-2538 ทั้งนี้ การแบ่งกลุ่มประชากรตามช่วงของอายุ เป็นเกณฑ์ที่ได้รับความนิยมสำหรับ

นักวิชาการอเมริกัน แต่ในเวลาต่อมา การแบ่งเกณฑ์ในรูปแบบนี้ ก็ได้แพร่หลายไปทั่วโลก รวมไปถึงสำหรับประเทศไทย ด้วยเช่นกัน (พสุ เดชะรินทร์, 2551) โดยสรุป เจนเนอเรชันวาย คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2523-2540 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการเจริญเติบโตก้าวหน้าทางวิทยาการต่างๆ อย่างชัดเจน มีการคิดค้นประดิษฐ์ อุปกรณ์เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากมาย มีสื่อหลากหลายรูปแบบเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน โดยส่วนใหญ่เจนเนอเรชันวาย เป็นคนรุ่นลูก ของเบบี้บูมเมอร์ และเป็นลูกพี่ลูกน้องของเจนเนอเรชันเอ็กซ์นั่นเอง

เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) บางครั้งถูกเรียกว่า มิลเลนเนียล (Millennial), ไอ เจเนอเรชัน (I Generation), นินเทนโด เจเนอเรชัน (Nintendo Generation) หรือ เน็ตติซัน (Netizens) เป็นต้น (Wetsels, 2008) ซึ่งชื่อส่วนใหญ่ มีที่มาจากลักษณะและรูปแบบการใช้สื่อ รูปแบบใหม่สำหรับคนกลุ่มนี้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ศรีภักฎญา มงคลศิริ (2548) กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคที่เกิดในช่วงอายุนี้ มักจะมีชื่อที่เรียก ที่แตกต่างหลากหลายกันออกไปหลายชื่อ อาทิ The Net Generation, N-Gen, Generation next, IM Generation, Generation 2000, The Sunshine Generation, The Bittersweet Generation, The Hip-Hop Generation, The Digital Generation, The Explorers, The Generation.com, E-Generation, Little X-Eers, Generation I (Internet), The Little Boomers, The Boomlet, Echo Boomer, Echo Generation, Generation Can-Do, Generation Why?, The Y-Inistas, The Bridgers, The Thatcher's Children และอื่นๆ แต่โดยมาก นักสังคมวิทยามักเรียกคนกลุ่มนี้ว่า เจนเนอเรชัน วาย เนื่องจาก การมีพฤติกรรมโดดเด่น คือ การช่างสงสัยในทุกสิ่งนั่นเอง

ด้านลักษณะเฉพาะของเจนเนอเรชันยานี้ (Yarrow & Donnell, 2010) ได้กล่าวไว้ว่า เนื่องจากเจนเนอเรชันวาย เกิดในยุคที่อินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างสูง ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆ เรียกได้ว่า คนกลุ่มนี้อาศัยอยู่ในโลกของดิจิทัล (Digital World) ทำให้เจนเนอเรชันวาย มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งแตกต่างจาก เจนเนอเรชันอื่นๆ ซึ่งมีลักษณะเด่น 4 ประการ ได้แก่

1. มีความมั่นใจในตัวเองสูง
2. ต้องการความรวดเร็ว
3. มุ่งเน้นความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม
4. มักประเมินทางเลือกต่างๆ อย่างรอบคอบ

สอดคล้องกับ Herbison and Boseman (2009) ที่ได้กล่าวว่า เจนเนอเรชันวาย มีความทะเยอทะยาน และเป็นตัวของตัวเองสูง เพราะเติบโตมาท่ามกลางการแข่งขันทางเศรษฐกิจและทางการศึกษา นอกจากนี้ ยังเป็นกลุ่มคนที่ต้องการพูดคุยสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการ

พูดคุยกับเพื่อน เนื่องจาก เป็นกลุ่มคน ในวัยเดียวกัน โดยใช้การพูดคุยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือใช้เทคโนโลยีอย่างเว็บไซต์ ตลอดจน การใช้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ เพื่อทำการส่งข้อความต่างๆถึงกัน จะเห็นได้ว่า กลุ่มคนดังกล่าว เป็นกลุ่มคน ที่เปิดรับ มีความชื่นชอบในเทคโนโลยีต่างๆ เพราะเจนเนอเรชั่นวาย เป็นรุ่นลูกของ กลุ่มเบบี้ บูมเมอร์ จึงทำให้มีความเป็นวัตถุนิยม (Materialism) ที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ เพราะเป็นกลุ่มคนที่เติบโตมา พร้อมกับวิวัฒนาการของคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี รวมไปถึงอินเทอร์เน็ต จึงมีส่วนทำให้เจนเนอเรชั่นวาย มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันทั่วโลก (Stock, 2008)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจกับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เนื่องจากเป็นกลุ่มคน ที่เติบโตมาในยุคของเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ต่างๆ เป็นกลุ่มคนที่เพิ่งเข้าสู่วัยทำงาน มีความกระตือรือร้น มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบการถูกบังคับ มีพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่าน อินเทอร์เน็ตในเครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือ คอมพิวเตอร์เป็นหลัก ไม่นิยมรับสื่อผ่านสื่อหลัก (Mass Media) อย่างเช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

ความหมาย

แนวคิดพื้นฐานของการวิเคราะห์ Conjoint มาจากทฤษฎีอุปสงค์ที่ว่า อรรถประโยชน์ จากการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคไม่ได้มาจากตัวสินค้าโดยตรง แต่มาจากความพึงพอใจในคุณลักษณะต่างๆ ของตัวสินค้า ทฤษฎีดังกล่าว สมมติว่า ผลิตภณท์ใดผลิตภณท์หนึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะที่หลากหลาย และพฤติกรรมทางเลือกของผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจและตอบสนองกับผลิตภณท์นั้นในลักษณะ โดยรวม ของผลิตภณท์ ทฤษฎีอรรถประโยชน์พื้นฐานกล่าวว่า สินค้า หรือกลุ่มสินค้าและบริการ จะถูกประเมินตาม อรรถประโยชน์ทางอ้อม โดยคุณค่าที่ได้จะกำหนดจากคุณลักษณะสินค้าและบริการ ที่ผู้บริโภคได้รับรู้ (Lancaster, 1971)

ทั้งนี้ กระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นประเด็นหลักในการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค วิธีการ วิเคราะห์ความพึงพอใจผู้บริโภคและพฤติกรรมทางเลือกที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่ ประกอบไปด้วยคุณลักษณะที่หลากหลายตามแนวคิดทางทฤษฎีของ Lancaster นั้น Green and Srinivasan (1978) ได้เสนอ 2 วิธีการหลักในการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของบุคคล คือ แบบจำลองแบบทดแทน (Compensatory Model) และแบบจำลองไม่ทดแทน (Non-Compensatory Model)

การวิเคราะห์ Conjoint สามารถอธิบายถึงคุณลักษณะของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการ (Hauser & Rao, 2002) ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจในคุณลักษณะต่างๆ ที่มี

ความหลากหลายในสินค้า และสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ พบว่า มีการศึกษาในสินค้า เช่น อาหาร คอมพิวเตอร์ บัตรเครดิต และการท่องเที่ยว เป็นต้น (Gabrielle, Hellie, & Woo, 2003)

ขั้นตอนการวิเคราะห์แบบ Conjoint Analysis

ขั้นตอนการวิเคราะห์แบบ Conjoint จะขึ้นอยู่กับผู้วิจัย ซึ่งจะเป็นผู้กำหนดรายละเอียดต่างๆ ในการศึกษา ทั้งนี้ Bajaj (2003) ได้อธิบาย 6 ขั้นตอนที่สำคัญ สามารถนำมาประยุกต์ได้ ดังต่อไปนี้

- ขั้นที่ 1 การเลือกคุณลักษณะ และระดับคุณลักษณะที่จะใช้ในการศึกษา
- ขั้นที่ 2 สร้างชุดคุณลักษณะที่มีความเป็นไปได้
- ขั้นที่ 3 ออกแบบการเก็บรวบรวมข้อมูล
- ขั้นที่ 4 เลือกใช้วิธีการวัดความพึงพอใจต่อชุดคุณลักษณะ ซึ่งมีวิธีวัดความพึงพอใจ 2 รูปแบบ คือ การให้คะแนนความพึงพอใจ (Rating) และการเรียงลำดับความสำคัญ (Ranking)
- ขั้นที่ 5 เลือกแบบจำลองความพึงพอใจที่เหมาะสมกับรูปแบบการศึกษา
- ขั้นที่ 6 เลือกใช้วิธีประมาณค่าความพึงพอใจของระดับคุณลักษณะ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับชนิดของข้อมูล ที่ผู้ศึกษาเลือกใช้ในการประมาณค่าอรรถประโยชน์ให้กับคุณลักษณะ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นริศ มัจฉริยกุล (2559) ได้ศึกษางานวิจัยในหัวข้อ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แบบอิสระบนเกาะใต้หัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย” พบว่า ความต้องการไปพักผ่อน ต้องการหา ประสบการณ์ใหม่ๆ และต้องการความสนุกสนาน เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบอิสระ บนเกาะใต้หัวของนักท่องเที่ยว ชาวไทย รวมไปถึง กลุ่มอ้างอิง ได้แก่ เพื่อน เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ค่าครองชีพที่มีราคาถูก การเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะที่สะดวกสบาย การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ตลอดจนความเป็น ระเบียบของบ้านเมือง และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ ล้วนเป็นปัจจัย ที่ช่วยสนับสนุน ให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบอิสระมากขึ้น จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวที่ต้องการ เดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระยังคงต้องการความสะดวกสบาย ในการท่องเที่ยว แม้ว่าจะไม่ใช้บริการ บริษัทนำเที่ยวก็ตาม ทั้งนี้ หากเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จะส่งผลต่อการแนะนำ แบบปากต่อปาก รวมไปถึงมีโอกาสที่จะกลับไปท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต

ธัญชนก แวแวก (2557) ได้ศึกษางานวิจัยในหัวข้อ "พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น" พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี และ 31-40 ปีตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีผู้เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นร้อยละ 50.75 และประเทศเกาหลีใต้ร้อยละ 49.25 ใช้เวลาเดินทางระยะสั้นน้อยกว่า 5 วัน และเดินทางระยะยาวมากกว่า 16 วัน วัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ และเพื่อเดินทางท่องเที่ยวหรือจับจ่ายซื้อของ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้ง 20,000-30,000 บาท โดยส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต การพูดคุยกับเพื่อน ตลอดจนรับข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว และการเข้าร่วมงานมหกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางส่วนใหญ่จะเดินทางร่วมกับเพื่อน ทั้งนี้รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระ เพราะมีอุปสรรคด้านการใช้ภาษา และขาดความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามถึงแม้จะมีอุปสรรคแต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังตั้งใจที่จะกลับไปเที่ยวในอนาคตแน่นอน

มิญญา โอบลอด (2557) ได้ศึกษางานวิจัยในหัวข้อ "พฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย" พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีสถานภาพโสด และมีภูมิลำเนาภาคกลาง นอกจากนี้ พบว่าส่วนใหญ่จะใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ในวันหยุดนักขัตฤกษ์

