

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science in Sports Science

Common Course

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2018

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาว ไทย
โดย	น.ส.อรัญญา เกรียงไกรโชค
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สีหธา พงษ์พิบูลย์)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม)	
.....	กรรมการ
(อาจารย์ ดร.โสภณัทย์ สุนธยาธร)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)	

อรรถญา เกรียงไกรโชค : แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย. (THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.กุลพิชญ์ โภคิยอุดม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้หญิงชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง และเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยตามตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

วิธีดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้หญิงชาวไทยในประเทศไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป เคยหรือมีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปยังประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย มีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง รวมถึงเดินทางท่องเที่ยวระหว่างทำธุรกิจ แต่ไม่รวมการเดินทางไปศึกษาต่อ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) เท่ากับ 0.89 และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น α เท่ากับ 0.90 เก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 โดยที่แรงจูงใจรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.42 และระดับมาก ได้แก่ ด้านการพัฒนาตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.18 ด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.02 ด้านอารมณ์ ความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ด้านสถานภาพ ชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ย 3.78 และด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย ผู้หญิงชาวไทยมีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอยู่ในระดับมาก โดยมีแรงจูงใจด้านกายภาพระดับมากที่สุด แต่มีแรงจูงใจด้านอื่นระดับมาก โดยที่ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกัน

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2561

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6078413139 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORD: MOTIVE, TRAVEL SOLO, THAI FEMALES, DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS

Arunya Kreangkraichok : THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES. Advisor:
GULAPISH POOKAIYAUDOM, Ph.D.

The purpose of this research is to study the motive to travel solo of Thai females and compare their demographic attributes: age, status, education level, career and income. The sample of research consists of 400 Thai females are 20 years old who have experienced or interest in solo travel in overseas and have plan to travel solo together with business travelling excluding travelling for further education.

This research used questionnaires as the main method to collect data with IOC of 0.89 and coefficient alpha equal 0.90. This study also applied statistical data analyses using the determination of patterns in the data such as the frequency, percentage, mean and standard deviation. The research also undertook One-Way ANOVA. Thereafter, if the research revealed the difference of statistical significance at 0.05, LSD technique was adopted to test the pair differences.

The hypotheses testing revealed that overall motive to travel solo of Thai females reached the high level of agreement. The highest motives categorized by items were Physical motive followed by the high motives of Self-development, Culture, Emotion, Status and Prestige and Person respectively. The comparison of demographic attributes revealed that Thai females who have different age, status, education level, career and income had different motives to travel solo with statistical significance at 0.05.

In summary, Thai females have motives to travel solo at the high level of agreement and physical motive is highest while others are high. Moreover, the demographic attributes: age, status, education level, career and income have different motives to travel solo.

Field of Study: Sports Science

Student's Signature

Academic Year: 2018

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีด้วยความเมตตากรุณา ความปรารถนาดี ได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งมาโดยตลอด จากบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะอาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภคโยดม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนวทาง คอยตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงให้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย อาจารย์ ดร.โสสมฤทัย สุนทรยาธร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ที่กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่อง จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล อาจารย์ ดร. รุจน์ เลหาภักดี รองศาสตราจารย์ มั่นทนี ยมจินดา และอาจารย์ ดร. กิ่งกนก เสาวภาวงศ์ ที่ได้เมตตาและกรุณาสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้ และขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยพัฒน์ หล่อศิริรัตน์ และอาจารย์ ดร.วรรณพร ทองตะโก อาจารย์ผู้ให้ความรู้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คอยแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจวิธีดำเนินการวิจัยด้วยดีและสามารถปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้บริหารบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารท่าอากาศยานดอนเมือง ผู้บริหารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่ได้กรุณาอำนวยความสะดวกในการอนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บข้อมูลการวิจัยในบริเวณพื้นที่ภายในอาคารของท่าอากาศยานทั้งสองแห่ง และได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกท่านเป็นอย่างดี จนทำให้ได้ข้อมูลการวิจัยครบถ้วน

ผู้วิจัยระลึกถึงพระคุณของบิดา มารดา และทุกท่านในครอบครัว ที่เป็นแรงบันดาลใจให้วิทยานิพนธ์สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี ขอขอบพระคุณอาจารย์ บุคลากรทุกท่าน เพื่อน ๆ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเพื่อนๆ ภายนอกที่ให้ความช่วยเหลือ คอยให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีมาโดยตลอด และขอขอบพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ มาไว้ ณ โอกาสนี้

อรัญญา เกรียงไกรโชค

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
สมมุติฐานของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	10
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว	24
3. แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว.....	44
4. แนวคิดเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง.....	55
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	64
กรอบแนวคิดการวิจัย	69
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	70
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	70

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	72
การเก็บรวบรวมข้อมูล	75
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	75
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้หญิงชาวไทย	78
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย 81	
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย .. 86	
ตอนที่ 4 ผลการแจกแจงจำนวนของผู้หญิงชาวไทย จำแนกตามข้อมูลความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ อื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	93
ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	94
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	119
สรุปผลการวิจัย.....	120
อภิปรายผลการวิจัย.....	124
ข้อเสนอแนะ	133
บรรณานุกรม.....	136
ภาคผนวก.....	145
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย	146
ภาคผนวก ข เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน	153
ภาคผนวก ค หนังสืออนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย	159
ภาคผนวก ง เครื่องมือในการวิจัย	163
ประวัติผู้เขียน.....	170

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ.....	78
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	79
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	79
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	80
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้.....	80
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดหมายปลายทางที่เคยหรือ สนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง กรณีให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ.....	81
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยหรือสนใจ วางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.....	82
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่เคย หรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง กรณีให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ	82
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเดินทาง ท่องเที่ยวตามลำพัง กรณีให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ.....	83
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทหรือกิจกรรมหลัก ที่เคยหรือสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง กรณีให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ.....	83
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	84
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งสืบค้นข้อมูลการ ท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง กรณีให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ	85
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทาง ท่องเที่ยวตามลำพัง ของผู้หญิงชาวไทย.....	86
ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทาง ท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	87

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านกายภาพในการเดินทาง
 ท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย 88

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการ
 เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย..... 89

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการ
 เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย..... 90

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการ
 เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย..... 91

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมในการเดินทาง
 ท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย 92

ตารางที่ 20 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามและประเด็นที่แสดงความคิดเห็นหรือข้อแนะนำอื่น ๆ
 เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย..... 93

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบระหว่างอายุกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง
 ของผู้หญิงชาวไทย 94

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบระหว่างอายุกับแรงจูงใจในการ
 เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย..... 95

ตารางที่ 23 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอายุกับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทาง
 ท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย 96

ตารางที่ 24 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุ กับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการ
 เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย..... 97

ตารางที่ 25 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุ กับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการ
 เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย..... 98

ตารางที่ 26 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุ กับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงใน
 การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย 99

ตารางที่ 27 เปรียบเทียบระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยว
 ตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย 100

ตารางที่ 28	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย.....	100
ตารางที่ 29	ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย.....	101
ตารางที่ 30	ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	101
ตารางที่ 31	ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	102
ตารางที่ 32	ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	102
ตารางที่ 33	เปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย.....	103
ตารางที่ 34	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	104
ตารางที่ 35	ทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย.....	105
ตารางที่ 36	ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจด้านกายภาพในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	106
ตารางที่ 37	ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย.....	107
ตารางที่ 38	ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	108
ตารางที่ 39	เปรียบเทียบระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	109
ตารางที่ 40	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย.....	110

ตารางที่ 41 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกใน การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	111
ตารางที่ 42 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองใน การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	112
ตารางที่ 43 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงใน การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	113
ตารางที่ 44 เปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทาง ท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	113
ตารางที่ 45 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	114
ตารางที่ 46 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านบุคคล ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	115
ตารางที่ 47 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	116
ตารางที่ 48 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านการ พัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	117
ตารางที่ 49 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	118

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกมีแนวโน้มและโอกาสการขยายตัวในระดับสูงขึ้นมาโดยตลอด สืบเนื่องมาจากการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบสังคมและระบบเศรษฐกิจของประเทศ กล่าวคือ ความสำคัญต่อระบบสังคม ได้แก่ การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การฟื้นฟูและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณี และการสร้างความเจริญให้เกิดขึ้นแก่สังคม ส่วนในด้านความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจนั้น ได้แก่ การมีส่วนร่วมช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตในด้านต่าง ๆ เป็นสิ่งที่สามารถให้บริการด้านการขายได้ตลอดเวลา ก่อให้เกิดการสร้างอาชีพและการจ้างแรงงานขึ้น ทำให้เศรษฐกิจมีการหมุนเวียนในรูปของรายได้ เกิดการแลกเปลี่ยนในรูปของเงินตราต่างประเทศ เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่รัฐในรูปของภาษี และมีการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นให้ทั่วถึง (สมบัติ กาญจนกิจ, 2557)

จากการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบสังคมและเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการพัฒนาคอนกรีตสร้างพื้นฐานต่าง ๆ และด้านสาธารณูปโภค มีวิสาหกิจขนาดย่อมเกิดขึ้น ทำให้เกิดการสร้างงาน และสร้างรายได้ เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้น ทั้งนี้ ปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเพิ่มขึ้น เช่น การขยายเส้นทางเชื่อมโยงการคมนาคมทางบกระหว่างประเทศภายในภูมิภาค การคมนาคมทางน้ำ การคมนาคมทางอากาศ เช่น การสร้างสนามบิน การขยายสนามบิน การให้บริการที่เพิ่มขึ้นของสายการบินโดยการขยายเส้นทางบิน เป็นต้น อีกทั้งการท่องเที่ยวต้องอาศัยกลไกต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนา เช่น ทางด้านทรัพยากรมนุษย์ สาธารณูปโภค การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น (กาญจนนภา พงศ์พนรัตน์, 2561)

นอกจากนี้ การพัฒนาและการเติบโตด้านการท่องเที่ยวมาโดยตลอด ทำให้ปัจจุบันเกิดกระแสของการท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้น และการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของหลายประเทศ ประเทศส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคสังคมดิจิทัล (Digital Society) มีระบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งสู่สังคมอุดมปัญญา (Smart tourism) เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้ปรับตัวเข้าสู่ระบบดิจิทัล (Digital) ที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านแหล่งข้อมูลที่พิก สถานที่ท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง รายงาน

สภาพอากาศ ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย เกิดความสะดวกและคล่องตัวในการค้นหาข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เสมือนโลกไร้พรมแดน สามารถรับรู้และติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ถือเป็นการบูรณาการการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, ม.ป.ป.) โดยปัจจุบันพบว่าแนวโน้มในการใช้สื่อสังคม (Social media) ตลอดจนการใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน (Smart phone) เพื่อการท่องเที่ยว จอจที่พก อ่านความคิดเห็น หรือการแลกเปลี่ยน แสดงรูปภาพด้านการท่องเที่ยวตามเครือข่ายสังคม (Social network) เป็นกระแสของการท่องเที่ยวที่มีทั้งนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ รวมถึงนักท่องเที่ยววัยเกษียณ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) ผลจากการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล (Digital) ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถค้นหาข้อมูลและวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง การเชื่อมต่อข้อมูลสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว เทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยสนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะหรือแบบกลุ่มที่ใช้บริการนำเที่ยว มาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว ตลอดจนการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Free and Independent Travel) ทั้งนี้ ภัทรพงศ์ ชาร์เมืองกุล (2557) พบว่า การที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไม่ใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากความสะดวกและรวดเร็วจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสารสามารถสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและจองบริการต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง

สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยนั้น นักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มที่จะนิยมการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมากขึ้น โดยเฉพาะการหาเวลาตรงกันกับเพื่อนเพื่อเดินทางร่วมกันทำได้ยาก ทำให้เลือกเดินทางด้วยตนเอง ประกอบกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยี มีการค้นหาข้อมูลการเดินทางได้ด้วยตนเอง ช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางมากขึ้น ทำให้การเดินทางตามลำพังทำได้ง่ายดาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) ตัวอย่างเว็บไซต์ (Website) ที่ใช้สืบค้นการเดินทางตามลำพังด้วยตนเอง เช่น www.tripadvisor.com เป็นเว็บไซต์ (Website) ที่มีผู้ใช้บริการทั่วโลก เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร โดยมีคำแนะนำสำหรับผู้เดินทางคนเดียว ตลอดจนข้อมูลสำหรับผู้เดินทางที่เป็นนักท่องเที่ยวผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังด้วยนอกจากนี้แล้ว จากการสำรวจผู้หญิงจำนวน 9,181 คน พบว่าผู้หญิงที่วางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมีจำนวนถึงร้อยละ 74 แตกต่างจากในอดีตที่มีผู้หญิงเพียงจำนวนน้อยมากที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง (โตมร สุขปรีชา, 2558) โดยที่การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงนั้นยังมีความสำคัญในเรื่องของการมีอำนาจในการเดินทาง การตัดสินใจ และการก้าวข้ามผ่านกรอบของเพศในกลุ่มนักท่องเที่ยวหญิงชาวเอเชียที่เดินทางตามลำพัง (Yang et al., 2018) สอดคล้องกับงานวิจัยของนวพร บุญประสม (2559) ซึ่งนำเสนอถึงกระแสของกลุ่มนักท่องเที่ยวหญิงโสดที่เป็นกลุ่มมีกำลังซื้อและมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จึงต้องมีการทำกลยุทธ์และบริการเพื่อรองรับ

การขยายตัวของตลาดกลุ่มนี้ ทั้งนี้ ยังพบว่าสื่อสังคม (Social media) ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวปัจจุบัน มี Facebook page หลากหลาย มีการอธิบายขั้นตอนการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงตัวคนเดียว เช่น เพลง I roam alone เพลงผู้หญิงคนเดียวก็เที่ยวได้ Journey of my life และเพลงไปคนเดียว หรือการตั้งกระทู้ซักถามในเว็บไซต์ (Website) เช่น www.pantip.com ห้อง blue planet เป็นห้องสำหรับการตั้งกระทู้เพื่อซักถามแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการท่องเที่ยว พบว่ามีข้อมูลการเดินทางตามลำพังของนักท่องเที่ยวผู้หญิงเช่นกัน

การท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงนั้นมีแนวโน้มเติบโตสูงมากทั่วโลก เนื่องจากความนิยมในการท่องเที่ยวตามลำพังมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยมีรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นอิสระ แสดงออกถึงการเดินทางด้วยตนเอง สามารถออกแบบเส้นทาง กิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องรอเพื่อนร่วมเดินทางคนอื่น ๆ มีความรู้สึกของการผจญภัย ได้ทดลองทำสิ่งใหม่ ๆ และการได้พบผู้คนใหม่ ๆ อีกทั้งยังพบว่าเทคโนโลยีมีอิทธิพลอย่างมากต่อการท่องเที่ยวด้วยตนเองของผู้หญิง (Matsangou, 2018) ทั้งนี้ ฉันทิช วรรณนอม (2552) ได้อธิบายว่า นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเองเป็นการส่วนตัว มักเป็นการท่องเที่ยวตัวคนเดียว โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นจะมีความแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากแถบทวีปอเมริกาและยุโรปจะมีการวางแผนท่องเที่ยวอย่างดี มีการให้ความสำคัญกับเรื่องการเดินทาง การเตรียมความพร้อม การจัดเตรียมเรื่องเอกสารที่เกี่ยวข้อง กำหนดระยะเวลาการพักค้างที่ยาวนาน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาจากแถบเอเชียจะไม่ค่อยใส่ใจเรื่องการเดินทางท่องเที่ยว จึงมีคำแนะนำเพื่อเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่น การสอบถามข้อมูลต่าง ๆ จากผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว จากสำนักงานหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ หน่วยงานการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ จากหนังสือคู่มือหรือเอกสาร จากอินเทอร์เน็ต (Internet) ซึ่งมีข้อมูลเป็นปัจจุบัน (Update) โดยนำข้อมูลที่ได้รับไปเปรียบเทียบเพื่อใช้ในการวางแผนท่องเที่ยวด้วยตนเอง ทั้งเส้นทาง การเดินทาง การใช้พาหนะเดินทาง ที่พัก และกิจกรรมการเดินทาง การจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่พึ่งพาบริษัทจัดนำเที่ยวจะต้องมีการวางแผนเรื่องต่าง ๆ ให้พร้อม เนื่องจากการเดินทางด้วยตนเองอาจมีอำนาจต่อรองกับสถานที่ประกอบการที่ใช้บริการไม่มากนัก ไม่มีผู้รับผิดชอบทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้ หรือกรณีระหว่างการเดินทาง มีปัญหาสุขภาพ เจ็บป่วย เกิดอุบัติเหตุ จะต้องดำเนินการด้วยตนเอง เป็นต้น

จากการคาดการณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลกว่าจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 1,600 ล้านคนในปีพ.ศ.2563 และธนาคารโลก (World Bank) ได้ประมาณการเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนาว่าจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ต่อปี ผลผลิตมวลรวมทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 56 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ถือได้ว่าเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ประชากรทั่วโลก ทั้งนี้รายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศซึ่งไม่รวมถึงค่าขนส่ง จะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปีพ.ศ.2563

และคาดว่าโดยเฉลี่ยจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศใช้จ่ายต่อวันไม่รวมค่าขนส่งระหว่างประเทศ เป็นจำนวน 5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (พวงบุหงา ภูมิพานิช, 2539 อ้างถึงในฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ในขณะที่การเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศของนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นมา โดยตลอด จนกลายเป็นกระแสความนิยมเดินทางไปต่างประเทศของนักท่องเที่ยวไทย อาจมีสาเหตุมาจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศด้านการท่องเที่ยวของตัวเอง นักท่องเที่ยวเอง เช่น ต้องการเดินทางไปพื้นที่ที่มีอากาศแตกต่างกับประเทศไทย เรียนรู้แลกเปลี่ยน วัฒนธรรมประเพณีที่ไม่คุ้นเคย เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีการพัฒนาในลักษณะที่ไม่ อาจพบเห็นในประเทศไทย เยี่ยมชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลก เป็นต้น อีกทั้ง ชาวไทยบางคนหรือบางกลุ่ม มีสภาพชีวิตด้านเศรษฐกิจที่ดีขึ้น มีวันหยุดที่ทำให้มีเวลาว่าง หรือได้รับข้อมูลจากผู้ที่เคยเดินทางบอก เล่าถึงความน่าสนใจของการเดินทางไปต่างประเทศ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบที่ส่งผลและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้นั้นมาจากแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเช่นกัน

แรงจูงใจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งที่กำหนดให้นักท่องเที่ยว เลือกท่องเที่ยว อยากรู้อยากเห็น เดินทางด้วยวิธีใด ท่องเที่ยวประเภทใด กิจกรรมอย่างไรระหว่าง ท่องเที่ยว ล้วนแล้วแต่เกิดจากแรงจูงใจ (รัตนภรณ์ มหาศรานนท์, 2546) ซึ่ง ดวงทอง สรประเสริฐ (2559) พบว่าผู้หญิงที่ท่องเที่ยวตามลำพังมักมีพฤติกรรมที่นิยมบอกเล่าเรื่องราวการเดินทางท่องเที่ยว ผ่านสื่อออนไลน์ (online) เพื่อเขียนแสดงตัวตนของตนเอง เช่น เป็นคนรักอิสระ ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ เกิดความเพลิดเพลินที่ได้ออกสู่โลกกว้าง เพื่อเขียนเรื่องราวเป็นแรงบันดาลใจให้แก่บุคคลอื่น เกิด ความภูมิใจในตัวเอง และมองว่าตนเองประสบความสำเร็จ ผู้หญิงที่ท่องเที่ยวตามลำพังแต่ละคนจะมี ความแตกต่างกัน เช่นจากผู้สูงวัยกลับเห็นว่าเพศและวัยไม่ใช่อุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้หญิง บางคนที่เคยคิดว่าตนเองไม่กล้า เป็นคนกลัวสิ่งต่าง ๆ กลายเป็นคนที่มีความมั่นใจในตนเอง สามารถ เอาตัวรอดและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ บางคนเคยให้ความสำคัญกับวัตถุสิ่งของ กลับกลายเป็นผู้ที่ เห็นความสำคัญของประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง กล่าวโดยรวมคือผู้หญิงที่เดินทาง ตามลำพัง จะหาเวลาว่างตรงกันเพื่อเดินทางร่วมกันกับคนอื่นได้ยาก หรือมีความชอบความเป็นอิสระ อยากรู้อยากเห็นถึงความกล้า เผชิญหน้ากับสิ่งต่าง ๆ ค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่ที่พบระหว่างการ เดินทางคนเดียว พุดคุยพบปะคนแปลกหน้าบ้าง อยากถ่ายทอดหรือเป็นตัวอย่งให้บุคคลอื่นอยาก เลียนแบบเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวบ้าง ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อาจกล่าวได้ว่าแรงจูงใจในการเดินทาง ท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยจะมีความเกี่ยวข้องกับการเห็นคุณค่าในตัวเองและสร้าง ความภาคภูมิใจได้

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยเป็นเรื่องที่ น่าสนใจศึกษาวิจัย ในบริบทของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ในขณะที่ผู้หญิงมีข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าผู้ชาย เช่น เรื่องความปลอดภัย เป็นต้น

และจากอดีตที่มีการเดินทางท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่ม แต่กลับพบว่าปริมาณผู้ท่องเที่ยวตามลำพังเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา และไม่พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย อีกทั้งการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความสำคัญหรือความสนใจไม่มากนักในการให้บริการกับผู้ท่องเที่ยวตามลำพัง ซึ่งสวนกระแสกับการเติบโตของผู้หญิงที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังที่จัดได้ว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม และยังไม่มีการวิจัยที่วิเคราะห์ด้วยแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยเพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง ที่ช่วยให้ทราบแรงกระตุ้นที่ก่อให้เกิดความต้องการการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวผู้หญิงชาวไทยที่ท่องเที่ยวตามลำพัง โดยประยุกต์แนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ Swarbrooke and Horner (2007) ในด้านบุคคล ด้านกายภาพ ด้านอารมณ์และความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านสถานภาพและชื่อเสียง รวมถึงด้านวัฒนธรรม เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจให้บริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สายการบิน โรงแรมที่พัก ผู้ให้บริการยานพาหนะ ผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริษัทประกันภัย เป็นต้น จะได้นำข้อมูลไปปรับใช้เพื่อจูงใจหรืออำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้สิทธิพิเศษ และเพิ่มมาตรการเรื่องความปลอดภัยให้กับผู้ที่เดินทางตามลำพัง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหันมาคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยและให้ความสนใจในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและเกิดการเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้หญิงชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยตามตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมุติฐานของการวิจัย

ผู้หญิงชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย มีการกำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยกำหนดเนื้อหาของการวิจัย คือ ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้หญิงชาวไทย ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย และเปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ของผู้หญิงชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้หญิงชาวไทยในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้หญิงสัญชาติไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เคยหรือมีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปยังประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย มีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเองโดยไม่ใช้บริการนำเที่ยวของบริษัททัวร์หรือบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการเดินทาง แต่รวมถึงการเดินทางไปธุรกิจและเดินทางท่องเที่ยวระหว่างทำธุรกิจ (Business Tourism / MICE Tourism) ไม่รวมการเดินทางไปศึกษาต่อ

ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม 2 แห่ง ได้แก่

- ทำอากาศยานดอนเมือง ที่ตั้ง 222 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสนามบิน เขตดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร บริเวณพื้นที่ให้บริการนั่งพักของผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศ ภายในอาคาร 1 ชั้นที่ 3

- ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่ตั้ง 999 หมู่ 1 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ บริเวณพื้นที่ให้บริการนั่งพักของผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศ ภายในอาคาร ชั้นที่ 4

ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดในเดือนกุมภาพันธ์ 2562 และมีการวิเคราะห์ข้อมูลจนแล้วเสร็จเป็นงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เดือนพฤษภาคม 2562

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่แสดงออกมาทางพฤติกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง แบ่งออกเป็นแรงจูงใจ 6 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านบุคคล แรงจูงใจด้านกายภาพ แรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง และแรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

แรงจูงใจด้านบุคคล (Motive of Person) หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่แสดงออกมาทางพฤติกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง เกิดจากปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยวที่มาจากตัวเอง เพื่อมีโอกาสพบปะทำความรู้จักกับบุคคลใหม่ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มีความต้องการแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังให้กับบุคคลอื่น มีความต้องการสื่อสารพูดคุยกับบุคคลที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในลักษณะแบบเดียวกัน

แรงจูงใจด้านกายภาพ (Motive of Physical) หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่แสดงออกมาทางพฤติกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง เพื่อเลือกกิจกรรมที่ตนเองต้องการได้หลากหลาย ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรการหรือระบบรักษาความปลอดภัยสูง มีกระบวนการผ่านเข้าเมืองที่สะดวก มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยค้นหาข้อมูลติดต่อสื่อสารระหว่างการเดินทางได้รวดเร็ว แหล่งท่องเที่ยวสะอาดมีสุขอนามัยที่ดี มีระบบการเดินทางขนส่งเชื่อมต่อถึงกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนใช้งานได้ และมีระบบการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว

แรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Motive of Emotion) หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่เป็นความต้องการภายใน แสดงออกมาทางพฤติกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเองในรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อแสดงออกให้เห็นถึงการหลีกเลี่ยงจากความจำเจ แสวงหาความแปลกใหม่ เพื่อเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ต้องการทำตามความใฝ่ฝันของตนเอง ต้องการความรู้สึกที่เป็นอิสระ คล่องตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่ถูกจำกัดให้เดินทางท่องเที่ยวตามรายการและเวลาที่ตนเองไม่ต้องการ ต้องการความรู้สึกที่ตื่นเต้น ทำทาย เพื่อให้รู้สึกว่าเป็นคนกล้าหาญ ต้องการทดสอบตนเอง เพื่อเอาชนะความรู้สึกกลัวและเหงา

แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง (Motive of Self Development) หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่แสดงออกมาทางพฤติกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง รู้จักเรียนรู้และหาวิธีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ได้ฝึกฝนและรู้จักการพึ่งพาตัวเอง ได้เรียนรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่กับตนเอง เช่น สถานที่ใหม่ หรือเส้นทาง

ใหม่ ๆ หรือเรื่องราวใหม่ๆ ที่ตนเองสนใจ ต้องการสร้างให้เกิดเป็นประสบการณ์ใหม่ พัฒนาศักยภาพให้กับตนเอง

แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Motive of Status and Prestige) หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่แสดงออกมาทางพฤติกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง เพื่อให้เกิดความภูมิใจและเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกว่าตัวเองประสบความสำเร็จในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังสามารถเป็นแบบอย่างหรือแรงบันดาลใจแก่ผู้อื่น ต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนขึ้นว่ามีความสามารถในการจัดการ หรือบริหารเวลาได้ด้วยตนเอง ต้องการได้รับการยอมรับหรือยกย่องจากผู้อื่นว่ามีความกล้า สามารถเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ และเกิดชื่อเสียงตามมาด้วย ต้องการแสดงให้เห็นว่าเพศสภาพไม่เป็นอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม (Motive of Culture) หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่แสดงออกมาทางพฤติกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่อยู่ในกระแสความนิยมและมีชื่อเสียง สถานที่สำคัญด้านวัฒนธรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว การจัดงานเทศกาลพิเศษด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญที่น่าสนใจ มีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตที่แตกต่าง และวัฒนธรรมที่แปลกใหม่จากแหล่งที่อยู่ปกติ ตลอดจนสินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย อาหาร ไม่มีอุปสรรคด้านภาษา เช่น สถานที่ท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลหรือแสดงเส้นทางเป็นสัญลักษณ์หรือรูปภาพหรือหลายภาษา รวมถึงมีบุคคลที่สื่อสารได้หลายภาษาคอยบริการให้ความช่วยเหลือ

การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง (Travel Solo) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปยังประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย มีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเองโดยไม่ใช้บริการนำเที่ยวของบริษัททัวร์หรือบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการเดินทาง แต่รวมถึงการเดินทางไปธุรกิจและเดินทางท่องเที่ยวระหว่างทำธุรกิจ (Business Tourism / MICE Tourism) ไม่รวมการเดินทางไปศึกษาต่อ

ผู้หญิงชาวไทย (Thai Females) หมายถึง ผู้หญิงสัญชาติไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป เคยหรือมีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปยังประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) หมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ทั้งนี้ สถานภาพ หมายความว่า สถานภาพสมรส ได้แก่ โสด สมรส หม้าย/หย่าร้าง และรายได้ หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ซึ่งข้อมูลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงชาวไทยกลุ่มนี้ใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) ในการสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวและบริการซึ่งปัจจุบันมีรูปแบบเป็นเว็บไซต์ (Website) หรือเครือข่ายสังคม (Social network) มากขึ้น สามารถนำข้อมูลการวิจัยไปประยุกต์ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายได้

2. ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจประกันภัย สามารถนำผลการวิจัยไปใช้วางแผนการตลาดด้านความปลอดภัยสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

3. ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง สามารถนำการศึกษาไปต่อยอดเพื่อพัฒนาองค์ประกอบหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้มากยิ่งขึ้น



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2554) การท่องเที่ยว ตามความหมายขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization : UNWTO) หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางออกจากสถานที่พักปกติเพื่อการพักผ่อน ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้ เป็นระยะเวลาติดต่อกันไม่เกินหนึ่งปี สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อการพักผ่อน เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อการศึกษา เพื่อเยี่ยมเยียนญาติและมิตร เพื่อการประชุม เพื่อการสัมมนา เพื่อติดต่อธุรกิจ โดยเป็นการเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่แห่งอื่นเป็นการชั่วคราวเป็นการเดินทางที่เกิดขึ้นมาจากความสมัครใจของตนเอง และมีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการเดินทางที่ไม่เป็นการประกอบอาชีพใด ๆ หรือเพื่อหารายได้แต่อย่างใด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) การท่องเที่ยว หมายถึง การออกเดินทางไปยังสถานที่อีกแห่งหนึ่งด้วยความสมัครใจ มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อน บันเทิง เยี่ยมเยียนญาติ ศาสนา หรือเข้าร่วมประชุม สัมมนา โดยไม่มีถิ่นพำนักถาวร และไม่เป็นการเดินทางไปประกอบอาชีพหรือเพื่อหารายได้ กล่าวคือ

- มีการเดินทาง ในลักษณะที่เต็มใจเดินทางโดยไม่มีการบังคับ หรือตกลงให้ค่าจ้าง มีการเคลื่อนย้ายจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง ทั้งระยะใกล้และไกลโดยอาศัยยานพาหนะในการเดินทางทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

- มีจุดหมายปลายทางที่เดินทางไปเป็นการชั่วคราวในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง มีการให้บริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร โดยจะต้องมีการเดินทางกลับมายังถิ่นที่พำนักของตน

- มีจุดหมาย หรือวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในการเดินทางที่หลากหลายแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล แต่ทั้งนี้ ต้องไม่มีจุดหมายเพื่อการทำงานประกอบอาชีพ หรือเพื่อก่อให้เกิดรายได้

ฉันทิช วรรณถนอม (2552) การท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลเดินทางออกจากที่พำนักของตน ไปยังสถานที่อื่นชั่วคราว และไม่เป็นการถาวร โดยมีจุดหมายของการเดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อการพักผ่อน แต่ไม่ใช่เป็นการเดินทางไปทำงาน หรือมีรายได้จากการเดินทางไป

การท่องเที่ยว มีความหมายตามคำนิยาม Urry (2002) อ้างถึงใน ศุภมณฑา สุภานันท์ (2557) หมายถึง กิจกรรมอย่างหนึ่งที่บุคคล มีโอกาส มีเวลาว่าง และหรือมีช่วงเวลาริหยุดพักผ่อน จึงเดินทางออกไปจากสถานที่พักอาศัยเป็นประจำปกติของตนเองไปยังสถานที่อื่น โดยมีการเดินทางไปใช้บริการ หรือบริโภค เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน เพื่อการพักผ่อน ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เพื่อให้ตนเองได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากสิ่งเดิม ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวเป็นสิ่งที่บางคนอาจมีความคิดเห็นว่าเป็นไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความจำเป็นในการดำเนินชีวิตปกติประจำวัน แต่การท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นกิจกรรมที่พิเศษกว่าสิ่งที่เป็นกิจกรรมยามว่างที่กระทำอยู่ในสถานที่ปกติหรือกระทำภายในบ้านของตนเอง กล่าวคือ การท่องเที่ยวมีลักษณะ ดังนี้

- การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมยามว่าง เกิดจากการวางแผนไว้ล่วงหน้า โดยจะแบ่งแยกออกจากกันเกี่ยวกับเวลาในการทำงานปกติ และเวลาว่าง มีการแสดงออกให้บุคคลอื่นมองเห็นว่าตนเองเป็นนักท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ซึ่งแตกต่างกันกับสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำ มีช่วงเวลาริพักค้างเป็นระยะเวลาสั้น ๆ และจะต้องเดินทางกลับมายังสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำของตนเอง ภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว

- การท่องเที่ยวเป็นการเคลื่อนย้ายของบุคคล ในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่หลากหลาย ถือเป็นการเดินทางที่ต้องเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวเอง โดยเป็นนักท่องเที่ยว เพื่อเดินทางไปยังสถานที่อื่น ๆ

- การท่องเที่ยวเป็นการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีมุมมองว่าตนเองมีลักษณะเป็นคนนอกพื้นที่ โดยจะมองว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้เดินทางไปถึงนั้นมี ความแตกต่างจากสถานที่อยู่อาศัยปกติของตน เป็นสิ่งที่ไม่คุ้นเคย มีความแปลกตา น่าสนใจค้นหา เกิดความคิดใฝ่ฝัน จินตนาการ เกิดความชื่นชอบตนเอง โดยมองว่าตนเองแตกต่างจากผู้อื่นในพื้นที่ นั้น ๆ มีลักษณะที่เรียกว่า เป็นการจ้องมองของนักท่องเที่ยว (Tourist Gaze) มีความสัมพันธ์กับการ เข้าถึงองค์ประกอบของทิวทัศน์ ภูมิประเทศของสถานที่นั้น เกิดเป็นประสบการณ์ที่แตกต่างจากสิ่งที เคยพบเห็นประจำวัน ความรู้สึกต่าง ๆ ถูกถ่ายทอดออกมา เช่น ภาพถ่าย โปสการ์ด ภาพยนตร์ เป็น กรณีที่มุมมอง การจ้องมองของนักท่องเที่ยวถูกทำให้เกิดการทำซ้ำแล้วมีการถ่ายทอดออกมาให้เห็น ในแง่การสื่อสารที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปท่องเที่ยว เกิดเป็นประสบการณ์ จากการสัมผัสสิ่งแปลกใหม่ จะสื่อสารออกมาในหลากหลายรูปแบบ เช่น ถ่ายภาพ จดบันทึก เล่าเรื่อง ในมุมมองของตนเอง อาจ เหมือนหรือแตกต่างกับเจ้าของสถานที่ พื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวที่นั้น ๆ

- การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบใหม่ในการเข้าสู่สังคม สำหรับยุคสมัยใหม่ เป็น การใช้การท่องเที่ยวเพื่อแสดงสถานะ หรือฐานะของตนให้ปรากฏแก่สังคม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) การเดินทางในลักษณะที่ไม่จัดเป็นการท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางในลักษณะที่ถูกบังคับ ไม่ได้สมัครใจหรือเต็มใจ การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยมี จุดมุ่งหมายในการทำงานประกอบอาชีพ หรือหารายได้ การย้ายถิ่นฐานในลักษณะเป็นการถาวร ณ สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทาง การไปปฏิบัติงานด้านองค์การระหว่างประเทศ การทูต และอื่น ๆ โดยมีค่าจ้างเป็นการตอบแทน การเดินทางข้ามพรมแดนเพื่อทำงานประจำ ณ สถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง การเดินทางผ่านไม่ได้แวะลงในพื้นที่แห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลมีความเต็มใจในการเดินทาง ออกไปจากแหล่งที่พักอาศัยอยู่ปกติ ไปยังแหล่งอื่นไม่เป็นการถาวร ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งติดต่อกัน ไม่เกิน 1 ปี เพื่อการบริโภค หรือใช้บริการต่าง ๆ เพื่อทำกิจกรรม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อน เพลิดเพลิน เกี่ยวข้องกับการกีฬา เยี่ยมเยือนครอบครัวญาติ และเพื่อน การประชุม สัมมนา ธุรกิจ แต่ไม่ได้หมายรวมถึงการเดินทางไปเพื่อทำงานประกอบอาชีพหรือเพื่อหารายได้

1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2557) การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบสังคม ระบบเศรษฐกิจ และระบบการเมือง ดังนี้

1) การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบสังคม

- ด้านการใช้เวลาว่าง และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์
- ด้านการส่งเสริมและเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคม
- ด้านการก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญในสังคม
- ด้านการลดจำนวนการอพยพย้ายถิ่นของคนในชุมชนท้องถิ่น ไม่ให้เกิด

ปัญหาความแตกต่างระหว่างชนบทกับในเมือง

- ด้านการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

2) การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ

- การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สามารถให้บริการได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดรายได้
- มีส่วนทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ ทำให้รัฐมีรายได้ในรูปของภาษี
- ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน ท้องถิ่น
- มีรายได้เข้าประเทศในรูปของเงินตราต่างประเทศ
- เกิดการหมุนเวียนเงินตราเกิดความคล่องตัวในระบบเศรษฐกิจ

3) การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบการเมือง

- เสริมสร้างความสัมพันธ์ระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระหว่างประเทศ เกิดองค์การความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน ในด้านการพัฒนาต่าง ๆ มีการประชุมระดับนานาชาติ
- มีส่วนผลักดันให้เกิดความสงบสุขและสันติภาพ เนื่องจากในแต่ละประเทศให้ความสนใจที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมเยือน

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อสังคม ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ได้พักผ่อน ผ่อนคลายความเหนื่อยล้า มีโอกาสพบปะและปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการจ้างงาน ก่อให้เกิดรายได้ต่อธุรกิจและประเทศ เกิดระบบหมุนเวียนทางเศรษฐกิจทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และระหว่างประเทศ มีความสำคัญต่อการเมือง ด้านความร่วมมือในการพัฒนาให้เกิดความสงบมั่นคง สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางเยี่ยมชมเยือนประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง