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า สายการบินไทยแอร์เอเชีย เป็นสายการบินที่มีราคาตั๋วท่องเที่ยวราคาถูก ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย เป็นกลุ่มลูกค้าเจนเอเรชั่นวาย และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ซึ่งสะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มลูกค้าที่ ทำงานรับราชการหรือทำงานบริษัท ซึ่งมีข้อจำกัดในเรื่องวันหยุดงาน รวมไปถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่สัมพันธ์กับราคาตั๋วเครื่องบินของสายการบินไทยแอร์เอเชียที่มีราคาถูก อยู่ในระดับราคาที่นักท่องเที่ยวมีกำลังจ่ายได้ และเป็นสายการบินที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย นอกจากนี้ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จึงไม่มีภาระผูกพันที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว รวมไปถึง ส่วนใหญ่เลือกเดินทางในวันหยุดนักขัตฤกษ์ เนื่องจากสะดวกต่อการเดินทางในระยะเวลาหลายวันได้ โดยไม่มีผลกระทบกับภาระหน้าที่การงานในปัจจุบัน

เบญจวรรณ บุญพรหม (2553) ได้ศึกษางานวิจัยในหัวข้อ "พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มีรายได้สูงในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า ส่วนใหญ่เป็น

เพศหญิง มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนต่อเดือน 50,000-70,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางไปต่างประเทศด้วยตนเอง ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวประมาณ 6 วันต่อครั้ง วัตถุประสงค์ของการเดินทาง คือ เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยประเทศที่นิยมเดินทางที่สุด ได้แก่ ฮองกง ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่จะพิจารณาจาก ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่นิยมทำ ได้แก่ การชมวิถีชีวิตตามสถานที่ต่างๆ

เมธยา แสนใจยา (2552) ได้ศึกษางานวิจัยในหัวข้อ “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย” พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง อายุ 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีเหตุผลของการเดินทาง คือ ไปเพื่อการพักผ่อน และไปกับครอบครัว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งประมาณ 5 วัน และนิยมท่องเที่ยวในทวีปเอเชีย เหตุผลส่วนใหญ่ในการเลือกประเทศที่จะไป คือ ดูความสะดวกในการเดินทาง ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ จะค้นหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง“การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร”ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 2.1 การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group)
 - 2.2 การวิเคราะห์ร่วม (Conjoint Analysis)
 - 2.2.1 การกำหนดปัจจัย (Attributes) และระดับ (Levels)
 - 2.2.2 การสร้างสถานการณ์จำลอง (Scenario)
 - 2.2.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย (แบบสอบถาม)
 - 2.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง
 - 2.2.5 การคำนวณค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance)
 - 2.2.6 การนำค่าอรรถประโยชน์ และค่าความสำคัญไปใช้เพื่อทดสอบสมมติฐาน
3. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ซึ่งไม่ทราบไม่จำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างแบบสัมภาษณ์กลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ เพื่อทำการสัมภาษณ์แบบกลุ่มย่อย (Focus group) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured or Guided interviews) จำนวน 4 กลุ่ม

กลุ่มละ 7 คน (การจัดการ กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Greenbaum et al., 2000) โดยเลือกกลุ่ม สัมภาษณ์ตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งใช้หลักเกณฑ์การแบ่งรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ได้แก่ 1. 15,000-25,000 บาท 2. 25,001-35,000 บาท 3. 35,001-45,000 บาท 4. 45,001 บาทขึ้นไป ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 กำหนดคำถามหรือคำสำคัญ (Keyword) เพื่อให้ครอบคลุมประเด็น ต่างๆในการสัมภาษณ์กลุ่มครั้งนี้ ได้แก่

1.1.1 เหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

1.1.2 จำนวนวันเดินทางท่องเที่ยว

1.1.3 ประเภทที่พักระหว่างเดินทางท่องเที่ยว

1.1.4 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

1.1.5 ความตั้งใจที่จะไปหรือวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

1.1.6 สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

1.1.7 ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป

1.1.8 กิจกรรมที่ทำระหว่างเดินทางท่องเที่ยว

1.1.9 บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

1.2 ดำเนินการสนทนา โดยเน้นการเปิดโอกาสให้สมาชิกผู้มีส่วนร่วมทุกคน ได้มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในกลุ่มทั้งโดยวาจาและโดยภาษาท่าทาง

1.3 มีวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ดำเนินการอภิปรายกับกลุ่มตัวอย่างให้ สามารถเป็นไปอย่างธรรมชาติ เพื่อให้บรรยากาศไม่ตึงเครียด ทำให้กลุ่มตัวอย่างจะสามารถ ถ่ายทอดความคิดออกมาได้อย่างไม่มีอคติ

1.4 ลักษณะของการซักถาม จะเป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะ สามารถตอบและบอกถึง เหตุผลของคำตอบนั้นๆได้ รวมถึงคำถามจะสามารถเพิ่มเติมได้ ขึ้นอยู่ กับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

1.5 ผู้ดำเนินการอภิปรายทำการสรุปผลการสัมภาษณ์ของแต่ละกลุ่มเพื่อให้ ได้ปัจจัยหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเองของแต่ละกลุ่ม และนำปัจจัยรวมไป ถึงระดับในแต่ละปัจจัยที่ได้เพื่อไปสร้างสถานการณ์จำลองในแบบสอบถามต่อไป

2. กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวเงินเนอเรนัวในเขต กรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเองที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของ

กลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้สูตรไม่ทราบค่าประชากรที่แน่นอนของ Cochran (1977) อ้างถึงใน ชีระวุฒิ เอกะกุล (2543) โดยใช้สูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีค่าทางสถิติเท่ากับ ± 1.96

e^2 แทน ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ เท่ากับ 0.07
สามารถแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.07)^2}$$

ผู้วิจัยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ เท่ากับ 0.07 ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 196 ตัวอย่าง และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 4 ตัวอย่าง รวม 200 ตัวอย่าง เนื่องจาก อัจฉรวรรณ งามญาณ (2554) ได้กล่าวไว้ว่า ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารครั้งนี้ควรเลือกตัวอย่างประมาณ 200 ตัวอย่างเป็นอย่างน้อย ผู้วิจัยจึงสามารถหาค่าที่แท้จริงของค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างได้ โดยให้การสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยจะเลือกเก็บข้อมูล จากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยจะเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระตามสถานที่ เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างครบ 200 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ดังนั้นจึงได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ผู้วิจัยเลือกจาก 2 วิธี คือ

1. กลุ่มตัวอย่างแบบสัมภาษณ์กลุ่ม เลือกตัวอย่างจากวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) เพื่อทำการสัมภาษณ์แบบกลุ่มย่อย (Focus group) จำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 7 คน การจัดกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Greenbaum et al., 2000) โดยเลือกกลุ่มสัมภาษณ์ตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งใช้หลักเกณฑ์การแบ่งรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนจากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ได้แก่ 1. 15,000-25,000 บาท 2. 25,001-35,000 บาท 3. 35,001-45,000 บาท 4. 45,001 บาทขึ้นไป

2. กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม เลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Random Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรเงินเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 ราย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง เทคนิคการวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเงินเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษา คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดังนี้

1. การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) เป็นการซักถามข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured or Guided interviews)

วัตนะ บัวสนธ์ (2551) ให้ความหมายว่า การสนทนากลุ่ม (Focus Group) หมายถึง การให้บุคคลกลุ่มหนึ่งที่นักวิจัยคัดเลือกมา สนทนาได้ตอบ แสดงความรู้สึกนึกคิดซึ่งกันและกันในประเด็นต่าง ๆ ที่นักวิจัยกำหนดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การสนทนากลุ่มจัดเป็นการรวบรวมข้อมูล ที่เป็นการผสมเทคนิควิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) และการสัมภาษณ์รายบุคคล (individual interview) กล่าวคือ นักวิจัยสามารถที่จะทำการสังเกตพฤติกรรมอากัปกริยาของบุคคลในกลุ่มสนทนาได้ และในขณะเดียวกัน นักวิจัยก็อาจจะทำการซักถามบุคคลใดบุคคลหนึ่งในประเด็นใด ๆ ที่สงสัยก็ได้

วิธีการนี้ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของเงินเนอเรชั่นวาย โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 7 คน (การจัดกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Greenbaum et al., 2000) โดยเลือกกลุ่ม สัมภาษณ์ตามระดับรายได้

ได้แก่ 1. 15,000-25,000 บาท 2. 25,001-35,000 บาท 3. 35,001-45,000 บาท 4. 45,001 บาทขึ้นไป จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อนำมาออกแบบแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1 นัดหมายกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมทำการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนิน การอภิปราย (Moderator)

1.2 ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่ม ชักถามและรับฟังความคิดเห็นส่วนตัวของแต่ละ ราย ซึ่งมีการบันทึกเสียงพร้อมกับจดบันทึกข้อมูลที่สำคัญ โดยผู้วิจัยจะนำปัจจัย (Attribute) และระดับ (Levels) ที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มนี้ไปใช้ในการสร้างสถานการณ์จำลองในแบบสอบถามต่อไป

2. การวิเคราะห์พร้อม (Conjoint Analysis) เทคนิคการวิเคราะห์พร้อม (Conjoint Analysis) (Moskowitz, Moskowitz, Beckley, & Lopetcharat, 2012) เป็นการนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาทางด้านการตลาด โดยให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าในสินค้าและบริการที่มีคุณลักษณะ (Attributes) ที่กำหนดอย่างเด่นชัด หรือมีระดับ (Level) ของคุณลักษณะที่มีค่าเป็นตัวเลขที่แน่นอน โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การกำหนดปัจจัย (Attributes) และระดับ (Level) เมื่อได้บทสรุปจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group) ผู้วิจัยจะทำการกำหนดปัจจัย (Attributes) ที่เป็นแรงจูงใจสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร และทำการกำหนดระดับของปัจจัยนั้นๆ

2.2 การสร้างสถานการณ์จำลอง (Scenario) เป็นการสร้างสถานการณ์จำลองให้เกิดขึ้น โดยใช้ปัจจัย (Attributes) และระดับ (Level) ที่ได้ นำเข้ามาสร้างโปรแกรม SPSS จากนั้นระบบจะทำการสุ่มสถานการณ์จำลองที่เหมาะสม โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้กำหนดตัวเลขสถานการณ์จำลองที่จะให้เกิดขึ้น

2.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสัมภาษณ์กลุ่ม)

2.3.1 แบบบันทึก (Field Note) หรือแบบจดบันทึก ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะจะช่วยจดบันทึก ป้องกันการหลงลืม โดยใช้สำหรับบันทึกเพื่อรวบรวมข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์กลุ่ม

2.3.2 เครื่องบันทึกเสียง เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกเสียงระหว่างทำการสัมภาษณ์กลุ่ม แล้วนำมาถอดเสียงออกเป็นลายลักษณ์อักษร หลังจากนั้น จึงนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อสร้างแบบสอบถาม

2.3.3 แบบสัมภาษณ์ (Interview) การสัมภาษณ์ครั้งนี้ใช้แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured or Guided interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่เคร่งครัดในการตั้งคำถาม แต่ผู้วิจัยจะมีการตั้งคำถาม และคำสำคัญหลักเอาไว้ แต่ในการสัมภาษณ์ จะไม่เรียงคำถาม หรือในบางครั้งก็มีคำถามนอกเหนือจากคำถามที่ได้ตั้งไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ระหว่างการสัมภาษณ์ แต่จะไม่เกินขอบเขตความต้องการในการศึกษา แบบสัมภาษณ์นี้ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม นำมาประมวลเพื่อตั้งเป็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

2.3.4 เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาสรุป และสังเคราะห์หรือออกมาเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

กลุ่มที่ 1 ผู้ที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท: ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยกลุ่มนี้นิยมท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชีย โดยส่วนใหญ่จะไปกับเพื่อน/คนใกล้ชิด จำนวนวันท่องเที่ยวประมาณ 3-5 วัน งบประมาณในการท่องเที่ยว ประมาณ 10,000-20,000 บาท ซึ่งงบประมาณขึ้นอยู่กับประเทศที่เดินทางไป จำนวนวัน และกิจกรรมที่ทำ ส่วนใหญ่จะเลือกที่พักแบบ โฮสเทล (Hostel) หรือ Airbnb ที่ทันสมัย คมนาคมสะดวก และราคาไม่แพง (ไม่เกิน 1,xxx/คืน/คน) กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่จะเป็นการเที่ยวชมเมือง ถ่ายรูป นิยมสืบค้นข้อมูลท่องเที่ยวจาก Facebook/Fan page และสอบถามเพื่อน/คนใกล้ชิด

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท: ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยกลุ่มนี้นิยมท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชียเป็นส่วนใหญ่และโซนยุโรปในบางครั้ง โดยส่วนใหญ่ จะไปกับเพื่อน/คนใกล้ชิด จำนวนวันท่องเที่ยวประมาณ 3-6 วัน งบประมาณในการท่องเที่ยว ประมาณ 20,000-30,000 บาท ซึ่งงบประมาณขึ้นอยู่กับประเทศที่เดินทางไป จำนวนวัน และกิจกรรมที่ทำ นิยมเลือกที่พักแบบโรงแรม (Hotel) หรือ โฮสเทล (Hostel) โดยนิยมเลือกที่พักจากการคมนาคมสะดวก และอยู่ในพื้นที่ปลอดภัย กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่จะเป็นการเที่ยวชมเมือง ถ่ายรูป กิน นิยมสืบค้นข้อมูลท่องเที่ยวจาก Pantip, Facebook/Fan page

กลุ่มที่ 3 ผู้ที่มีรายได้ 35,001-45,000 บาท: ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยกลุ่มนี้นิยมท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชียและแถบยุโรป โดยส่วนใหญ่จะไปกับเพื่อน/คนใกล้ชิด /ครอบครัว จำนวนวันท่องเที่ยวประมาณ 5-7 วัน งบประมาณในการท่องเที่ยว ประมาณ 30,000-40,000 บาท เลือกที่พักแบบโรงแรม (Hotel) โฮสเทล (Hostel) และ Airbnb โดยเลือกที่พักจากระดับดาว ราคา การคมนาคมสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก ตลอดจนตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมือง และมีความปลอดภัย กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่จะเป็นการเที่ยวชมเมือง

ถ่ายรูป กิน และกิจกรรมที่เป็นที่นิยมของประเทศหรือเมืองนั้นๆ นิยมสืบค้นข้อมูลท่องเที่ยวจาก Facebook/Fan page

กลุ่มที่ 4 ผู้ที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป: ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยกลุ่มนี้นิยมท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชียและแถบยุโรปในจำนวนเท่าๆกัน โดยส่วนใหญ่จะไปกับเพื่อน/คนใกล้ชิด/ครอบครัว จำนวนวันท่องเที่ยวประมาณ 5-7 วันเป็นส่วนใหญ่ และ 7-10 วันขึ้นไปในบางครั้ง งบประมาณในการท่องเที่ยวจะใช้งบประมาณ 30,000-40,000 บาท สำหรับการเที่ยว 5-7 วัน ใช้งบประมาณ 35,000-50,000 บาท สำหรับการเที่ยว 7-10 วันขึ้นไป เลือกที่พักแบบโรงแรม (Hotel) และ Airbnb เป็นส่วนใหญ่ แต่บางครั้งก็เลือกพักแบบโฮสเทล (Hostel) ที่เพิ่งเปิดใหม่อยู่ใจกลางเมือง โดยเลือกที่พักจากที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ระดับดาว การคมนาคมสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก ราคา และมีความปลอดภัย กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่จะเป็นการเที่ยวชมเมือง ถ่ายรูป กิน และกิจกรรมที่เป็นที่นิยมของประเทศหรือเมืองนั้นๆ นิยมสืบค้นข้อมูลท่องเที่ยวจาก Facebook/Fan page/YouTube และสอบถามจากผู้ที่เคยไปแล้วในบางครั้ง

จากนั้น ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่ม มาสังเคราะห์ เพื่อให้ได้ปัจจัยและระดับความสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ดังตาราง 1

ตาราง 1 ปัจจัยและระดับความสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

ปัจจัย	ระดับ
1. ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	จ่ายซื้อของ (Shopping)
	เที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม (Sightseeing and Activity)
2. ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	มีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลาย
	ปลอดภัย การเดินทางที่สะดวกสบาย

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับ
3. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	20,000 บาท
	30,000 บาท
4. สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว
	สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย
	การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

จากตาราง 1 จะเห็นได้ว่า มีสถานการณ์ทั้งหมด 36 สถานการณ์ ($2 \times 3 \times 2 \times 3$) ที่เป็นไปได้ในการสร้าง สถานการณ์จำลอง ซึ่งเป็นจำนวนที่มากเกินไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่จะให้คะแนนทั้ง 36 สถานการณ์ เพราะผู้ตอบแบบสอบถามอาจเกิดความสับสน และทำให้แบบสอบถามนั้นไม่มีประสิทธิภาพ El Sawy, Malhotra, Gosain, and Young (1999) ได้กล่าวว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องประเมินสถานการณ์ทั้งหมดที่เป็นไปได้ เพื่อที่จะ ทราบระดับความสำคัญของปัจจัย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้ Orthogonal Design ในโปรแกรม SPSS เพื่อลดสถานการณ์ให้เหลือ 9 สถานการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ (2559) ที่ศึกษาการเลือก เข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา โดยใช้ Conjoint Analysis 5 ปัจจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขต กรุงเทพมหานคร แบบสอบถามได้สอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-Ended Response Question) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous Question) ดังนี้

1. เพศชาย
2. เพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) ดังนี้

1. 22-25 ปี
2. 26-29 ปี
3. 30-33 ปี
4. 34-38 ปี

ข้อที่ 3 สถานภาพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) ดังนี้

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

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) ดังนี้

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) ดังนี้

1. ข้าราชการ
2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทเอกชน
4. ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 6 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ดังนี้

1. 15,000-25,000 บาท
2. 25,001-35,000 บาท
3. 35,0001-45,000 บาท
4. 45,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระ (ระยะเวลาท่องเที่ยว 5 วัน) โดยใช้สถานการณ์จำลอง 9 สถานการณ์ โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนทางเลือกในแต่ละเหตุการณ์ จาก 0 ถึง 100 โดยกำหนด เกณฑ์การให้คะแนน คือ คะแนน 0 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่เลือกทางเลือคนั้นอย่างแน่นอน และ คะแนน 100 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเลือกทางเลือคนั้นอย่างแน่นอน โดยดูได้จาก ตาราง แสดงตัวอย่าง สถานการณ์จำลองที่นำมาใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยให้ผู้ตอบ แบบสอบถาม ให้คะแนน จาก 0 ถึง 10 ดังตัวอย่างตาราง 2

ตาราง 2 สถานการณ์จำลองของแบบสอบถาม

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
1.	จับจ่ายซื้อของ (Shopping)	มีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่หลากหลาย	20,000 บาท	เพื่อน คนใกล้ชิดครอบครัว
0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100				
ไม่เลือกแน่นอน		กรูณาวางกลมล้อมรอบคะแนนที่เหมาะสม		เลือกแน่นอน

2.4 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถาม) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ รวบรวม ข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

2.4.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อ เป็นแนวทางและให้ได้ปัจจัยในการสร้างแบบสอบถามเพื่อให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.4.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้

2.4.3 แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณา ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาแก้ไข

2.4.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขในขั้นตอนที่ 3 เสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของการวิจัยครั้งนี้

2.4.5 ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้าย ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่ กลุ่มตัวอย่าง

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ชุด โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

2.5.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2.5.2 นำแบบสอบถามที่มีคุณภาพไปให้ผู้ตอบแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำข้อมูลมาดำเนินการวิจัยขั้นตอนต่อไป

2.6 การคำนวณค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance) คำนวณได้จากตัวแบบทางคณิตศาสตร์ของ Conjoint Analysis สามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^k a_{ij} x_{ij}$$

โดยที่

$U(X)$ = อรรถประโยชน์ หรือ Utilities ของผลิตภัณฑ์

a_{ij} = อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคให้กับระดับ j ($j = 1, 2, \dots, k$) ของคุณลักษณะ i ($i = 1, 2, \dots, m$)

k = จำนวนระดับของคุณลักษณะ i

m = จำนวนคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

x_{ij} = 1 ถ้าระดับ j ของ i คุณลักษณะปรากฏอยู่ในโมเดล

= 0 ถ้าเป็นกรณีอื่นนอกเหนือจากนั้น

สำหรับค่า Importance เป็นค่าที่แสดงความสำคัญของแต่ละคุณลักษณะ คำนวณได้จากพิสัยของ Part-Worth Utilities สำหรับแต่ละปัจจัย (คุณลักษณะ) พิสัยแต่ละตัวจะถูกหารด้วยผลรวมของพิสัยทุก รูปแบบแล้วคูณด้วย 100

2.7 การนำค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance) ไปใช้ เพื่อ ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัย ในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัย ในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบ แบบสอบถามโดย แยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้ กำหนดรหัสไว้ ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลมาลงบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อ ประมวลผลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและ ทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ร่วม (Conjoint Analysis) เป็นการวิเคราะห์ทางสถิติขั้นสูง (Multivariate Technique) ซึ่งเกี่ยวข้องกับแบบการทดลองทางวิทยาศาสตร์ Hair และคณะ (Hair,

Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์ห้รวมนี้ สามารถนำไปใช้เพื่อทำความเข้าใจผู้บริโภคว่ามีการตอบสนองต่อความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการในรูปแบบต่างๆ อย่างไร โดยสมการพื้นฐานมีลักษณะ ดังนี้

$$Y_i = a + x_1 + x_2 + x_3 \dots + x_n + e$$

โดยที่

Y_i = ค่าความพึงพอใจรวมที่ผู้บริโภคให้กับสินค้า ข้อมูลอาจเป็นแบบ metric (Interval, ratio scale) หรือ non-metric (nominal, ordinal scale)

ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชบัญชา, 2545)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ

P แทน ค่าสถิติร้อยละ

f แทน ความถี่ของข้อมูล

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในด้านต่างๆ ของแบบสอบถามใน ส่วนที่ 1 โดยใช้สูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ

\bar{x} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มประชากร

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของ ข้อมูลในด้านต่างๆ ของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และ 3 โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชปัญญา, 2545)

$$S.D = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

x แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

$n - 1$ แทน จำนวนตัวแปรอิสระ

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย

1. การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานส่วนเพศ , สถานภาพ และระดับการศึกษา ใช้สถิติการวิเคราะห์ Independent Sample t-test (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544)

กรณีที่ค่าความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่ม เท่ากัน $S_1^2 = S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{Sp \cdot \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

เมื่อ

t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

\bar{x}_1 แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

\bar{x}_2 แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_1^2 แทน ค่าแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

S_2^2 แทน ค่าแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

n_1 แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2

สถิติทดสอบ t ที่มีค่าองศาอิสระ $n_1 + n_2 - 2$ โดยที่

$$S_p^2 = \frac{n(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

กรณีที่ค่าความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่ม ไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right]^2}}$$

เมื่อ

t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

\bar{x}_1 แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

\bar{x}_2 แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_1^2 แทน ค่าแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

S_2^2 แทน ค่าแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

n_1 แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2

2. การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานส่วนอายุ, อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way Analysis of Variance หรือ สถิติ BrownForsythe ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

2.1 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way Analysis of Variance ใช้ในกรณี ที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่ต่างกัน โดยดูจากสถิติ Levene Statistic ซึ่งใช้ทดสอบ ความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปร เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .05 แสดงว่า กลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่าง

One-way Analysis of Variance (กัลยา วานิชปัญญา, 2545)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ

F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F-distribution

 MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม MS_w แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย เป็นรายคู่โดยสถิติ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

Fisher's Least - Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชปัญญา, 2545)

มีสูตร ดังนี้

$$\text{เมื่อ } n_i \neq n_j \quad LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

$$\text{ถ้า } n_i = n_j \quad LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ $dfw = n - k$

LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่ม

ที่ i และ j MSE แทน ค่า Mean square error MS_w

k แทน จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

a แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

 n_i แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ i n_j แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ j

2.2 สถิติทดสอบ Brown-Forsythe ใช้ในกรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนต่างกันโดย ดูจากสถิติ Levene Statistic ซึ่งใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปรเมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกัน

Brown-Forsyth (Hartung, 2001) มีสูตรดังนี้

$$\beta = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

โดยที่
เมื่อ

$$MSW = \sum_{t=1}^2 \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_t^2$$

β แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe

MSB แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MSW แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับ *Brown-Forsythe*

K แทน จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง

n_i แทน จำนวนตัวอย่างกลุ่ม i

N แทน ขนาดของประชากร

S_t^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ i

กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดำเนินการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย เป็นรายคู่โดยสถิติเป็นรายคู่ต่อไปโดยสถิติ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

Dunnett's T3 (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{x}_i - \bar{x}_j}{MS_{(w)} \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ

t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t-distribution

$MS_{(w)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Dunnett's T3

\bar{x}_i แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i

\bar{x}_j แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j

n_i แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ j



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยนี้ ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
LSD	แทน	ค่าความแตกต่างของการทดสอบรายคู่
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับการบอกนัยสำคัญทางสถิติ (Significant)
Df	แทน	องศาแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม กลุ่มละ 7 คน เพื่อหาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร 4 ปัจจัย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์อรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) กลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 4 กลุ่ม โดยมีจำนวนกลุ่มละ 7 คน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม เมื่อนำมาวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละปัจจัยจะมีระดับที่แตกต่างกัน ดังตาราง 3

ตาราง 3 ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group)

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ	ระดับ
1. ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	จับจ่ายซื้อของ เที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม มีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลาย
2. ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	ปลอดภัย การเดินทางที่สะดวกสบาย
3. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	20,000 บาท 30,000 บาท
4. สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยว	เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว มี 2 ระดับ ได้แก่ จับจ่ายซื้อของ, เที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป มี 3 ระดับ ได้แก่ มีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลาย, ปลอดภัย และการเดินทางที่สะดวกสบาย ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว มี 2 ระดับ ได้แก่ 20,000 บาท และ 30,000 บาท ด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มี 3 ระดับ ได้แก่ เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว, สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 4 จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.1 เพศ		
ชาย	72	36.00
หญิง	128	64.00
รวม	200	100.00
1.2 อายุ		
22-25 ปี	44	22.00
26-29 ปี	122	61.00
30-33 ปี	16	8.00
34-38 ปี	18	9.00
รวม	200	100.00
1.3 สถานภาพ		
โสด	177	88.50
สมรส/อยู่ด้วยกัน	23	11.50
หม้าย/หย่าร้าง/แยกทางกันอยู่	0	0.00
รวม	200	100.00
1.4 ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0	0.00
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	117	58.50
สูงกว่าปริญญาตรี	83	41.50
รวม	200	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.5 อาชีพ		
ข้าราชการ	29	14.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	5.00
พนักงานบริษัทเอกชน	119	59.50
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	42	21.00
รวม	200	100.00
1.6 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน		
15,000-25,000 บาท	14	7.00
25,001-35,000 บาท	62	31.00
35,001-45,000 บาท	49	24.50
45,001 บาทขึ้นไป	75	37.50
รวม	200	100.00

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 200 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.00

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 26-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมา มีอายุ 22-25 ปี, อายุ 34-38 ปี และอายุ 30-33 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 22.00, 9.00 และ 8.00 ตามลำดับ

สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 88.50 รองลงมา มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกทางกันอยู่ โดยคิดเป็นร้อยละ 11.50 และ 0.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละ 41.50 และ 0.00 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ, ประกอบอาชีพข้าราชการ และประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยคิดเป็นร้อยละ 21.00, 14.50 และ 5.00 ตามลำดับ

รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท, รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 31.00, 24.50 และ 7.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์อรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ตาราง 5 ค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวต่างประเทศ แบบอิสระ	ระดับ	ค่าอรรถประโยชน์	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
1. ความตั้งใจในการ เดินทาง ไปท่องเที่ยว	จับจ่ายซื้อของ	-7.38	1.22
	เที่ยวชมทัศนียภาพและ ทำกิจกรรม	7.38	1.22
2. ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศ ที่เดินทางไป	มีสถานที่ท่องเที่ยวและ กิจกรรมหลากหลาย	2.96	1.63
	ปลอดภัย การเดินทางที่	-3.08	1.63
3. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการ ท่องเที่ยว	สะดวกสบาย	0.11	1.63
	20,000 บาท	-1.02	1.22
	30,000 บาท	1.02	1.22

ตาราง 5 (ต่อ)

ปัจจัยในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวต่างประเทศ แบบอิสระ	ระดับ	ค่าอรรถประโยชน์	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
4. สิ่งที่ใช้ประกอบการ ตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว	เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว	-1.77	1.41
	สื่อออนไลน์หรือโซเชียล มีเดีย	-3.55	2.83
	การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)	5.32	4.25
	(Constant)	66.83	3.11

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆที่แสดงออกมาในค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ดังนี้

ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม มากกว่า การจับจ่ายซื้อของ

ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอันดับแรกกับ สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลาย รองลงมาเป็นการเดินทางที่สะดวกสบาย และความปลอดภัย ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับระดับค่าใช้จ่าย 30,000 บาท มากกว่า ระดับค่าใช้จ่าย 20,000 บาท

ด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอันดับแรก กับการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) รองลงมาเป็นเพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว และ สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	ค่าความสำคัญ	ลำดับ
ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	32.91	1
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	26.06	2
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	18.89	4
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	22.12	3

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ลำดับความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ เรียงจากระดับความสำคัญมากไประดับความสำคัญน้อย ดังนี้ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยเขียนเป็นสมมติฐานได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

ตาราง 7 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระในแต่ละด้าน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	Sig.
ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	1.84	0.17
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	0.28	0.59
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	0.25	0.61
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	0.18	0.66

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 7 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามเพศ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 8

ตาราง 8 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	เพศ	Mean	Std. deviation	t	df	Sig.
						(2-tailed)
ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	ชาย	36.93	24.12	1.87	198.00	0.06
	หญิง	30.80	21.00			

ตาราง 8 (ต่อ)

ปัจจัยในการตัดสินใจ						
ท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	เพศ	Mean	Std. deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	ชาย	23.84	13.09	-1.89	198.00	0.06
	หญิง	27.38	12.51			
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	ชาย	16.86	16.18	-1.10	198.00	0.27
	หญิง	19.20	13.30			
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	ชาย	22.35	16.39	-0.02	198.00	0.98
	หญิง	22.40	14.98			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed ในการทดสอบ พบว่า ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.06, 0.06, 0.27 และ 0.98 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยเขียนเป็นสมมติฐานได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุแตกต่างกัน ไม่มีความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

ตาราง 9 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระในแต่ละด้าน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	0.26	3.00	196.00	0.85
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	0.45	3.00	196.00	0.71
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	1.94	3.00	196.00	0.12
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	0.78	3.00	196.00	0.50

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามอายุ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรกลุ่มนี้ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 10

ตาราง 10 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

ปัจจัยในการตัดสินใจ	แหล่ง	ความ	SS	df	MS	F	Sig.
ท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	แปรปรวน						
ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	ระหว่าง		1326.51	3.00	442.17	0.88	0.44
	กลุ่ม						
	ภายใน		97799.72	196.00	498.97		
	กลุ่ม						
	รวม		99126.23	199.00			
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	ระหว่าง		2169.45	3.00	723.15	4.65**	0.00
	กลุ่ม						
	ภายใน		30465.73	196.00	155.43		
	กลุ่ม						
	รวม		32635.18	199.00			
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	ระหว่าง		2224.66	3.00	741.55	3.71**	0.01
	กลุ่ม						
	ภายใน		39086.68	196.00	199.42		
	กลุ่ม						
	รวม		41311.34	199.00			
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่าง		284.85	3.00	94.95	0.39	0.75
	กลุ่ม						
	ภายใน		47310.70	196.00	241.38		
	กลุ่ม						
	รวม		47595.56	199.00			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.44 และ 0.75 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีอายุแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สำหรับด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไปมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีอายุแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้น เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีอายุแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป แตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ดังตาราง 11

สำหรับด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ซึ่งเท่ากับ 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีอายุแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้น เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีอายุแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ดังตาราง 12

ตาราง 11 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	22-25 ปี	26-29 ปี	30-33 ปี	34-38 ปี
22-25 ปี	20.07	-	-8.12** (0.00)	-5.36 (0.14)	-7.23* (0.03)
26-29 ปี	28.20	-	-	2.75 (0.40)	0.88 (0.77)
30-33 ปี	25.44	-	-	-	-1.86 (0.66)
34-38 ปี	27.31	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 22-25 ปี มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไปแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 26-29 ปี และนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 34-38 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

สำหรับรายคู่อื่นๆ ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	22-25 ปี	26-29 ปี	30-33 ปี	34-38 ปี
22-25 ปี	21.96	-	4.81 (0.05)	10.88** (0.00)	-2.29 (0.56)
26-29 ปี	17.14	-	-	6.06 (0.10)	-7.11* (0.04)
30-33 ปี	11.07	-	-	-	-13.17** (0.00)
34-38 ปี	24.25	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 22-25 ปี มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 30-33 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 26-29 ปี มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 34-38 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 30-33 ปี มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 34-38 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สำหรับรายคู่อื่นๆ ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยเขียนเป็นสมมติฐานได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