1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สุวัฒน์ จูธากรณ์ (2557) กล่าวถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว มีดังนี้

- นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังถิ่นอื่นด้วยความสมัครใจ และเป็นการชั่วคราว มีวัตถุประสงค์ไม่เป็นการประกอบอาชีพ และไม่เป็นการหารายได้ มีความสำคัญมากกับการท่องเที่ยว

- ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น สมบัติ กาญจนกิจ (2557) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการหรือสนใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ น้ำตก เกาะ แก่ง ถ้ำ หินงอก หินย้อย เป็นต้น

(2) แหล่งท่องเที่ยวที่บุคคลสร้างขึ้น มีสิ่งก่อสร้าง สิ่งประดิษฐ์ สิ่งสร้างขึ้นเพื่อเชื่อมโยงกับความเชื่อ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม โบราณคดี โบราณวัตถุ การค้าขาย เช่น พระราชวัง อุทยานประวัติศาสตร์ สวนสาธารณะ ศูนย์การค้า เป็นต้น

(3) กิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะ ดนตรี อาหาร หัตถกรรม เป็นต้น

(4) ศาสนสถาน เพื่อการปฏิบัติศาสนกิจ การเยี่ยมชมความงดงามของสถานที่ การเรียนรู้ศาสนา เช่น เมืองเยรูซาเลม เมกกะ นครรัฐวาติกัน เป็นต้น

(5) สถานที่ท่องเที่ยวทางวิทยาศาสตร์ เช่น พิพิธภัณฑ์ วิทยาศาสตร์ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ เป็นต้น

(6) สถานที่ท่องเที่ยวทางการเมือง มีเรื่องราวการเมือง ระบบการปกครอง สถาบันการศึกษาการเมือง กฎหมาย เป็นต้น

(7) สถานที่ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติทางกายภาพ เช่น เยลโล่สโตน แกรนด์แคนยอน เป็นต้น

(8) แหล่งท่องเที่ยวเยี่ยมชมชีวิตสัตว์ป่า เช่น การเดินทางไปประเทศในทวีปแอฟริกา ชมบรรยากาศ ชีวิตสัตว์ป่า ที่อาจหาได้ยากในบางประเทศ

(9) เยี่ยมชมทัศนียภาพ ทั้งในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและสร้างขึ้นโดยบุคคล เพื่อเยี่ยมชมความงดงาม เช่น วิวทะเล วิวบนเทือกเขา เป็นต้น

(10) ภูมิอากาศ แหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีภูมิอากาศต่างกับภูมิอากาศในถิ่นที่พักพักติของนักท่องเที่ยวสามารถดึงดูดให้เกิดความต้องการหรือสนใจที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนได้ เช่น นักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่เป็นปกติในแถบประเทศที่มีอากาศร้อน จะสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวในแถบประเทศที่มีอากาศหนาวเย็นกว่า เช่น นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศในแถบยุโรปในช่วงเวลาที่อากาศหนาวเย็น เป็นต้น

(11) นันทนาการกลางแจ้งและกีฬา มีกิจกรรมกลางแจ้งให้เลือกเล่น เกม ชมหรือเล่นกีฬา เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด

(12) สุขภาพ สปา อาบน้ำแร่ เป็นสถานที่ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อบำบัด รักษา ผ่อนคลาย เป็นต้น

(13) สวนสนุก บ้านเทิง เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เช่น สวนสนุกดิสนีย์แลนด์ ลาสเวกัส เป็นต้น

- ธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการหรือการค้าเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ การผลิตอุปโภคและบริโภค เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่

(1) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

(2) ธุรกิจโรงแรมที่พัก

(3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

(4) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

(5) ธุรกิจการเดินทางคมนาคมขนส่ง

(6) ธุรกิจนันทนาการ

2) องค์ประกอบที่สนับสนุนการท่องเที่ยว มีดังนี้

- โครงสร้างพื้นฐาน มีความสำคัญและมีความจำเป็นในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็ว ได้แก่

(1) ระบบไฟฟ้า มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ จัดเตรียมไว้ตามจุดต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดแสงสว่าง เพื่อการปรุงอาหาร เพื่อใช้กับเครื่องไฟฟ้าเครื่องเสียง และสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้กระแสไฟฟ้า

(2) ระบบประปา เป็นสาธารณูปโภคที่จำเป็น มีปริมาณเพียงพอสะอาดปลอดภัย เพื่อให้บริการตามความต้องการการใช้ที่อาจแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ทั้งเพื่อการอุปโภคและบริโภคสำหรับนักท่องเที่ยว

(3) ระบบสาธารณสุข เช่น โรงพยาบาล สถานพยาบาล หน่วยพยาบาลเบื้องต้น ที่เชื่อมต่อหรือใกล้แหล่งท่องเที่ยว มีแพทย์ พยาบาล ยารักษา และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่พร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวได้ตลอด 24 ชั่วโมง

(4) ระบบขนส่งสาธารณะ ที่เชื่อมต่อถึงกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางหรือขนส่งเคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้สะดวกและรวดเร็ว มีความสะดวก ปลอดภัยและตรงเวลา เชื่อมโยงโครงข่ายให้เข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้

(5) ระบบสื่อสาร มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสะดวก ให้บริการทั่วถึงในการเชื่อมต่อและครอบคลุมทุกพื้นที่ และรวดเร็ว

- ความปลอดภัย มีการรักษาความปลอดภัย กำหนดมาตรการเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ไม่ให้เกิดอันตรายกับนักท่องเที่ยวจากการก่ออาชญากรรม การประท้วง การวางระเบิด การก่อการร้าย หรือภาวะสงคราม มีการประกันภัยการเดินทาง ประกันชีวิตและทรัพย์สินของนักเดินทาง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการการเดินทางท่องเที่ยวและทุกฝ่ายร่วมมือในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้ได้รับอันตราย

- ข้อมูลการท่องเที่ยว ที่มีข้อมูลเรื่องราว ข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์สำหรับผู้ให้บริการและผู้รับบริการคือนักท่องเที่ยวได้ทราบ เป็นการช่วยส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวให้ทราบโดยทั่วถึง เช่น การนำเสนอผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต จดหมายข่าว แผ่นพับ โปสเตอร์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

- สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีห้องน้ำสาธารณะ สะอาดถูกสุขอนามัย มีไฟส่องสว่างตามที่สาธารณะ ที่ทิ้งขยะมูลฝอย มีสัญญาณโทรศัพท์ที่เชื่อมต่อสามารถติดต่อถึงกันได้ เป็นต้น

- การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเข้าเมือง เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องผ่านขั้นตอนที่ยุ่งยากที่ทำให้เสียเวลาในการเดินทาง เช่น ท่าอากาศยานระหว่างประเทศ สำนักตรวจคนเข้าเมือง ด่านตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร ประกอบด้วย ระเบียบพิธีการเข้าเมือง การทำวีซ่า การตรวจลงตรา ผ่านพิธีการศุลกากร การขนส่งกระเป๋าเดินทาง เป็นต้น

Buhalis (2000) กล่าวว่า การท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญที่จะสนองตอบต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ โดยที่องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และเกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว เยี่ยมชม มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นโดยบุคคล อีกทั้ง ยังประกอบด้วย ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว ค่าบริการ ค่าเข้าชม เป็นต้น

- การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมขนส่ง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเคลื่อนย้ายไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ เช่น เส้นทางหรือระบบเครือข่ายการเดินทางขนส่ง สร้างเส้นทางที่สามารถเชื่อมโยงจากแหล่งท่องเที่ยวไปยังสถานที่อื่น ให้เกิดความรวดเร็ว และรู้สึกว่าจะอยู่ใกล้ขึ้น มีสถานีรถประจำทาง สถานีรถไฟ ท่าเรือ ท่าอากาศยาน เป็นต้น

- ที่พัก เป็นสถานที่ที่จัดเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวได้เข้าใช้บริการพักค้างแรม เพื่อการพักผ่อน ที่สะอาดและปลอดภัย

- กิจกรรม เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้หรือเข้าร่วมด้วยในช่วงเวลาระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อาจเลือกกิจกรรมตามความสนใจ ความถนัด หรือความต้องการของตนเอง หรือเป็นกิจกรรมที่แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดเตรียมไว้ให้แล้ว มีทั้งกิจกรรมทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ กิจกรรมที่นิยมเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม การทำสปาขัดผิว การแช่น้ำแร่ กิจกรรมที่เป็นการท่องเที่ยวผจญภัย มีความท้าทาย ต้องการทดสอบว่าตัวเองมีความสามารถ ต้องการความแปลกใหม่ นักท่องเที่ยวอาจต้องได้รับการพัฒนาทักษะเบื้องต้นก่อน หรือมีผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์คอยแนะนำและดูแล เช่น กระโดดร่ม โยธว่ ปีนหน้าผา ดำน้ำ ล่องแก่ง

ล่องแพ เป็นต้น หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชมนก ส่องสัตว์ รวมถึง กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว

- สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบที่จำเป็นอย่างหนึ่งสำหรับ นักท่องเที่ยวที่จะอำนวยความสะดวกสบาย รวดเร็ว รู้สึกประทับใจ มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยว สนใจหรือต้องการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีแผนที่ มีที่จอดรถเพียงพอ มีไฟส่องสว่างตามทางเดิน เป็นต้น

- การให้บริการเสริมสำหรับนักท่องเที่ยว ที่รัฐมีส่วนร่วมในการพัฒนาและ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องคอยให้บริการ เช่น สถานพยาบาล ธนาคาร เคาน์เตอร์แลกเปลี่ยนเงินตรา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

สอดคล้องกับ Pelasol (2012) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก กิจกรรม ความสะดวกในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

1.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

1) ประเภทของการท่องเที่ยวตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม และความสำคัญ เป็นสถานที่ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) แบ่งออกเป็นประเภท ดังนี้

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและความสำคัญเกี่ยวกับโบราณคดี โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศาสนา อาคาร สิ่งก่อสร้าง หรือสถานที่ที่เคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในอดีตด้านประวัติศาสตร์ มีอายุเก่าแก่ ได้แก่ กำแพงเมือง คูเมือง วัด สถานที่ทางศาสนา โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม ชุมชนโบราณ เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าด้านศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้ริเริ่ม ยึดถือ ปฏิบัติและสืบทอดต่อกันมา ได้แก่ วิถีชีวิต งานประเพณี การแสดงด้านศิลปะ วัฒนธรรม ภาษา ชนเผ่า การแต่งกาย สินค้าพื้นเมือง เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวชายหาด (Beach Attraction) หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นชายหาด เป็นสถานที่เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชม

ท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการ ในลักษณะใกล้ชิดกับธรรมชาติ อาจมีกิจกรรมเสริม ได้แก่ กีฬาทางน้ำ การเล่นน้ำ การว่ายน้ำ การอาบแดด การนั่งพักผ่อน การรับประทานอาหาร เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยว น้ำตก (Waterfall Attraction) หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นน้ำตก เป็นสถานที่เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมเยือนท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการ ในลักษณะใกล้ชิดกับธรรมชาติ อาจมีกิจกรรมเสริม ได้แก่ การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่ง การว่ายน้ำ การตกปลา การดูนก การนั่งพักผ่อน การรับประทานอาหาร เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม ผู้เกี่ยวข้องมีการเรียนรู้ด้านการจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีการส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้เรื่องระบบนิเวศ รู้วิธีการจัดการกับสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของบุคคลในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการดูแลระบบนิเวศให้ยั่งยืน

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ให้บริการในการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือน ทรัพยากรมีความสวยงามตามสภาพที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ มีสัญญาณที่สำคัญด้านธรณีวิทยาและด้านภูมิศาสตร์ มีความเป็นเอกลักษณ์ หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่า

- แหล่งท่องเที่ยวเกาะ (Islands Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นเกาะ ที่เปิดให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการ ที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมเยือน

- แหล่งท่องเที่ยวแก่ง (Islet Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นแก่ง เป็นโขดหิน ที่เปิดให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการ ที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือน ประกอบด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การเดินป่า และการพักผ่อน อาจมีกิจกรรมเสริมเกี่ยวกับการศึกษาธรรมชาติ ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่าง ๆ เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวถ้ำ (Cave Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นถ้ำ ที่เปิดให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการ ที่จูงใจให้

นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือน อาจมีกิจกรรมเสริมเกี่ยวกับด้านความรู้ การศึกษาเพิ่มเติม ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศภายในถ้ำ หินงอก หินย้อย การศึกษาทางโบราณคดีเกี่ยวกับมนุษย์ในยุคต่าง ๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ และรับประทานอาหาร เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยววันนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้บริการด้านการพักผ่อนและการสร้างเสริมสุขภาพอนามัย เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน ความบันเทิง และการศึกษาหาความรู้ หรือมีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย เช่น สนามกีฬา สวนสาธารณะ สวนสัตว์ สวนสนุก สถานบันเทิง เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม (Health and Wellness Attraction) เช่น แหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนธรรมชาติ มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการอย่างชัดเจน มีหน่วยงานทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้กระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นที่ยอมรับระดับนานาชาติ ใช้เป็นข้อมูลที่สำคัญและเป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะ (Arts Science Museum Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่ชัดเจนและสามารถปรับเปลี่ยนตามความนิยมในแต่ละยุคสมัยได้ มีกิจกรรมเสริมที่ช่วยพัฒนาให้เกิดความรู้ สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจมาเยี่ยมชม ได้แก่ พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting, Incentives, Conventions and Exhibitions) เป็นต้น

2) ประเภทของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

Smith (1977) อ้างถึงใน Sayre and King (2003) แบ่งออกเป็นประเภท ดังนี้

- การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เพื่อท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ตำนาน เรื่องเล่า เหตุการณ์ความเป็นมาในอดีต ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พระราชวัง วัดวาอาราม โบสถ์ วิหาร พิพิธภัณฑ์สถาน การชมแสง สี เสียง เป็นต้น

- การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรม (Cultural Tourism) เพื่อท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมในการอยู่ร่วมกันกับชุมชนและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ได้แก่

การท่องเที่ยวในชุมชน การพักค้างแรมแบบ homestay การชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ศิลปะแบบพื้นบ้าน

- การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้สิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เพื่อท่องเที่ยวเยี่ยมชมและสัมผัสใกล้ชิดสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ และเรียนรู้ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ พืชพันธุ์ไม้ ชมนก ส่องสัตว์ เป็นต้น

- การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เพื่อท่องเที่ยวเยี่ยมชมชาติพันธุ์ต่าง ๆ เพื่อเรียนรู้ความหลากหลายและความแตกต่างเกี่ยวกับชาติพันธุ์ของบุคคลที่อยู่ร่วมกันในสังคม ได้แก่ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ของชาติพันธุ์ต่าง ๆ เป็นต้น

- การท่องเที่ยวเพื่อการผจญภัย (Adventure Tourism) เพื่อท่องเที่ยวในลักษณะที่มีความท้าทาย ความตื่นเต้น มีสถานที่แปลกแตกต่าง มีกิจกรรมและสถานการณ์ที่มีความแตกต่างออกไปจากการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเลือกการท่องเที่ยวที่ไม่มุ่งเน้นในเรื่องของเมืองจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมปกติหรือเพื่อการพักผ่อน

- การท่องเที่ยวเพื่อการจาริกแสวงบุญ (Pilgrimage Tourism) เพื่อเดินทางที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ลัทธิ ศาสนา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และความศรัทธาต่าง ๆ

- การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreation Tourism) เพื่อการพักผ่อนและใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรม ได้แก่ ออกกำลังกาย ชมหรือเล่นกีฬา เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก กิจกรรมสร้างสรรค์ระหว่างกลุ่ม เป็นต้น

- การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เพื่อการประชุม สัมมนา เพื่อการเรียนรู้ระหว่างองค์กร เชื่อมความสัมพันธ์ทางการค้า และประกอบด้วยการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ รวมอยู่ในระหว่างการเดินทางได้ด้วย

- การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นรางวัลหรือสวัสดิการแก่หน่วยงานหรือพนักงาน ได้แก่ การเดินทางไปดูงาน เพื่อได้เรียนรู้และรับข้อมูลเพิ่มเติม การจัดให้พนักงานเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นการให้รางวัล ในลักษณะที่องค์กรหรือบริษัทที่เกี่ยวข้องกับผู้เดินทาง รับผิดชอบเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการเดินทางท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) เพื่อการเดินทางท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายในการบำบัด รักษา หรือฟื้นฟูในด้านสุขภาพอนามัย ได้แก่ การทำสปา การเดินทางท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อน แช่น้ำแร่ เป็นต้น

- การท่องเที่ยวเทศกาล (Festival Tourism) เพื่อเดินทางท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ ได้แก่ เทศกาลประเพณี เทศกาลทางศาสนา เทศกาลอาหาร เทศกาลแข่งขันกีฬา เทศกาลดอกไม้บาน เป็นต้น

- การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร (Visiting family, friends or relatives Tourism) เพื่อการเดินทางไปเยี่ยมเยียนครอบครัว เพื่อนหรือญาติคนรู้จักที่อยู่ต่างสถานที่กันหรืออาจห่างไกลกัน และมีการพักค้าง เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ประเภทของการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น ประเภทของการท่องเที่ยวตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสำคัญ สภาวะแวดล้อมที่นักท่องเที่ยวสนใจ และประเภทของการท่องเที่ยวตามจุดหมายหมายของผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยว

1.5 รูปแบบของการท่องเที่ยว

นิตา ชัชกุล (2557) กล่าวถึงการแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวตามจำนวนนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว วิธีการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะของเส้นทางที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว และระดับชั้นของการบริการการเดินทางท่องเที่ยว ดังนี้

1) รูปแบบตามจำนวนนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- แบบเพียงคนเดียว หรือ 1 คน เป็นการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง อาจมีการวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

- แบบกลุ่ม หรือหลายคน เป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่ม มีจำนวนหลายคน โดยเดินทางร่วมกับบุคคลในครอบครัว เช่น บิดามารดา บุตร เครือญาติ กลุ่มเพื่อน เพื่อนร่วมงาน บุคคลอื่น ๆ เป็นต้น อาจมีการวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือเลือกใช้บริการด้านท่องเที่ยวบางส่วนหรือทั้งหมดกับบริษัทนำเที่ยวหรือบริษัททัวร์

2) รูปแบบตามวิธีการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- แบบอิสระ หรือแบบส่วนตัว (Independent or Private Travel) โดยไม่ได้แบ่งตามจำนวนนักท่องเที่ยว อาจมีการวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

- แบบหมู่คณะ (Group Inclusive Travel: GIT) มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ผู้ร่วมเดินทางอาจรู้จักกันหรือไม่รู้จักกันมาก่อนก็ได้ โดยจะใช้บริการรายการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว

3) รูปแบบตามระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- ช่วงระยะเวลาสั้น (Short Trip) มีการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้เวลาดั้งแต่ 2 วันขึ้นไป แต่ไม่ถึง 1 สัปดาห์
- ช่วงระยะเวลายาว (Long Trip) มีการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้เวลาดั้งแต่ 1 สัปดาห์ขึ้นไป

4) รูปแบบตามลักษณะของเส้นทางหรือยานพาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- ทางบก เช่น รถยนต์ทั้งส่วนบุคคลและสาธารณะ รถโดยสาร รถไฟ รถไฟฟ้าทั้งในลักษณะใต้ดิน บนดิน หรือลอยฟ้า เป็นต้น
- ทางน้ำ เช่น เรือ เรือสำราญ
- ทางอากาศ เช่น อากาศยานหรือเครื่องบิน

5) รูปแบบตามระดับชั้นของการบริการการเดินทางท่องเที่ยว

- แบบชั้นหนึ่ง (First Class Travels)
- การท่องเที่ยวแบบชั้นนักธุรกิจ (Business Travels)
- การท่องเที่ยวแบบชั้นประหยัด (Economic Travels)

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลมีความเต็มใจในการเดินทาง ออกจากแหล่งที่พักอาศัยอยู่ปกติ ไปยังแหล่งอื่นไม่เป็นการถาวร ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งติดต่อกัน ไม่เกิน 1 ปี เพื่อการบริโภค หรือใช้บริการต่าง ๆ เพื่อทำกิจกรรม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อน เพลิดเพลิน เกี่ยวข้องกับการกีฬา เยี่ยมเยือนครอบครัว ญาติ และเพื่อน การประชุม สัมมนา ธุรกิจ แต่ไม่ได้หมายความรวมถึงการเดินทางไปเพื่อทำงานประกอบอาชีพหรือเพื่อหารายได้ การท่องเที่ยว ประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และสิ่งที่เกี่ยวข้อง เช่น แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก กิจกรรม การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งการท่องเที่ยวออกเป็นประเภทตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสำคัญ สภาวะแวดล้อมที่นักท่องเที่ยวสนใจ และตามจุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยว อีกทั้ง มีการแบ่งรูปแบบ ตามจำนวนนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว วิธีการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะของเส้นทางที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว และระดับชั้นของการเดินทางท่องเที่ยว โดยที่การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว

สุวัฒน์ จูรากรณ์ (2557) กล่าวถึง องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization : UNWTO) ได้นิยามผู้เดินทางตามลักษณะ ดังนี้

- นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่แห่งอื่น เพียงชั่วคราว และพักค้างอย่างน้อย 24 ชั่วโมง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เพื่อการพักผ่อน เพื่อการกีฬา เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อการศึกษา เพื่อสุขภาพ เพื่อประกอบพิธีทางศาสนา ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) เป็นการเดินทางภายในประเทศที่เป็นถิ่นพำนักปกติของตนเอง โดยนักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางออกนอกประเทศของตน และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) เป็นการเดินทางไปยังประเทศที่ไม่ใช่ถิ่นพำนักปกติของตนเอง โดยนักท่องเที่ยวเดินทางออกนอกประเทศ

- ผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนหรือมายังประเทศที่ไม่ใช่ประเทศที่อยู่อาศัยตามปกติถาวรของตน ไม่เป็นการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ โดยเดินทางเยือนในระยะเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 6 เดือน

- นักทัศนจาร (Excursionist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางเป็นการชั่วคราว และเข้าประเทศเพียงวันเดียว ใช้เวลาเดินทางไม่ถึง 24 ชั่วโมง และไม่พักค้างแรม เป็นการเดินทางไปกลับภายในวันเดียวกัน (Same-day) หรือเดินทางผ่านประเทศใดประเทศหนึ่งแล้วอาจหยุดพัก แต่ไม่ได้พักค้างแรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นิยามนักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังถิ่นอื่นด้วยความสมัครใจ และเป็นการชั่วคราว มีวัตถุประสงค์ไม่เป็นการประกอบอาชีพ และไม่เป็นการหารายได้

สมบัติ กาญจนกิจ (2557) กล่าวว่า องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ได้นิยาม นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่มีการเดินทางไปยังถิ่นที่อยู่อื่น ซึ่งมีใช้ถิ่นที่อยู่ตามปกติของตน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมเยือนยังจุดหมายปลายทางที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตปกติ

กล่าวโดยสรุป นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่ออกเดินทางจากถิ่นที่อยู่ปกติของตนเอง ไปยังจุดหมายปลายทางอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความเต็มใจ เดินทางเยี่ยมเยือนสถานที่อื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่ของตน และไม่ใช้เป็นการเดินทางไปเพื่อทำงานหรือมีรายได้ โดยมีการพักค้างไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

เพื่อการพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อความผ่อนคลาย และทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศที่เป็นถิ่นที่อยู่ปกติของตนเอง โดยไม่ได้เดินทางออกนอกประเทศ และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางต่างประเทศ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศไปยังประเทศที่มีจุดหมายปลายทางที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่ปกติของตนเอง และตนเองไม่มีถิ่นที่อยู่ถาวรในประเทศนั้น ๆ กล่าวคือ เดินทางจากถิ่นที่อยู่ถาวรของตนไปยังอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการพักค้างอย่างน้อยหนึ่งคืน แต่ไม่เกินเก้าสิบวัน เพื่อกิจกรรมใด ๆ ที่ไม่ใช่เป็นการหารายได้

2.2 ประเภทของนักท่องเที่ยว

สุวัฒน์ จูธากรณ์ (2557) กล่าวถึง การแบ่งประเภทนักท่องเที่ยวตามองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ได้แก่

- นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังสถานที่ภายในประเทศโดยมีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือเป็นการหารายได้ ตัวอย่างเช่น ชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย และชาวต่างประเทศหรือคนต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่ถาวรในประเทศไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

- นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังสถานที่ประเทศอื่นโดยมีการพักค้างแรมอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือเป็นการหารายได้ รวมถึงบุคคลที่ถือสัญชาติเดียวกันกับประเทศที่ตนไปเยือนแต่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยว ได้แก่

- นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติของถิ่นที่พักในราชอาณาจักรไทย เดินทางออกจากถิ่นที่พักปกติไปยังสถานที่อื่น พื้นที่อื่น จังหวัดอื่น ของประเทศไทย เพื่อพักผ่อน เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เป็นต้น แต่ไม่เป็นการทำงานเพื่อหารายได้

(1) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่พักค้างคืน หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติของถิ่นที่พักในราชอาณาจักรไทย เดินทางออกจากถิ่นที่พักปกติไปยังสถานที่อื่น พื้นที่อื่น จังหวัดอื่น ของประเทศไทย มีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน

(2) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่พักค้างคืน หมายถึง บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ที่ไม่ได้พักค้างคืน

- นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง บุคคลที่ไม่ได้อาศัยหรือมีถิ่นที่อยู่ถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางออกจากถิ่นที่พำนักเดิมมายังประเทศไทย เพื่อพักผ่อน เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เป็นต้น แต่ไม่เป็นการทำงานเพื่อหารายได้