ตาราง 13 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระในแต่ละด้าน จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	Sig.
ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	0.40	0.52
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	2.04	0.15
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	5.30*	0.02
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	7.36**	0.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 13 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามสถานภาพ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว และด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป พบว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 14

ส่วนในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

0.05 และ 0.01 ตามลำดับ จึงใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Not Assumed ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 15

ตาราง 14 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว และด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed

ปัจจัยในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวต่างประเทศ แบบอิสระ	สถานภาพ	Mean	Std. deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
ความตั้งใจในการ เดินทางไปท่องเที่ยว	โสด	33.76	22.56	1.32	198.00	0.18
ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	สมรส/อยู่ด้วยกัน	27.23	19.77			
	โสด	26.07	13.11	-0.12	198.00	0.89
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	26.43	10.38			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed ในการทดสอบ พบว่า ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว และด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.18 และ 0.89 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว และด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไปไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 15 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Not Assumed

ปัจจัยในการตัดสินใจ						
ท่องเที่ยวต่างประเทศ	สถานภาพ	Mean	Std. deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	โสด	18.45	14.96	0.36	38.90	0.72
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	17.64	9.26			
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	โสด	26.07	13.11	-0.12	25.41	0.10
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	26.43	10.38			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Not Assumed ในการทดสอบ พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.72 และ 0.10 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยเขียนเป็นสมมติฐานได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน
ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน
ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

ตาราง 16 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว
ต่างประเทศแบบอิสระในแต่ละด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	Sig.
ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	0.53	0.46
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	1.70	0.19
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	1.33	0.24
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	1.80	0.18

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 17

ตาราง 17 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed

ปัจจัยในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวต่างประเทศ แบบอิสระ	ระดับการศึกษา	Mean	Std. deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	33.85	21.61	0.63	198	0.52
	สูงกว่าปริญญาตรี	31.82	23.35			
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	26.59	13.39	0.62	198	0.53
	สูงกว่าปริญญาตรี	25.44	11.96			
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	18.12	13.61	-0.27	198	0.78
	สูงกว่าปริญญาตรี	18.68	15.53			
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	21.27	16.82	-1.20	198	0.23
	สูงกว่าปริญญาตรี	23.94	13.25			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ

วิเคราะห์ t-test กรณี Equal Variances Assumed ในการทดสอบ พบว่า ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.52, 0.53, 0.78 และ 0.23 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยเขียนเป็นสมมติฐานได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

ตาราง 18 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระในแต่ละด้าน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	2.18	3.00	196.00	0.09
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	0.59	3.00	196.00	0.62
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	6.08**	3.00	196.00	0.00
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	0.82	3.00	196.00	0.48

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามอาชีพ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 19

ส่วนในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงใช้สถิติวิเคราะห์ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 21

ตาราง 19 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

ปัจจัยในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวต่างประเทศแบบ อิสระ	แหล่ง ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความตั้งใจในการเดินทางไป ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4539.81	3.00	1513.27	3.13*	0.02
	ภายในกลุ่ม	94586.42	196.00	482.58		
	รวม	99126.23	199.00			
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่ เดินทางไป	ระหว่างกลุ่ม	1229.99	3.00	409.99	2.55	0.06
	ภายในกลุ่ม	31405.19	196.00	160.23		
	รวม	32635.18	199.00			
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	341.99	3.00	113.99	0.47	0.70
	ภายในกลุ่ม	47253.57	196.00	241.09		
	รวม	47595.56	199.00			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.06 และ 0.70 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวเงินนอกเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สำหรับด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวมีค่า Sig. เท่ากับ 0.02 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวเงินนอกเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้น เพื่อให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวเงินนอกเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวแตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ดังตาราง 20

ตาราง 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
ข้าราชการ	38.23	-	17.80* (0.02)	3.2 (0.48)	11.54* (0.03)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20.42	-	-	-14.60* (0.04)	-6.25 (0.41)
พนักงานบริษัทเอกชน	35.03	-	-	-	8.34 (0.03)
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ กิจการ	26.68	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพข้าราชการ มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับรายคู่อื่นๆ ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ Brown-Forsythe

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ	Brown-Forsythe Test	df1	df2	Sig.
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	3.17*	3.00	34.98	0.03

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ Brown-Forsythe ในการทดสอบ พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวมีค่า Sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้น เพื่อให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันเป็นรายคู่ได้บ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 ดังตาราง 22

ตาราง 22 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
ข้าราชการ	15.95	-	-5.84 (0.93)	-0.4 (1.00)	-8.94 (0.06)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21.79	-	-	5.44 (0.94)	-3.09 (0.99)
พนักงานบริษัทเอกชน	16.35	-	-	-	-8.53* (0.03)
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ กิจการ	24.89	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับรายคู่อื่นๆ ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยเขียนเป็นสมมติฐานได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

ตาราง 23 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระในแต่ละด้าน จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	1.52	3.00	196.00	0.20
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	0.56	3.00	196.00	0.63
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	3.20*	3.00	196.00	0.02
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	0.33	3.00	196.00	0.77

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 24

ส่วนในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติวิเคราะห์ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 24

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

ปัจจัยในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวต่างประเทศแบบ อิสระ	แหล่ง ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความตั้งใจในการเดินทางไป ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2941.94	3.00	980.64	1.99	0.11
	ภายในกลุ่ม	96184.28	196.00	490.73		
	รวม	99126.23	199.00			
ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่ เดินทางไป	ระหว่างกลุ่ม	247.38	3.00	82.46	0.49	0.68
	ภายในกลุ่ม	32387.80	196.00	165.24		
	รวม	32635.18	199.00			
สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1401.34	3.00	467.11	1.98	0.11
	ภายในกลุ่ม	46194.21	196.00	235.68		
	รวม	47595.56	199.00			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.11, 0.68 และ 0.11 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อม

ของประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 25 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ Brown-Forsythe

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ	Brown-Forsythe Test	df1	df2	Sig.
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	1.31	3.00	109.77	0.27

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ Brown-Forsythe ในการทดสอบ พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.27 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 26 สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ

		ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ			
		ความตั้งใจในการเดินทาง	ปัจจัยแวดล้อมของประเทศ	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในท่องเที่ยว	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้				
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน	Independent Sample t-test	x	x	x	x
สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน	One Way ANOVA	x	✓	✓	x

ตาราง 26 (ต่อ)

		ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ			
สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้	ความ	ปัจจัย	ค่าใช้จ่ายที่	สิ่งที่ใช้
		ตั้งใจใน	แวดล้อม	ใช้ในการ	ประกอบการ
		การ	ของ	ท่องเที่ยว	ตัดสินใจ
		เดินทาง	ประเทศ	ที่	เดินทาง
		ไป	ที่	เดินทาง	ท่องเที่ยว
		ท่องเที่ยว	เดินทาง	ไป	
สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวเจนเนอ เรชั่นวายที่มีสถานภาพ แตกต่างกันให้ ความสำคัญกับปัจจัยใน การตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ แตกต่างกัน	Indepen dent Sample t-test	x	x	x	x
สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวเจนเนอ เรชั่นวายที่มีระดับ การศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัย ในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ แตกต่างกัน	Indepen dent Sample t-test	x	x	x	x

ตาราง 26 (ต่อ)

		ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ			
		ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้				
สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน	One Way ANOVA	✓	✗	✓	✗
สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน	One Way ANOVA	✗	✗	✗	✗

*หมายเหตุ

เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เครื่องหมาย ✗ หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยกล่าวถึงความมุ่งหมายของการวิจัย สมมติฐานของการวิจัย วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า การอภิปรายผล ซึ่งเป็นผลจากการวิเคราะห์และความสอดคล้องกับผลของการวิจัยกับวรรณกรรมที่พบทวน ข้อเสนอแนะทั่วไป และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยนี้จะช่วยให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับนักการตลาดหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยนำผลการศึกษาไปต่อยอดเพื่อปรับปรุง พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคตได้

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อแสดงระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยไปวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งเป็นรายได้หลักของประเทศ ตลอดจนเพื่อช่วยให้ภาพรวมระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยดีขึ้น
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนางานด้านการท่องเที่ยว หรืองานด้านอื่นๆได้อย่างเหมาะสมในอนาคต

3. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ในเขตกรุงเทพมหานครให้ได้มากที่สุด

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน
6. นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างแบบสัมภาษณ์กลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเงินเนอเธอร์แลนด์ที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการสัมภาษณ์แบบกลุ่มย่อย (Focus group) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured or guide interviews) จำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 7 คน (การจัดการกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ Greenbaum, 2003) โดยเลือกกลุ่มสัมภาษณ์ตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งใช้หลักเกณฑ์การแบ่งรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนจากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ (ข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของ

ครัวเรือน. 2556) ได้แก่ 1. 15,000-25,000 บาท 2. 25,001-35,000 บาท 3. 35,001-45,000 บาท
ขึ้นไป 4. 45,001 บาทขึ้นไป

2. กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่
เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยกำหนด
ขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณประชากรแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึง
กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณจาก Cochran (1977) อ้างถึงใน ธีระวุฒิ เอกะ
กุล (2543) ซึ่งคำนวณได้ 196 ตัวอย่าง และเพิ่มอีก 4 ตัวอย่าง จะได้เป็นจำนวน 200 ตัวอย่าง โดย
ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างจากวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบสะดวก
(Convenience Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อหาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยว
ต่างประเทศแบบอิสระของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร และนำมาสร้างแบบสอบถาม
จากนั้นจึงใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวน
6 ข้อ โดยเป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended Question) ให้เลือกคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ
แบบอิสระ โดยใช้สถานการณ์จำลอง 9 สถานการณ์ ที่ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความตั้งใจ
ในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการ
ท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้
คะแนนทางเลือกในแต่ละเหตุการณ์ จาก 0 ถึง 100 โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน คือ คะแนน
0 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่เลือกทางเลือกนั้นอย่างแน่นอน และคะแนน 100 หมายถึง
ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเลือกทางเลือกนั้นอย่างแน่นอน โดยดูได้จากตารางแสดงตัวอย่าง
สถานการณ์จำลองที่นำมาใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ
แบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลใน
การศึกษา คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) จน

ได้ปัจจัยในการสร้างแบบสอบถาม และใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 200 ชุด โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) เป็นการซักถามข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured or guide interviews) วิธีการนี้ ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติหรือปัจจัยของการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 7 คน (การจัดการ กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ Greenbaum. 2003) โดยเลือกกลุ่มสัมภาษณ์ตามลักษณะรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ได้แก่ 1. 15,000-25,000 บาท 2. 25,001-35,000 บาท 3. 35,001-45,000 บาทขึ้นไป 4. 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 นัดหมายกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมทำการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการอภิปราย (Moderator)

1.2 ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่ม ซักถาม และรับฟังความคิดเห็นส่วนตัวของแต่ละราย ซึ่งมีการบันทึกเสียงพร้อมทั้งจดบันทึกข้อมูลที่สำคัญ โดยผู้วิจัยจะนำปัจจัย (Attribute) และระดับ (Levels) ที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มนี้ไปใช้ในการสร้างสถานการณ์จำลองในแบบสอบถามต่อไป

2. การวิเคราะห์ห้ร่วม (Conjoint Analysis) เทคนิคการวิเคราะห์ห้ร่วม (Conjoint Analysis) (Moskowitz et al., 2012) เป็นการนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาทางด้านการตลาดโดยให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าในสินค้าและบริการที่มีคุณลักษณะ (Attributes) ที่กำหนดอย่างเด่นชัดหรือมีระดับ (Level) ของคุณลักษณะที่มีค่าเป็นตัวเลขที่แน่นอน โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การกำหนดปัจจัย (Attributes) และระดับ (Level) เมื่อได้บทสรุปจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยจะทำการกำหนดปัจจัย (Attributes) ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร และทำการกำหนดระดับของปัจจัยนั้นๆ เช่น การศึกษาในครั้งนี้ ปัจจัยด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว มี 2 ระดับ ได้แก่ การจ่ายค่าตั๋วเครื่องบิน, การเที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม

2.2 การสร้างสถานการณ์จำลอง (Scenario) เป็นการสร้างสถานการณ์จำลองให้เกิดขึ้นโดยใช้ปัจจัย (Attributes) และระดับ (Level) ที่ได้ นำเข้ามาสร้างในโปรแกรม SPSS จากนั้นระบบจะทำการสุ่มสถานการณ์จำลองที่เหมาะสม โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้กำหนดตัวเลขสถานการณ์จำลองที่จะให้เกิดขึ้น

2.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสัมภาษณ์กลุ่ม)

2.3.1 แบบบันทึก (Field Note) แบบบันทึกหรือแบบจดบันทึก ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะจะช่วยจดบันทึก ป้องกันการหลงลืม โดยใช้สำหรับบันทึกเพื่อรวบรวมข้อมูลต่างๆระหว่างการสัมภาษณ์กลุ่ม

2.3.2 เครื่องบันทึกเสียง เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อนำมาถอดเสียงออกเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อสร้างแบบสอบถาม

2.3.3 แบบสัมภาษณ์ (Interview) การสัมภาษณ์ครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured or guide interviews) แบบสัมภาษณ์ลักษณะนี้เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่เคร่งครัดในการตั้งคำถาม แต่ผู้วิจัยจะมีการตั้งคำถามและคำสำคัญหลักเอาไว้ แต่ในการสัมภาษณ์จะไม่เรียงคำถาม หรือในบางครั้งก็มีคำถามนอกเหนือจากคำถามที่ได้ตั้งไว้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ระหว่างการสัมภาษณ์ แต่จะไม่เกินขอบเขตความต้องการในการศึกษา แบบสัมภาษณ์นี้ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม นำมาประมวลเพื่อตั้งเป็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

2.3.4 เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาสรุป และสังเคราะห์ออกมาเป็นปัจจัยที่นักท่งเที่ยวเจนเนอเรชันวายให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ และนำมาออกแบบแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่งเที่ยวเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ โดยเป็นคำถาม ปลายปิด (Closed-ended Question) ให้เลือกคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ โดยใช้สถานการณณ์จำลอง 9 สถานการณณ์ ที่ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนทางเลือกในแต่ละเหตุการณ์ จาก 0 ถึง 100 โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน คือ คะแนน 0 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่เลือกทางเลือกนั้นอย่างแน่นอน และคะแนน 100 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเลือกทางเลือกนั้นอย่างแน่นอน โดยดูได้จากตารางแสดงตัวอย่างสถานการณณ์จำลองที่นำมาใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

2.4 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถาม) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

2.4.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อเป็นแนวทาง และให้ได้ปัจจัยในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.4.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้

2.4.3 แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาแก้ไข

2.4.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขในขั้นตอนที่ 3 เสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของงานวิจัยครั้งนี้

2.4.5 ปรับปรุงแบบสอบถาม ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้าย ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ชุด โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

2.5.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2.5.2 นำแบบสอบถามที่มีคุณภาพ ไปให้ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หลังจากนั้น นำข้อมูลมาดำเนินการวิจัยในขั้นตอนต่อไป

2.6 การคำนวณค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance)

2.7 การนำค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance) ไปใช้เพื่อทดสอบสมมติฐาน

การจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสที่กำหนดไว้
3. การประมวลผลข้อมูล โดยมาลงบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความสำคัญ (Importance Weight) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ร่วม (Conjoint Analysis) เพื่ออธิบายถึงคุณลักษณะของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการ (Hauser & Rao, 2002) ทำให้ทราบถึงการให้ความสำคัญในคุณลักษณะต่างๆของการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Sample t-test)

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Sample t-test)

สมมติฐานข้อที่ 4 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Sample t-test)

สมมติฐานข้อที่ 5 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 6 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม โดยมีจำนวนกลุ่มละ 7 คน พบว่า

นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ โดยแบ่งออก เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยมี 2 ด้านย่อย คือ ง่ายจ่ายซื้อของ, เที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป โดยมี 3 ด้านย่อย คือ มีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลาย, ปลอดภัย, การเดินทางที่สะดวกสบาย ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว โดยมี 2 ด้านย่อย คือ 20,000 บาท

, 30,000 บาท และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยมี 3 ด้านย่อย คือ เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว, สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย, การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลบรรทัดประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม มากกว่า การจับจ่ายซื้อของ

ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลาย รองลงมาเป็นการเดินทางที่สะดวกสบาย และความปลอดภัย ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับระดับค่าใช้จ่าย 30,000 บาท มากกว่า ระดับค่าใช้จ่าย 20,000 บาท สำหรับการท่องเที่ยวแบบอิสระในระยะเวลา 5 วัน

ด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกกับการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) รองลงมาเป็นเพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว และสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย ตามลำดับ

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ได้ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ โดยเรียงจากระดับความสำคัญมากไปยังระดับความสำคัญน้อย ดังนี้ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพข้าราชการ มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่น

เนอเรชั่นวายที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ, นักท่องเที่ยวเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

นักท่องเที่ยวเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยวเนอเรชั่นวายที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวเนอเรชั่นวายที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเนอเรชั่นวาย

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเนอเรชั่นวายส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุ 26-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จากผลการวิจัยดังกล่าว อาจเป็นเพราะสัดส่วนประชากรของประเทศไทยจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย รวมไปถึงเป็นช่วงอายุที่มีความพร้อมทั้งทางร่างกาย หน้าที่การงาน และรายได้เพียงพอสำหรับการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ตลอดจนเป็นวัยทำงานตอนต้น ซึ่งจะเป็นช่วงอายุ 26-29 ปี ที่ยังไม่มีพันธะหรือภาระ

ผู้ถูกค้น นอกจากนี้ การจะไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้ จะต้องมีความพร้อมรับมือกับค่าใช้จ่ายที่สูง ทำให้ต้องเป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ซึ่งเป็นรายได้ของพนักงานบริษัทเอกชนที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจวรรณ บุญพรหม (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มีรายได้สูงในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000-70,000 บาท และส่วนใหญ่เดินทางไปต่างประเทศด้วยตนเอง

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

ด้านค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) พบว่า ส่วนใหญ่ตั้งใจที่จะไปเที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม มีปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป คือ สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลาย ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว 30,000 บาท ต่อคน สำหรับการเดินทาง 1 ทริป (5 วัน) มีสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) นอกจากนี้ ในด้านค่าความสำคัญ (Importance Weight) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวนิดา เลิศพิพัฒน์ (2561) ศึกษาเรื่อง รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y พบว่า กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญมากที่สุดกับการไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน แสวงหาประสบการณ์ใหม่ และการได้พบกับความสวยงาม ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และการคมนาคมที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยให้การเดินทางมีความสะดวกสบายขึ้น

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก ในปัจจุบันทั้งเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน หมายความว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง สามารถท่องเที่ยวเพื่อชมทัศนียภาพและสามารถทำ

กิจกรรมต่างๆ ได้เหมือนกัน เพราะปัจจุบัน กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในต่างประเทศจะครอบคลุมทั้งเพศชายและเพศหญิง นอกจากนี้ ด้วยค่านิยม วัฒนธรรม และกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความชื่นชอบการจับจ่ายซื้อของเมื่อท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศเหมือนกัน จึงทำให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายใกล้เคียงกันเมื่อเดินทางไปยังต่างประเทศ โดยพบว่า เพศชายส่วนใหญ่มีการจับจ่ายซื้อของมากขึ้น ในขณะที่เพศหญิงมีการท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากขึ้น ตลอดจนทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างก็ให้ความสำคัญกับการมีกิจกรรมที่หลากหลาย ความปลอดภัย และความสะดวกสบายของประเทศที่จะเดินทางไปเหมือนกัน โดยสามารถค้นหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้จากทุกแหล่งข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมกัน จึงทำให้ได้รับข้อมูลประกอบการตัดสินใจจากแหล่งต่างๆ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยแวดล้อมเหล่านี้จะถูกพิจารณาระหว่างการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังประเทศนั้น ด้วยเหตุผลทั้งหมดนี้ จึงทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของจรรยา เหล่าชำนาญวุฒิ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า แหล่งท่องเที่ยวและการจัดสรรกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความครอบคลุมทุกกลุ่มเพศ ทำให้สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและการใช้จ่ายมีความครอบคลุมกับทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวัยที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวัยที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวัย เป็นกลุ่มคนที่มีอิสระทางความคิด ไม่ชอบถูกกำหนดด้วยเงื่อนไขหรือข้อบังคับ ตลอดจนมีความเป็นตัวของตัวเองสูง จึงทำให้มีทั้งกลุ่มคนที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายซื้อของ และกลุ่มคนที่ท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม เพราะเป็นเรื่องของลักษณะความชื่นชอบส่วนบุคคล ตลอดจนปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่ทุกคนใช้เทคโนโลยีเพื่อค้นหาข้อมูลได้จากแหล่งต่างๆ ได้เท่าเทียมกันครอบคลุมทั่วโลก โดยเฉพาะการค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งเป็นช่องทางที่เจนเนอเรชั่นวัยใช้บ่อยที่สุด จึงทำให้สามารถค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจได้อย่างไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับบทความของ Marketer (2017)

ศึกษาเรื่อง Gen ไหน? เทียบแบบไหน? พบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายทั้งเพศชายและเพศหญิง เน้นเดินทางท่องเที่ยวบ่อย แต่ระยะเวลาสั้น เพราะข้อจำกัดด้วยหน้าที่การงาน โดยเจนเนอเรชั่นวายจะให้ความสำคัญกับการออกเดินทางไปยังสถานที่ใหม่ เพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่ และทำกิจกรรมที่ไม่เคยทำ เพื่อให้สามารถนำไปบอกต่อในสื่อโซเชียลได้