(1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่พักค้างคืน หมายถึง บุคคลที่ไม่ได้อาศัยหรือมีถิ่นที่อยู่ถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางออกจากถิ่นที่พำนักเดิมมายังประเทศไทย มีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนแต่ไม่เกิน 90 วัน

(2) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่พักค้างคืน หมายถึง บุคคลที่ไม่ได้อาศัยหรือมีถิ่นที่อยู่ถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางออกจากถิ่นที่พำนักเดิมมายังประเทศไทย โดยไม่พักค้างคืน

- นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลที่ถือสัญชาติไทยที่เดินทางไปยังสถานที่ภายในประเทศโดยมีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือเป็นการหารายได้ และบุคคลที่ถือสัญชาติไทยที่เดินทางออกนอกประเทศไทยไปยังสถานที่ต่างประเทศเป็นการชั่วคราว มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ครั้งละไม่เกิน 90 วัน เพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเยียนญาติมิตร ศาสนา การศึกษา การประชุม สัมมนา เพื่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้

Cohen (1972) แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามรูปแบบการเดินทาง ดังนี้

- นักท่องเที่ยวแบบทัวร์หมู่คณะ (Organized Mass Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อรายการท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์หรือบริษัทท่องเที่ยวที่ให้บริการท่องเที่ยวในเส้นทางที่เป็นที่นิยม มีกำหนดรายการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า และเดินทางเป็นกลุ่ม

- นักท่องเที่ยวแบบกึ่งเดินทางร่วมคณะและกึ่งเดินทางด้วยตนเอง (Individual Mass Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อแพคเกจทัวร์ (Package Tour) เฉพาะบัตรโดยสารเครื่องบิน รวมทั้งที่พัก แต่ไม่มีรายการท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วย

- นักสำรวจ (Explorer) เป็นนักท่องเที่ยวที่วางแผนรายการท่องเที่ยวด้วยตนเอง หลีกเลี่ยงการเดินทางในเส้นทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม แต่จะมองหาประสบการณ์และหาโอกาสเพื่อพบปะผู้คนใหม่ ๆ ในระหว่างการเดินทาง

- นักพเนจร (Drifter) เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่มีกำหนดรายการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า แต่จะเลือกเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวตามใจชอบ

และ Cohen (1979) ยังกล่าวถึงประเภทของนักท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ แบ่งได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวพักผ่อน (Recreational Tourist) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด

- นักท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน หลีกหนีความจำเจ (Diversionary Tourist)

- นักท่องเที่ยวแบบหาประสบการณ์ สัมผัสความจริงแท้ของแหล่งท่องเที่ยว (Experiential Tourist)

- นักท่องเที่ยวที่ชอบทดลอง (Experimental Tourist)

- นักท่องเที่ยวที่สัมผัสวิถีชีวิตกับคนท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น (Existential Tourist)

Plog (1977) แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามพฤติกรรม ดังนี้

- นักท่องเที่ยวที่ยึดถือตัวเองเป็นหลัก (Psychocentric) เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่รู้จัก ไม่ชอบลองสิ่งใหม่ ไม่ชอบความท้าทาย ชอบที่จะอยู่ในสถานที่คุ้นเคย มีความต้องการอยู่ที่พัก เช่น รีสอร์ทซึ่งเป็นที่นิยมอยู่แล้ว

- นักท่องเที่ยวที่ยึดตัวเองปานกลาง (Near Psychocentric) ลองสิ่งใหม่ได้ แต่ยังยึดติดกับสิ่งที่คุ้นเคย

- นักท่องเที่ยวทางสายกลาง (Mid-Centric) ไม่ชอบผจญภัยนัก แต่ลองสิ่งใหม่ได้

- นักท่องเที่ยวชอบความหลากหลายพอสมควร (Near Allocentric) สามารถลองสิ่งแปลกใหม่ได้

- นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจหลากหลาย (Allocentric) อยากรู้อยากเห็น ชอบผจญภัย ชอบเสี่ยง

Perreault et al (1979) แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามรายได้และเวลา ดังนี้

- นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget traveler) มีรายได้ปานกลาง ท่องเที่ยวแบบประหยัดค่าใช้จ่าย

- นักผจญภัย (Adventurous tourist) มีรายได้ปานกลางถึงสูง
- นักท่องเที่ยวแบบวางแผนน้อย (Homebody tourist) ใช้เวลาเตรียมตัวน้อย ไม่ชอบปรึกษาบุคคลอื่นเกี่ยวกับเรื่องท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางในช่วงวันหยุด (Vacationer) มีรายได้ค่อนข้างน้อย มีความกระตือรือร้น ใช้เวลาเตรียมตัวมาก
- นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการเดินทางมาก (Moderates) ไม่สนใจเดินทางในช่วงวันหยุด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามฐานะหรืออำนาจซื้อ ดังนี้

- ประเภทหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ระดับสูง มีอำนาจซื้อสูง มีความสามารถจ่ายค่าบริการอัตราสูง ใช้บริการทางการท่องเที่ยวแบบหรูหรา เอาใจยาก กลุ่มนี้มีจำนวนไม่มาก ทำให้ผู้ประกอบการได้รับกำไรและรายได้ต่อหน่วยสูง
- ประเภทระดับกลาง เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ระดับกลาง ไม่เรียกร้องบริการด้านการท่องเที่ยวเท่ากับประเภทหรูหรา และมีจำนวนมากกว่ากลุ่มหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความพลัดพลิน รายได้ของผู้ประกอบการจะเป็นไปตามปริมาณหรือขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้
- ประเภทมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้น้อย ใช้บริการทางการท่องเที่ยวแบบธรรมดา ราคาถูก เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เอาใจง่าย เป็นกลุ่มที่ได้รับการจูงใจจากการโฆษณา และใช้บริการตามรายการที่ธุรกิจนำเที่ยวจัดให้ เพื่อชักจูงให้มีนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมากขึ้น ทำให้ผู้ให้บริการมีรายได้สูงตามไปด้วย แต่กำไรต่อหน่วยจะน้อยและการแข่งขันสูง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพิ่งเกิดมีขึ้น

กล่าวโดยสรุป การแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดต่าง ๆ มีการแบ่งออกอย่างหลากหลายแตกต่างกันออกไป กล่าวคือ มีการแบ่งประเภทนักท่องเที่ยวโดยแบ่งตามค่านิยม ความหมายของนักท่องเที่ยว ตามรูปแบบการเดินทาง ตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว ตามพฤติกรรม ตามรายได้และเวลา ตามฐานะหรืออำนาจซื้อ

2.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1) ความหมายของพฤติกรรม และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม หมายถึง อาการหรือการกระทำที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด ความรู้สึก เพื่อตอบสนองสิ่งเร้า ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำที่บุคคลแสดงให้ปรากฏออกมาภายนอก รวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคล อาจแสดงออกมาในลักษณะที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ โดยที่บุคคลอื่นอาจสังเกตเห็นได้หรือไม่ก็ตาม โดยใช้เครื่องมือตรวจสอบพฤติกรรมนั้นได้หรือไม่ก็ตาม วารุณิ ดันติวงศ์วานิชและคณะ (2546) กล่าวถึง พฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นได้ต้องมีแรงขับ (drive) หรือ มีแรงจูงใจ (motive) มีความต้องการ ที่ทำให้บุคคลแสดงออกเป็นพฤติกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ทั้งนี้ ความต้องการของแต่ละบุคคลย่อมจะมีความแตกต่างกัน ได้แก่ ความต้องการทางชีววิทยา เช่น หิว กระจาย เป็นต้น ความต้องการทางจิตวิทยา เช่น การยอมรับ การยกย่อง ทั้งนี้ หากความต้องการมีไม่มากพอ บุคคลจะยังไม่ทำตามความต้องการนั้นทันที จนกว่าความต้องการนั้น จะมีแรงกระตุ้นมากพอที่เป็นแรงจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกไป

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำที่นักท่องเที่ยวทำเพื่อตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ และบุคคลอื่นอาจเห็นหรือไม่เห็นก็ได้ หากเป็นพฤติกรรมภายนอก ผู้อื่นอาจรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัส แต่หากเป็นพฤติกรรมภายใน เช่น ความคิด ความรู้สึก อารมณ์ มักจะถูกควบคุมไว้ภายในบุคคล ทั้งนี้ พฤติกรรมภายในนั้นอาจกำหนดพฤติกรรมภายนอกได้เช่นกัน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถแสดงให้ปรากฏออกมาได้ (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2555)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความนึกคิด ความรู้สึก และแสดงออกของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนการเดินทาง ระหว่างเดินทาง และหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและแสดงออกมา ในช่วงกิจกรรมตอนท้ายเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวได้กลับสู่สิ่งแวดล้อมปกติของตน นักท่องเที่ยวจะเกิดความระลึกถึงประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งนี้จะคงอยู่เป็นระยะเวลาานาน มีความหมายและความสำคัญกับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้สรุปถึงการนำแนวคิดมาใช้ในการศึกษา ทำความเข้าใจในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มแนวคิด ได้แก่ กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว และกลุ่มที่ให้ความสำคัญทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการนั้น ๆ อีกทั้งความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อตัวนักท่องเที่ยว คนในชุมชน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการ

ท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยวและนักวิชาการท่องเที่ยว (รวีวรรณ โปยรุ่งโรจน์, 2558)

Swarbrooke (2007) กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีดังนี้

- แสหาการพักผ่อน (Relax Seekers) ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คลายความตึงเครียด ความเมื่อยล้า เป็นต้น
- เปิดโลกกว้าง (Discovers) ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ เพิ่มทักษะ เรียนรู้ วัฒนธรรม รวมถึงการผจญภัย เป็นต้น
- พบปะผู้คน เพื่อผูกมิตร (Contact-Minded Holiday Makers) ท่องเที่ยวเพื่อสร้างความรู้จัก มีปฏิสัมพันธ์ ทำความสัมพันธ์กับผู้คนในท้องถิ่น หรือบุคคลอื่นใน สภาพแวดล้อมใหม่ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น
- ชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ท่องเที่ยวทางชีววิทยา ภูมิศาสตร์ ชมวิว ทิวทัศน์ หรือชมภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
- ชื่นชอบทะเล (Active Sea Lovers) ท่องเที่ยวทางน้ำที่หลากหลาย ทะเล ชายหาด ว่ายน้ำ อาบแดด ล่องเรือ เป็นต้น
- ยึดตามประเพณีนิยม (Traditionalists) ท่องเที่ยวตามแบบที่มีการ วางแผนไว้ล่วงหน้าก่อนออกเดินทาง ตามรูปแบบวิธีหรือรายการเดินทางที่ทำกันทั่วไป เน้นเรื่องความ ปลอดภัย เป็นต้น

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ญัฐฐา อู่ยามนะชัย (2556) มีดังนี้

- ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factor) เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรม การ บริโภคของบุคคล จากการหล่อหลอมลักษณะนิสัยและความคิด ได้แก่ เชื้อชาติ ลัทธิศาสนา ความเชื่อ ค่านิยม ถิ่นที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น ทั้งนี้ มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในหลายด้าน เช่น เชื้อชาติ ลัทธิศาสนา ความเชื่อ ค่านิยมของนักท่องเที่ยวที่ถูกหล่อหลอมมาจากบรรทัดฐานของ ครอบครัว หรือสถาบันทางสังคมของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวที่อยู่ใน กลุ่มที่มีวัฒนธรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน อาจ เป็นการเดินทางไปเพื่อจาริกแสวงบุญ มีความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน การ ดำเนินชีวิต ความต้องการหรือการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมมีการพัฒนา และเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

- **ชนชั้นทางสังคม (Social Class)** โดยการแบ่งระดับบุคคลในสังคม ออกเป็นกลุ่มที่มีลักษณะรูปแบบในการดำเนินชีวิตคล้ายคลึงกันหรือฐานะใกล้เคียงกัน โดยอาจแบ่งกลุ่มชนชั้นจากฐานันดรศักดิ์ การศึกษา อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่ รายได้ สถานที่พำนัก บุคลิกลักษณะ พฤติกรรม ความสนใจ เป็นต้น ทั้งนี้ ชนชั้นทางสังคมในแต่ละกลุ่มจะมีพฤติกรรม การบริโภคที่แตกต่างกัน ดังนั้น ชนชั้นทางสังคม มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ในการใช้สินค้า และ บริการการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เช่น กลุ่มชนชั้นสังคมที่มีฐานะการเงินดี จะแสดงออกถึงการมีอำนาจซื้อในระดับสูง การใช้บริการทางการท่องเที่ยวในระดับสูง โดยแสดงออกถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความต้องเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและใช้บริการ ที่พัก โรงแรมหรู