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไปแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 22-25 ปี ให้ความสำคัญกับด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไปน้อยกว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 26-29 ปี และ 34-38 ปี เนื่องจาก เจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 26-29 ปี และ 34-38 ปี จะผ่านประสบการณ์มากกว่า ตลอดจนมีความรับผิดชอบในชีวิตมากกว่า จึงทำให้ต้องพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบก่อนที่จะตัดสินใจเดินทาง เพื่อลดความเสี่ยงต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของเมธยา แสนใจยา (2552) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอายุ 21-30 ปี มีการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยว ความมั่นคง ความปลอดภัย และชื่อเสียงของประเทศที่เดินทางไปแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 22-25 ปี ให้ความสำคัญกับด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 30-33 ปี, นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 26-29 ปี ให้ความสำคัญกับด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 34-38 ปี, นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 30-33 ปี ให้ความสำคัญกับด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุ 34-38 ปี เนื่องจากแต่ละช่วงอายุ จะมีความชื่นชอบในลักษณะการท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความต้องการค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ หรือการทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงทำให้มีภาระค่าใช้จ่ายแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561) ศึกษาเรื่องรูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y พบว่า กลุ่มอายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว และทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงทำให้มีภาระค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เนื่องจากจุดมุ่งหมายของการออกเดินทางท่องเที่ยว จะขึ้นอยู่กับความชื่นชอบในลักษณะการท่องเที่ยว และความสนใจในกิจกรรมที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งไม่ได้ถูกจำกัดด้วยสถานภาพ โดยการตัดสินใจเลือกประเทศที่จะไปท่องเที่ยวนั้น จะขึ้นอยู่กับความชอบ ทัศนคติ รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของแต่ละบุคคล จึงเป็นเหตุผลทำให้ไม่สามารถชี้วัดลักษณะการใช้เงินกับการทำกิจกรรมระหว่างไปท่องเที่ยวได้ เพราะการตัดสินใจของแต่ละบุคคลจะให้น้ำหนักกับปัจจัยต่างๆไม่เท่ากัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพิศมัย จตุรัตน์ (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านสถานภาพ ไม่มีความแตกต่างกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เนื่องจากระดับการศึกษาเป็นแค่ตัวชี้วัดศักยภาพภูมิหลังของแต่ละบุคคลเท่านั้น ซึ่งไม่สามารถชี้วัดลักษณะความต้องการท่องเที่ยวแต่ละบุคคลได้ เนื่องจาก การตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีหลากหลายแตกต่างกัน จะถูกพิจารณาเลือกจากความชอบส่วนบุคคลที่ต่างกันไป และหากกลุ่มบุคคลมีความชื่นชอบในการทำกิจกรรมที่คล้ายคลึงกัน จะส่งผลให้มีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกันได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าไม่เกี่ยวกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่าง เช่น คนกลุ่มหนึ่งที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีอาจจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของประเทศที่เดินทางไปมากกว่าการมีกิจกรรมที่หลากหลาย ในขณะที่เดียวกันคนอีกกลุ่มหนึ่งที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีเหมือนกันอาจจะให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการ

เดินทางมากกว่าความปลอดภัย เป็นต้น และในปัจจุบัน ทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อได้โดยง่าย ครอบคลุม ตลอดจนการค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบการตัดสินใจ สามารถทำได้ทุกช่วงเวลา โดยไม่สำคัญว่าผู้ค้นหาข้อมูลมีระดับการศึกษาอย่างไร ด้วยเหตุผลทั้งหมดนี้ จะเห็นได้ว่าระดับการศึกษา ไม่สามารถชี้วัดการตัดสินใจรูปแบบการท่องเที่ยวต่างประเทศได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของอังศุมาลิน ประสพพันธุ์ และ ไกรชิต สุตตะเมือง (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ไม่มีความแตกต่างกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันถูกออกแบบมาอย่างหลากหลาย เพื่อให้ตอบโจทย์คนที่ชื่นชอบท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุมที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีหลากหลายอาชีพ แต่เป็นกลุ่มคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิศมัย จตุรัตน์ (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพ ไม่มีความแตกต่างกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญกับด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ, นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญกับด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เนื่องจากแต่ละสายอาชีพจะถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขของเวลา และองค์ประกอบอื่นๆที่แตกต่างกัน ทั้งเรื่องของระยะเวลาการลางาน การให้น้ำหนักกับความคุ้มค่าประสบการณ์ที่คิดว่าจะได้รับจากการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่าง กลุ่มคนที่มี

อาชีพธุรกิจส่วนตัวจะมีอิสระเรื่องเวลามากกว่ากลุ่มคนที่มีอาชีพข้าราชการ ทำให้มีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาที่บ่อยกว่า จึงไม่ต้องคิดพิจารณาครอบรอบมากนักก่อนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวสูงสุด เพราะมีโอกาสในการไปท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยกว่าสายอาชีพอื่นๆ จึงทำให้ไม่จำเป็นต้องคิดทบทวนพิจารณาความคุ้มค่าของการเดินทางไปต่างประเทศในแต่ละครั้งมากนัก

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ เนื่องจาก อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจะมีความมั่นคงทางการเงินมากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ทำให้สามารถวางแผนเพื่อประเมินค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งได้ ซึ่งแตกต่างจากอาชีพธุรกิจส่วนตัว ที่ต้องไตร่ตรองอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจเดินทางเพื่อลดความเสี่ยงทางการเงินที่อาจเกิดขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสุเมณี พิรกิจ (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ในด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เนื่องจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของแต่ละคนที่แตกต่างกัน ไม่สามารถชี้วัดความขึ้นชอบส่วนบุคคลของการท่องเที่ยวได้ หมายความว่า คนที่มีรายได้สูงอาจมีทั้งคนที่ขึ้นชอบการท่องเที่ยวเพื่อการจับจ่ายซื้อของ และคนที่ท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมหรือชมทัศนียภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อังศุมาลิน ประสพพันธุ์ และ ไกรชิต สุตะเมื่อง (2557)

ศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยด้านรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษา วิเคราะห์ และสรุปผลการวิจัยข้างต้น ทำให้ทราบถึงการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมไปถึงการวางแผนทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับด้านธุรกิจท่องเที่ยว อาจมีการวางแผนทางการตลาด โดยเน้นไปการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบโจทย์ความต้องการด้านการท่องเที่ยวเพื่อชมทัศนียภาพและทำกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ เป็นการเปิดประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดท่องเที่ยว และสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจาก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการไปเที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม มากกว่า การไปจับจ่ายซื้อของตามลำดับ

2. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับด้านธุรกิจท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจสายการบิน ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น อาจมีการออกแบบการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ให้ตอบโจทย์กับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้น เพื่อผลกำไรของธุรกิจในระยะยาว เนื่องจาก ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป โดยให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่หลากหลาย

3. ผู้ประกอบการควรเพิ่มงบประมาณเพื่อสนับสนุนการวางแผนเพื่อการส่งเสริมการขาย เพื่อตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น เนื่องจาก ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

4. ผู้ประกอบการควรออกแบบสินค้าและบริการ รวมถึงการตั้งราคา ให้อยู่ภายในงบประมาณตามที่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายวางแผนไว้ เพื่อเพิ่มโอกาสที่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย

เรชั่นวายจะเลือกใช้บริการ เนื่องจาก ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่ายที่ 30,000 บาท สำหรับการท่องเที่ยวต่างประเทศในระยะเวลา 5 วัน ซึ่งมากกว่า 20,000 บาท จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายส่วนใหญ่ มีกำลังใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวในเจนเนอเรชั่นอื่นๆ เพื่อให้ครอบคลุม ตอบโจทย์กับทุกกลุ่มเจนเนอเรชั่น
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่มคนนอกเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เช่น ภาคเหนือต่างจังหวัด หรือเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการจำกัดประเทศ หรือภูมิภาคต่างประเทศที่ต้องการศึกษาเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยวประเทศในกลุ่ม ASEAN, การท่องเที่ยวประเทศในทวีปยุโรป

บรรณานุกรม

- Bajaj, A. (2003). Conjoint Analysis: A Potential Methodology For IS Research Analysis. Retrieved from <http://www.moph.go.th>
- Cohen, E. (1979). Rethinking the Sociology of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 18-35.
- El Sawy, O. A., Malhotra, A., Gosain, S., & Young, K. M. (1999). IT-Intensive Value Innovation in the Electronic Economy: Insights From Marshall Industries. *MIS Quarterly*, 23(3), 303-335.
- Gabrielle, B. S., Hellie, J. S. L., & Woo, S. (2003). Conjoint Analysis. Retrieved from <http://www.uchicago.edu/fac/pradeep>
- Green, P. E., & Srinivasan, V. (1978). Conjoint Analysis in Consumer Research: Issue and outlook. *Journal of consumer research*, 5(2), 103-123.
- Greenbaum, S. G., Edmondson, C. A., Stallworth, P. E., Chapman, M. E., Fontanella, J. J., Wintersgill, M. C., & Chung, S. H. (2000). Complex impedance studies of proton-conducting membranes. *Solid State Ionics*, 135(1), 419-423.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Hartung, J. (2001). Testing for Homogeneity in Combining of two-armed trials with normally distributed responses. *The Indian Journal os Statistics*, 63, 293-310.
- Hauser, J. R., & Rao, V. (2002). Conjoint Analysis, Related Modeling, and Application. *Advances in Marketing Research: Progress and Prospects*, 23, 1-32.
- Herbison, G., & Boseman, G. (2009). Here they come – Generation Y: Are you ready. *Journal of Financial Service Professionals*, 33-34.
- Lancaster, K. J. (1971). *Consumer Demand: A New Approach*. New York: Columbia University.
- Lawson, A., & Baud-bovy, W. (1977). *Tourism and recreation handbook of planning and design*. Oxford: Attica.
- Marketeer. (2017). Gen ไหน? ที่เขวแบบไหน? . Retrieved from

<https://marketeeronline.co/archives/4340>

McGrew, G., & Wilson, M. J. (1982). *Decision making approaches and analysis*.

Manchester: Manchester University.

Miller, R. K., & Washington, K. (2008). Generational focus *The 2009 Entertainment, media & advertising market research handbook*, 157-166.

Moskowitz, D., Moskowitz, H., Beckley, D., & Lopetcharat, K. (2012). *Conjoint Analysis plus Product Innovation Toolbo x* Ames IA: Wiley-Blackwell.

Reynolds, L. A. (2005). Communicating total rewards to the generations. *Benefits Quarterly*, 21(2), 13-17.

Stock, T. (2008). Transformer generation. Retrieved from

<http://www.slideshare.net/scenariodna/transformer-generation-presentation>

Wetsels, I. (2008). Generation Y' (de-) mystified. Deloitte Consulting. . Retrieved from

<http://www.econ.kuleuven.be/cbl/activities/2008GenY/2008GenY>

Yarrow, K., & Donnell, J. (2010). Gen buY: how tweens, teens, and twenty-somethings are revolutionizing retail. *Journal of Consumer Marketing*, 27(6), 564-565.

กัลยา วานิชปัญญา. (2545). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 6 ed.). กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จรรยา เหล่าขำนาญวุฒิ. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ)), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

จริญญา เจริญสุกใส และ สุวัฒน์ จุฑาภรณ์. (2554). แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2543). ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชวัลนุช อุทยาน. (2550). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. Retrieved from

<https://touristbehaviour.wordpress.com/1>

- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). การวิจัยเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพมหานคร: ทิพย์ลิเคชั่น.
- ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ. (2559). การเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา: โดยใช้ผลจากการวิเคราะห์ร่วม. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 7(1), 67-84.
- ดวงใจ จันทร์ดี. (2559). ทศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด)), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- ธัญชนก แวงแก้ว. (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น. (สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป)), คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ธีระวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นริศา มัจฉริยกุล. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะใต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (สารนิพนธ์ บธ.ม.), คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- นิรันดร ทัพไชย. (2545). กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- นิตา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เบญจวรรณ บุญพรหม. (2553). พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มีรายได้สูงในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด)), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- พสุ เดชะรินทร์. (2551). ช่องว่างในการทำงานระหว่าง Gen X กับ Gen Y. Retrieved from <http://library.acc.chula.ac.th/Article2551/Pasu/Manager/M1910082>
- พิศมัย จัตุรัตน์. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร (ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ)), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- มิญญา โอปลอด. (2557). พฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย. (สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ)), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

- เมธยา แสนใจยา. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย (รายงานการวิจัย), คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรญาณบุรี ปทุมธานี.
- รัตน์ะ บัวสนธิ์. (2551). วิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์คำสมัย.
- วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์. (2561). รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12, 134-149.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 4 ed.). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2548). *Power gens branding*. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์และทำปกพรินต์ติ้ง เซ็นเตอร์.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). สังคมวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรินต์ติ้ง เฮ้าส์.
- ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. (2540). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- ศุภลักษณ์ อัครากร. (2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน. กรุงเทพมหานคร.
- สมณีย์ พิรกิจ. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (สารนิพนธ์ บธ.ม.), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 8 ed.). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อังศุมาลิน ประสพพันธุ์ และ ไกรชิต สุตะเมื่อง. (2557). ปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศ. วารสารธุรกิจปริทัศน์, 6 (1), 37-50.
- อัจฉราวรรณ งามญาณ. (2554). อันเนื่องมาแต่สูตรของยามาเน่. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 34(131), 46-60.







**แบบสอบถาม การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจของเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ
ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร**

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยโดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับผู้วิจัย และทุกคำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับโดยผู้ขอมูลंनाเสนอให้เป็นภาพรวมเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

สำหรับแบบสอบถามชุดนี้ ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1** แบบสอบถามด้านลักษณะประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2** แบบประเมินผลจากการตัดสินใจของเที่ยวต่างประเทศ

- ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ -

ส่วนที่ 1: ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ 22-25 ปี 26-29 ปี 30-33 ปี 34-38 ปี
3. สถานภาพ โสด สมรส/อยู่ด้วยกัน หม้าย/หย่าร้าง/แยกทางกันอยู่
4. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
- อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท 25,001 - 35,000 บาท 35,001 - 45,000 บาท 45,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2: แบบประเมินผลการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ

ถ้าผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องการเลือกสถานการณ์ในการไปท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง มีปัจจัย 4 ตัว เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ได้แก่

1. ความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว
2. ปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป
3. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว (5 วัน)
4. สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ในแต่ละทางเลือกของการตัดสินใจ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนทางเลือกในแต่ละข้อ โดยการวงกลมล้อมรอบคะแนนที่ท่านคิดว่าเหมาะสม

โดย คะแนน 0 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่เลือก ทางเลือกนั้นอย่างแน่นอน

คะแนน 100 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือก ทางเลือกนั้นอย่างแน่นอน

ตัวอย่าง:

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ
1.	จับจ่ายซื้อของ (Shopping)	มีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม ที่หลากหลาย	20,000 บาท	เพื่อน ครอบครัว คนใกล้ชิด
	0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100
ไม่เลือกแน่นอน		กรูณาวงกลมล้อมรอบคะแนนที่เหมาะสม		เลือกแน่นอน

แบบประเมินผลการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ
1.	<p>เที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม (Sightseeing and Activity)</p> <p>0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100</p> <p>ไม่เลือกแน่นอน</p>	<p>มีสถานที่ท่องเที่ยวและ กิจกรรมที่หลากหลาย</p> <p>0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100</p> <p>เลือกแน่นอน</p>	30,000 บาท	<p>เดินทางท่องเที่ยว</p> <p>การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)</p>

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ
2.	<p>เที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม (Sightseeing and Activity)</p> <p>0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100</p> <p>ไม่เลือกแน่นอน</p>	<p>การเดินทางที่สะดวกสบาย</p> <p>0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100</p> <p>เลือกแน่นอน</p>	20,000 บาท	<p>เดินทางท่องเที่ยว</p> <p>เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว</p>

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว
3.	จ่ายซื้อของ (Shopping)	ปลอดภัย	20,000 บาท	การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
	0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100 ไม่เลือกแน่นอน	กฏวางกมลล้อมรอบคะแนนที่เหมาะสม		เลือกแน่นอน

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว
4.	จ่ายซื้อของ (Shopping)	มีสถานที่ท่องเที่ยวและ กิจกรรมที่หลากหลาย	20,000 บาท	เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว
	0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100 ไม่เลือกแน่นอน	กฏวางกมลล้อมรอบคะแนนที่เหมาะสม		เลือกแน่นอน

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว
5.	จ่ายซื้อของ (Shopping)	การเดินทางที่สะดวกสบาย	20,000 บาท	การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
	0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100 ไม่เลือกแน่นอน	กฎเกณฑ์ที่เลือกคะแนนที่เหมาะสม		เลือกแน่นอน

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว
6.	จ่ายซื้อของ (Shopping)	มีสถานที่ท่องเที่ยวและ กิจกรรมที่หลากหลาย	20,000 บาท	สื่อออนไลน์หรือโซเชียล มีเดีย
	0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100 ไม่เลือกแน่นอน	กฎเกณฑ์ที่เลือกคะแนนที่เหมาะสม		เลือกแน่นอน

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว
7.	จ่ายซื้อของ (Shopping)	การเดินทางที่สะดวกสบาย	30,000 บาท	สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย
	0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100 ไม่เลือกแน่นอน	กรุงเทพมหานครเหมาะสมที่สุด		เลือกแน่นอน

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว
8.	จ่ายซื้อของ (Shopping)	ปลอดภัย	30,000 บาท	เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว
	0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100 ไม่เลือกแน่นอน	กรุงเทพมหานครเหมาะสมที่สุด		เลือกแน่นอน

การตัดสินใจ	ความตั้งใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยว	ปัจจัยแวดล้อมของ ประเทศที่เดินทางไป	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การท่องเที่ยว (5 วัน)	สิ่งที่ประกอบการตัดสินใจ
9.	เที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม (Sightseeing and Activity)	ปลอดภัย	20,000 บาท	สะดวกหรือใช้เสีย มีเดีย
	0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100	กรุณาวางกลมล้อมรอบคะแนนที่เหมาะสม		เลือกแน่นอน





ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ ดร. ญาณพล แสงสันต์

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ภาคผนวก ค
หนังสืออนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



พ.ศ. ๒๕๖๒ / ๒๕๖



คณะผู้พิพากษา
ศาลฎีกาชั้นต้นคดีแพ่ง
ตุลาคม 25 ๒๕๖๒ ศาลฎีกา ถนนพญา 10110

ฎีกาที่ ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สืบข้อมูลเพื่อการไต่สวน
เป็น ผู้ในบทบาทพ่อค้าสุจริตชนผู้มี

เมื่อด้วย นางสาววิภา เม็กศรีเกษม นิสิตระดับปริญญาโท สาขาบริหารการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้ยื่นอุทธรณ์พิทักษ์สิทธิการไต่สวน เรื่อง "การวิเคราะห์ส่วนในการตัดสินไต่สวนเพื่อการค้าประเภทแบบไลเซนส์ของนักฟอเรนเจอร์บนเว็บไซต์ในโซเชียลมีเดีย" โดยมี นายจรูญ ศรีวิชัย ป่าตองสุจริตชน เป็นทนายผู้รับใช้ศาลฎีกาชั้นต้น

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์สืบข้อมูล โดยให้แนบเอกสาร เรื่อง "การวิเคราะห์ส่วนในการตัดสินไต่สวนเพื่อการค้าประเภทแบบไลเซนส์ของนักฟอเรนเจอร์บนเว็บไซต์ในโซเชียลมีเดีย" กับนักฟอเรนเจอร์บนเว็บไซต์ จำนวน ชาวไทย อายุระหว่าง 22 - 38 ปี โดยขอให้สถานที่ทำธุรกรรมสุจริตชนมีระหว่างเดือนตุลาคม ๒๕๖๒ ถึงเดือนมีนาคม ๒๕๖๒ ทั้งนี้ นิสิตขอเป็น ผู้ประสงค์ทราบในรายละเอียดคดีไต่สวน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณฯ ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

ผู้รับคดีตรวจคดี คดีแพ่งชั้นต้น โทษฐานฟ้องคดี
ขอความพิทักษ์สิทธิการไต่สวนแบบ ไร่สุจริตชน
คณะผู้พิพากษาชั้นต้น

สำนักงานคณะผู้พิพากษาชั้นต้น

โทร. 0 2649 5064

พยานหลักฐาน - ศาลฎีกาชั้นต้นคดีแพ่งชั้นต้น ศาลฎีกา โทร. ๐๒ ๔๖๑ ๖๖๖

ที่ ศบ ๕๑๑๘/ ๒.๑



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
สุรนันทน์ 23 เขตเทศบาล นครราชสีมา 30110

เรื่อง กุญแจที่ 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ยื่นข้อร้องเรียนเพื่อการวิจัย
เรียน ผู้เกี่ยวข้องทางภาคเอกชนเมือง

เนื่องด้วย นางสาววิภา ภิรมย์พิพนธ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับความผิดใจไม่พอใจการนิเทศน์ เรื่อง "การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจก่อนเที่ยวต่างประเทศ
แลกเปลี่ยนของนักท่องเที่ยวเงินบาทในวงกลมของธนาคาร" โดยมี อาจารย์ ดร.ณัฐยา ปิระกิจสุสุวรรณ
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการนิเทศน์

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์ยื่นข้อร้องเรียน โดยใช้นามสมมติว่า เรื่อง "การวิเคราะห์ร่วม
ในการตัดสินใจก่อนเที่ยวต่างประเทศแลกเปลี่ยนของนักท่องเที่ยวเงินบาทในวงกลมของธนาคาร" กับ
นักท่องเที่ยวเงินบาทเที่ยวชิวๆ ชาวไทย อายุระหว่าง 22 - 38 ปี โดยขอใช้สถานที่ทำภาคเอกชนเมือง
ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ถึงเดือนมีนาคม 2562 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริพงษ์ วัฒนานนงกุล)
รองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน วิทยาลัยการพัฒน
คณะศึกษาศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณะศึกษาศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5060

พยานตน : สภากาชาดแห่งประเทศไทยและภาคีองค์กรพัฒนา โทรทัศน์ ๑๙๗ ๕๑๐ ๖๖๖๖

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ปวีรา เกียรติทอง
วัน เดือน ปี เกิด	20 ตุลาคม 2533
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	2552 สายศิลป์-คำนวณ โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ หอวัง นนทบุรี นนทบุรี
	2556 นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร
	2557 CERTIFICATE III IN SPOKEN AND WRITTEN ENGLISH HOLMESGLEN INSTITUTE OF TAFE MELBOURNE, AUSTRALIA
	2561 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	310/485 ซอยสองประภา14(2-1) ถ.สรงประภา แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม. 10210