- **สถาบันครอบครัว (Family)** เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์ เกี่ยวข้อง ผูกพันกันตั้งแต่แรกเกิดหรือเกิดจากการสมรส การอุปการะเลี้ยงดู ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน ทั้งนี้ ครอบครัวมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมความต้องการของบุคคล ครอบครัวเดิมที่อยู่ร่วมกันตั้งแต่ยังเด็กมีผลในการหล่อหลอมให้เกิดพฤติกรรมใกล้เคียงกัน มีความสนใจ ความต้องการที่คล้ายคลึงกัน ในขณะที่คู่ครองหรือบุคคลที่แต่งงานแล้ว อาจมีลักษณะครอบครัวที่แตกต่างกัน รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน พฤติกรรมบริโภคที่ต่างกัน อย่างไรก็ตามความสนใจในครอบครัวอาจแตกต่างกันไปเนื่องจากปัจจัยเรื่องเพศ อายุ ก็ได้ มีผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

- **กลุ่มอ้างอิง (Reference group)** มีอิทธิพลต่อบุคคลในการแสดงออกทาง พฤติกรรมหรือความต้องการ การดำเนินชีวิต การเลือกซื้อสินค้าและบริการ แบ่งออกได้ ดังนี้ กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ญาติ พี่น้อง คนใกล้ชิด คนสนิท และกลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ คนรู้จักเพื่อนร่วมงาน กลุ่มร่วมอาชีพ กลุ่มร่วมสถาบัน และบุคคลอื่น ๆ มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการทำตามอย่าง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม

- **ผู้นำทางความคิด (Key Opinion Leader)** เป็นผู้ที่มีความรู้ในข้อมูลเชิง กว้างและเชิงลึก มีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ มีความรอบรู้แตกต่างจากคนอื่น ทั้งนี้ ผู้นำทางความคิดอาจเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในสังคมวงกว้าง เช่น นักแสดง บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ หรือบุคคลที่สามารถจูงใจหรือโน้มน้าว แบ่งปันและถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจ (Amateur Reviewer) หรือเป็นการรวมกลุ่มของบุคคลที่มีประสบการณ์การใช้สินค้าหรือบริการ ประเภทเดียวกัน (User Group) รวมถึงกลุ่มบุคคลที่มีความคิดเห็นบางอย่างต่อสินค้าหรือบริการ

แล้วใช้พื้นที่ในสังคมออนไลน์เพื่อติชมสินค้าหรือบริการ จนทำให้มีผู้ติดตาม (Follower) รู้สึกเชื่อและคล้อยตามได้ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2556) ได้กล่าวถึงข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มี 2 แหล่ง คือ ข้อมูลเชิงพาณิชย์ (Commercial Information Source) เช่น โฆษณา ส่งเสริมการขายบริการการท่องเที่ยว บริการที่พัก มีลักษณะของข้อมูลที่ไม่ใช่การแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคลหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ส่วนข้อมูลทางสังคม (Social Information Source) เป็นข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มอ้างอิง ผู้นำทางความคิด มีลักษณะการแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ซึ่งสามารถเป็นสิ่งกระตุ้นหรือยับยั้งการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ มีลักษณะของนักท่องเที่ยวที่ต้องการจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบเฉพาะเจาะจงของตนเองมากขึ้น เน้นด้านคุณภาพและความต้องการทางเลือกเพิ่มเติม ขณะเดียวกันต้องมีราคาคุ้มค่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่แพงเกินไป และมีความต้องการจัดการการเดินทางด้วยตนเอง ในลักษณะที่ยืดหยุ่นได้ นักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่จะมีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมตามที่เคยซื้อรายการทัวร์ท่องเที่ยวซึ่งมีตารางกำหนดเวลาทำกิจกรรมตามรายการไว้ กลายเป็นการจัดการการเดินทางด้วยตนเอง ซึ่งพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงนี้เป็นผลมาจากการที่เทคโนโลยีได้ถูกพัฒนาขึ้น มีระบบการสื่อสารสารสนเทศที่ช่วยให้บุคคลสามารถติดต่อถึงกันได้ง่ายตายขึ้น รวดเร็วขึ้น มีการเปิดรับแนวความคิดที่แตกต่างกันมากขึ้น และพึ่งพาเทคโนโลยีในการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (เลิศพร ภาระสกุล, 2555)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ.2560 – 2564 กล่าวว่าจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้นที่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และแสวงหาประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีความต้องการสัมผัสวิถีชีวิตและประเพณีท้องถิ่นมากกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว อีกทั้งการใช้เทคโนโลยีในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อช่วยสืบค้นข้อมูล ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว เช่น มีช่องทางการหาข้อมูล ช่องทางการขาย และช่องทางการชำระเงิน ทั้งนี้ Euromonitor ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวโลกว่ามีรายได้จากการใช้ช่องทางออนไลน์ (Online) เพิ่มขึ้น และจากการพัฒนาช่องทางออนไลน์ (Online) อย่างต่อเนื่อง ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองง่ายตายขึ้น สอดคล้องกับ SCB Economic Intelligence Center (2560) พบว่า ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการทัวร์ท่องเที่ยวลดลงจากร้อยละ 32 เป็นร้อยละ 29 และมีนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 80 วางแผนเดินทางท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคม (Social Media) โดยมีการใช้บริการผ่านบริษัททัวร์ลดลง

3) ความหมายของความต้องการ และแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ

ความต้องการ หมายถึง อยากได้ หรือประสงค์ ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554

แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของบุคคลที่เป็นแรงจูงใจนำไปสู่พฤติกรรมนั้น Maslow (1977) ได้แบ่งระดับความต้องการของบุคคล (human Hierarchy of needs) กับทฤษฎีแรงจูงใจ (Maslow's Theory of Motivation) ตามแนวคิดของ Abraham Harold Maslow ซึ่งถือได้ว่าเป็นแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคล ดังนี้

- ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เพื่อการดำรงชีพ เป็นความต้องการที่เป็นความจำเป็นขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) ของบุคคล ได้แก่ อากาศ น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น

- ความต้องการได้รับความปลอดภัย (Security or Safety Needs) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ได้แก่ ได้รับความคุ้มครอง มีความปลอดภัยจากอันตราย ได้รับการประกันภัย ประกันชีวิตและทรัพย์สิน

- ความต้องการความรักและการได้เป็นเจ้าของ (Love and Belonging Needs) ได้รับความรักและความสนใจจากบุคคลอื่น มีความสัมพันธ์และความผูกพันระหว่างบุคคล

- ความต้องการมีสถานะที่ดีทางสังคม (Esteem Needs) ได้รับการเคารพนับถือ ยกย่อง ได้แก่

- (1) การเคารพนับถือตัวเอง (Self-Respect) กล่าวคือ เชื่อมั่นในตัวเอง มองว่าตนเองมีความสามารถ ประสบความสำเร็จ และมีอำนาจเหนือบุคคลอื่น

- (2) การได้รับการเคารพ นับถือ ยกย่องจากบุคคลอื่น (Respect from Others) กล่าวคือ เป็นที่ยอมรับจากบุคคลอื่น ได้รับเกียรติมากกว่าบุคคลอื่น ๆ เช่น ได้รับการอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษ

- ความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ของตนเอง (Self-Actualization Needs) เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองตามความต้องการพื้นฐานแล้ว มักจะนำมาสู่ความต้องการในสิ่งที่ตนเป็นหรือมีแล้ว และตัดความต้องการเรื่องอื่นไป ถือได้ว่าเป็นความต้องการความสำเร็จขั้นสูงสุด

ตามแนวคิดทฤษฎีนี้ เมื่อความต้องการได้รับตอบสนองแล้ว จะเกิดความต้องการอย่างอื่นเข้ามา และถือได้ว่าความต้องการที่ได้รับตอบสนองจนพึงพอใจแล้ว จะไม่มีแรงจูงใจในการเกิดพฤติกรรมอีกต่อไป

4) แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการที่แสดงออกมาทางพฤติกรรม

- แนวคิดความต้องการทางกาย เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคล เช่น ต้องการอากาศ อาหาร น้ำ เป็นต้น เป็นความต้องการที่แสดงออกมาทางพฤติกรรม ได้แก่

(1) ความต้องการความสมดุลเพื่อมีชีวิต เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเองตามอัตโนมัติโดยที่ร่างกายของบุคคลพยายามรักษาระดับความสมดุลของสาร เคมีหรือองค์ประกอบในร่างกาย เช่น ระดับน้ำ เกลือแร่ ในร่างกาย

(2) ความต้องการในอาหารหรือความอยากอาหาร เป็นภาวะที่ร่างกายขาดสารเคมีบางอย่าง เกิดการกระตุ้นให้บุคคลเกิดความต้องการ กระหาย อยากได้อาหาร หรือสิ่งที่เป็นส่วนประกอบของสารเคมีนั้นเข้าสู่ร่างกาย ความต้องการทางกายมีโอกาสดำเนินการเพิ่มเติมหรือเติมเต็มให้รู้สึกสมดุลหรือสมบูรณ์ขึ้นให้มากกว่าเดิม อีกทั้ง เป็นความต้องการเติมเต็มที่มักเกิดขึ้นเป็นประจำ ทั้งภาวะที่ขาดแคลนหรือไม่ก็ตาม มีการแสดงออกทางพฤติกรรม เช่น บุคคลมีความต้องการเพิ่มการรับประทานของหวาน ผลไม้ หลังจากมีอาหารคาร์โบไฮเดรตในแต่ละมื้ออาหาร เป็นต้น เป็นความต้องการพื้นฐานที่ร่างกายของบุคคลต้องการได้รับการตอบสนอง เพื่อการอยู่รอด เพื่อให้สามารถมีชีวิตอยู่ได้หรือทำกิจกรรมได้

(3) ความต้องการที่อยู่อาศัย และสภาพแวดล้อมด้านอื่น ๆ ก็มีผลต่อความต้องการทางกาย หากมีเหตุการณ์ของสภาพสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น สภาพอากาศที่หนาวเย็นขึ้น ร่างกายของบุคคลย่อมส่งสัญญาณให้ต้องการเครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้าเพื่อปกคลุมให้เกิดความอบอุ่นขึ้น เป็นต้น (Maslow, 1977)

- แนวคิดความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการหลีกเลี่ยงจากอันตราย ความเสี่ยงต่าง ๆ ต้องการความมั่นคงปลอดภัย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เช่น

(1) ความต้องการความปลอดภัยด้านบุคคล ในภาวะที่ไม่พึงประสงค์ เช่น สุขภาพ ความเจ็บป่วย อุบัติเหตุ เป็นต้น

(2) ความต้องการความปลอดภัยทางจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก คลายความวิตกกังวลภายหลังจากเหตุการณ์บางอย่างที่ก่อให้เกิดความตึงเครียด หรือความผิดปกติทางจิตใจ สะเทือนใจ

(3) ความต้องการความปลอดภัยทางเศรษฐกิจ การเงิน เช่น คนตกทำ การขาดรายได้ เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ เงินเฟ้อ เงินฝืด เป็นหนี้ เป็นต้น

(4) ความต้องการความปลอดภัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ในภาวะที่ไม่พึงประสงค์ เช่น ความรุนแรงในครอบครัวและในสังคม อาชญากรรม ภัยพิบัติทางธรรมชาติ อุทกภัย วาตภัย อัคคีภัย การก่อการร้าย สงคราม เป็นต้น

(5) ความต้องการความปลอดภัยจากความเสี่ยง เช่น การมีระบบรักษาความปลอดภัย การรับประกันความเสี่ยง การประกันสุขภาพ การประกันชีวิต การประกันทรัพย์สิน การประกันอุบัติเหตุ การประกันอัคคีภัย การประกันภัยทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เป็นต้น

- แนวคิดความต้องการความรักและเป็นเจ้าของ เป็นความต้องการให้ตนเองได้รับความรักจากครอบครัว ญาติมิตร คนรู้จัก หรือบุคคลอื่น และต้องการแสดงออกให้เห็นว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะหรือสังคม เพื่อให้ตนเองมีความปลอดภัยในการดำรงชีวิตและรู้สึกว่ามีคุณสมบัติ และเมื่อตนเองได้รับสมดังความต้องการแล้ว จะเกิดพฤติกรรมที่ต้องการแสดงออกถึงความเป็นเจ้าของด้วย การขาดความรักหรือความเป็นเจ้าของ อาจเกิดขึ้นได้จากการขาดความดูแลเอาใจใส่ การเลียดู ความผูกพัน การถูกทอดทิ้ง การถูกกีดกัน ถูกขับไล่ออกจากครอบครัวหรือจากกลุ่ม ถูกสังคมรังเกียจ เป็นต้น ทำให้ขาดความสัมพันธ์ต่อกัน จึงแสดงออกให้บุคคลอื่นได้เห็นถึงความต้องการความรัก มิตรภาพ

- แนวคิดความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม เป็นความต้องการได้รับการชื่นชมจากบุคคลอื่น ได้รับการยกย่อง ได้รับรางวัล เพื่อให้ตนเองเป็นส่วนหนึ่งในสังคม เป็นแบบอย่างให้กับบุคคลอื่นได้ เป็นความต้องการที่เกิดจากการมองเห็นว่าตนเองมีคุณค่า เป็นประโยชน์ต่อบุคคลอื่น และต้องการให้บุคคลอื่นมองเห็นคุณค่านั้นเช่นกัน ในทางกลับกัน หากบุคคลไม่ได้รับการยอมรับ มักจะรู้สึกถึงความมีปมด้อย ขาดความสามารถ และอาจมองโลกในแง่ร้าย เนื่องจากโดยปกติแล้ว บุคคลจะมีความต้องการในลักษณะนี้ เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ มั่นใจ ได้รับการเคารพนับถือ ได้รับเกียรติจากบุคคลอื่น ที่แสดงออกให้เห็นได้ว่าบุคคลอื่นมองเห็นคุณค่าของเรา ทั้งนี้ การแสดงออกถึงความต้องการได้รับการยอมรับ อาจแสดงออกในรูปของกิจกรรมต่าง ๆ มีการทำกิจกรรมเองหรือเข้าร่วมกิจกรรมในสังคม เพื่อให้บุคคลอื่นเห็นในส่วนของการทำประโยชน์ หรือการทำงานอดิเรก การประกอบอาชีพการงาน ทั้งนี้ ความภาคภูมิใจในการทำตนเองให้มีคุณค่ามีประโยชน์ ต้องยอมรับในตนเองก่อน เพื่อสร้างความมั่นใจ ลดปมด้อยภายในจิตใจ มีส่วนช่วยในการพัฒนาความต้องการให้เป็นที่ยอมรับจากบุคคลอื่นได้ ได้รับการเคารพนับถือและอาจเกิดชื่อเสียงตามมาด้วย กล่าวคือ Maslow (1977) กล่าวถึงความต้องการได้รับการเคารพนับถือใน 2 ระดับ ได้แก่

(1) ความต้องการเคารพนับถือตัวเอง ต้องการมีความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ความมั่นใจในตัวเอง เป็นตัวของตัวเอง มีความแกร่ง และได้รับความอิสระ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถเฉพาะตัวภายในแต่ละบุคคล

(2) ความต้องการเคารพนับถือจากบุคคลอื่น โดยต้องแสดงให้เห็น ปรากฏออกมาภายนอก เพื่อให้บุคคลอื่นมองเห็นคุณค่า และการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับความสนใจ การยอมรับ ยกย่อง ความต้องการมีสถานภาพ ศักดิ์ศรี ชื่อเสียง เป็นต้น

- แนวคิดความต้องการรู้จักตนเอง รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อม มีอารมณ์ของความสุข ร่าเริง ตื่นเต้น มีความบันเทิง มีประสบการณ์ รู้ค่านิยมของตนเอง มีความต้องการที่เกิดจากสติปัญญา มีทักษะ ลดละความกังวลในเรื่องที่ผ่านมาและสิ่งที่จะเกิดขึ้น ห่วงใยและนึกถึงบุคคลอื่น เมื่อบุคคลมีความสนใจในความต้องการระดับนี้แล้ว จะเกิดความพอใจ รู้สึกสันโดษทั้งการประกอบอาชีพการงาน หรือในการดำเนินชีวิตส่วนตัว เป็นความต้องการความสมบูรณ์ในชีวิต จะรู้สึกว่าจะอะไรก็ตามที่บุคคลเป็นได้หรือทำได้ ก็ต้องเป็นได้ ทำได้ (what a man can be, he can be) เป็นความต้องการระดับสูงสุดของบุคคล กล่าวคือ เป็นความต้องการที่มากกว่าที่ตนเองเป็นอยู่ ความต้องการที่จะเป็นทุกสิ่งๆที่ตนเองสามารถเป็นได้ (Maslow, 1977)

พรธรรณรัตน์ จิระวัฒนาศักดิ์ (2550) กล่าวว่า บุคคลแสดงพฤติกรรมความต้องการในการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ ดังนี้

- มีความต้องการหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบในการสื่อสารต่าง ๆ
- มีความต้องการใช้สื่อเพื่อรับรู้เรื่องราว สถานการณ์ เหตุการณ์ต่าง ๆ
- มีความต้องการมีส่วนร่วมในสถานการณ์ต่าง ๆ ผ่านสื่อ
- มีความต้องการความคิดเห็นจากสื่อ เพื่อสนับสนุนความต้องการของตนเอง

ตนเอง

- มีความต้องการความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ผ่อนคลายและความบันเทิง

จากสื่อ

แนวคิดความต้องการแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว นั้น ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวจะมีข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ก็ตาม นักท่องเที่ยวก็ยังมีความต้องการในการสืบค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการเดินทางท่องเที่ยวให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การหาข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว สามารถหาได้จาก ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก สื่อเชิงพาณิชย์ และสื่อสาธารณะ เป็นต้น แต่นักท่องเที่ยวมักจะได้รับข้อมูลจากสื่อเชิงพาณิชย์ ในขณะที่สื่อที่มีอิทธิพล

ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สื่อที่ได้รับจากคนรู้จัก เนื่องจากสื่อเชิงพาณิชย์มีข้อจำกัดในการนำเสนอ เฉพาะสิ่งที่สื่อต้องการและสื่อได้รับประโยชน์เท่านั้น โดยไม่คำนึงถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการโดยตรง พรจิต สมบัติพานิช (2551) กล่าวถึงการหาแหล่งข้อมูลเป็นการสื่อสารในลักษณะที่มีการเปลี่ยนแปลง จากสื่อดั้งเดิม ที่มีลักษณะการสื่อสารทางเดียว โดยผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตสื่อจะนำเสนอข้อมูล และผู้รับ สารจะรับมาอย่างเดียว โดยที่ต่างฝ่ายต่างไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์กลับไปได้ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ใบปลิว วิหุญ โทรทัศน์ เป็นต้น ในขณะที่ปัจจุบันมีสื่อใหม่ มีลักษณะการสื่อสารสองทาง โดยที่ผู้ส่งข้อมูลและผู้รับข้อมูล ต่างฝ่ายต่างติดต่อสื่อสารกันได้ สามารถแสดงออกถึงความต้องการและ แสดงความคิดเห็นได้มากขึ้น กล่าวคือสื่อใหม่ ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่และ สื่ออินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการสืบค้นข้อมูล พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เป็น สื่อที่แพร่หลายและเข้าถึงได้ง่าย สามารถติดต่อถึงกันได้ทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ กล่าวคือ ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวจะอยู่ห่างกันคนละซีกโลก ก็สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างง่ายดาย นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศได้ทั่วโลกตลอดเวลา เป็นการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพ็ชรี รูปะวิเชตร (2554) กล่าวถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมความต้องการในการติดต่อสื่อสารถึงกันระหว่างประเทศ ได้แก่ การจาริกแสวงบุญ การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศ การท่องเที่ยว เป็นต้น บุรินทร์ เกียรติมณี (2553) กล่าวถึงเว็บไซต์ (Website) ที่ให้บริการออนไลน์ (Online Service Provider) เป็นเว็บไซต์ (Website) ที่ให้บริการออนไลน์ (Online) ด้านการท่องเที่ยว และการจองห้องพัก เพื่อให้เกิดความ สะดวกและรวดเร็ว ทั้งนี้ Ellsworth (1995) กล่าวว่าเว็บไซต์ (Website) เป็นระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ต (Internet) ที่นำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง โดยการสร้างแฟ้มข้อมูล อาจเป็นข้อความ ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว และบรรจุแฟ้มนั้นลงในอุปกรณ์สื่อสาร เช่น เครื่อง คอมพิวเตอร์ หรือปัจจุบันมีลักษณะเป็นโทรศัพท์มือถือ เพื่อเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) และ พบคำอธิบายเพิ่มเติม พรวิไล เลิศวิชา (2544) เกี่ยวกับ สื่อออนไลน์ (Online) เป็นการนำสัญญาณ และซอฟต์แวร์ (Software) มาจัดการกับข้อมูลจากเครื่องหนึ่งไปแสดงผลยังอีก เครื่องหนึ่งหรือเครื่องอื่น ๆ ได้ และมีการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย (Multimedia) นำไปใช้ในระบบ เครือข่าย เป็นสื่อแบบออนไลน์ (Online) โดยอาศัยสัญญาณเชื่อมต่อนำข้อมูลจากมัลติมีเดีย (Multimedia) จากแม่ข่ายไปแสดงผลที่ทุกเครื่องที่เป็นลูกข่ายของเครือข่าย โดยมีอินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางกระจายข้อมูลไปทั่วโลก ในการติดต่อผ่าน อินเทอร์เน็ต (Internet) สามารถทำโดยการผ่านเครือข่ายใยแมงมุม (world wide web) และเมื่อใช้

บราวเซอร์ (Browser) เพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Internet) จะพบเว็บไซต์ (Website) สรุปคือ การทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว ช่วยให้ทราบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการสืบค้นข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายในระบบอินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการสืบค้นข้อมูล จากข้อมูลการท่องเที่ยวตามเครือข่ายสังคม (Social network) เป็นเครือข่ายเชื่อมระหว่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคล หรือเรากับเพื่อน จนเกิดเป็นชุมชนออนไลน์ โดยผู้ใช้จะเริ่มจากการสร้างข้อมูลส่วนตัว สถานะ รูปภาพ บันทึก หรือคลิปวิดีโอ เป็นต้น มีการเชื้อเชิญเพื่อน ค้นหาเพื่อน สร้างเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อน เป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มจำนวนเพื่อนให้มากขึ้น และสามารถจัดตั้งเป็นกลุ่มได้ ทั้งนี้ เว็บไซต์ (Website) ที่มีลักษณะเครือข่ายสังคม (Social network) เช่น Facebook LinkedIn (ภิเชก ชัยนรินทร์, 2553)

สอดคล้องกับ Mayfield (2008) กล่าวถึง สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) เป็นการสื่อสารสองทาง ประกอบด้วย

- การมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้บุคคลที่สนใจหรือต้องการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะได้

- การเปิดโอกาสให้ทุกคนแสดงความคิดเห็น แบ่งปันข้อมูลกัน

- การโต้ตอบสนทนา สามารถสื่อสารถึงกัน

- การร่วมกันเป็นกลุ่ม สร้างเป็นกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องที่คล้ายกัน

- การเชื่อมต่อ โดยที่สื่อออนไลน์ (Online) มีการเชื่อมต่อกันเองผ่านลิงค์

(Link) เกิดการเชื่อมต่อกับสื่อต่าง ๆ แหล่งที่มา บุคคล เป็นต้น

ชนิตว์ปียา แสงเย็นพันธุ์ (2554) กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะหันมาวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น สืบเนื่องมาจากการที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ อันเป็นผลจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยี กล่าวคือ จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากความสะดวกในการเข้าถึง และ ชมริวิวความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน แสดงให้เห็นถึงบทบาทการใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสารระหว่างผู้เกี่ยวข้องข้องด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างและรวดเร็ว

พฤติกรรมในการสืบค้นข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยว จะเป็นการสืบค้นเกี่ยวกับวิธีการเดินทาง การจองที่พัก กิจกรรมนันทนาการ ได้จากแหล่งข้อมูลจาก ช่องทางออนไลน์และคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิด มากที่สุด

แต่อย่างไรก็ตาม สื่อที่เป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว ยังสามารถค้นหาได้อีกหลายแหล่ง ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกค้นหาข้อมูล ทั้งนี้ ธนิกา แสงพรรค (2559) ได้จำแนกสื่อที่เป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว ได้แก่

- สื่อบุคคล เช่น ครอบครัว ญาติ เพื่อน คนรู้จัก
- สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์
- สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือคู่มือท่องเที่ยว
- สื่อเฉพาะกิจ เช่น โบชัวร์ ป้ายประกาศ หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว
- สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เช่น เว็บไซต์ (Website) สื่อออนไลน์ (Online) สื่อสังคม (Social Media)

กล่าวโดยสรุปคือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นเกี่ยวเนื่องกับการที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาในลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว โดยที่พฤติกรรมนั้นเกิดจากความต้องการที่ถูกขับออกมาโดยมีสิ่งเร้าหรือกระตุ้นให้แสดงออกมาเป็นนักท่องเที่ยว เช่น แสงหาการพักผ่อน เปิดโลกกว้าง พบปะผู้คน เพื่อผู้ภูมิตร ชมธรรมชาติ ขึ้นชอบทะเล โดยอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้ เช่น วัฒนธรรม ชนชั้นสังคม สถาบันครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ผู้นำทางความคิด โดยมีช่องทางการรับข้อมูลส่วนใหญ่จากสื่ออินเทอร์เน็ต และครอบครัว

2.4 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ความปลอดภัย หมายถึง พันภัย ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (1996) กล่าวถึง ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นตัวชี้วัดถึงคุณภาพของการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยย่อมมีผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางไปเยือน เกิดการเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้น ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

มีผลต่อการเพิ่มหรือลดจำนวนนักท่องเที่ยวได้ กล่าวคือ หากแหล่งท่องเที่ยวมีปัญหาด้านความปลอดภัย ย่อมส่งผลกระทบต่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวก็จะลดลง การจัดการให้นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกส่วนงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงทุกคนในแหล่งท่องเที่ยวก็มีส่วนสำคัญในการร่วมมือให้เกิดความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวเช่นกัน

ทั้งนี้ การวางแผนการจัดการความเสี่ยงเพื่อให้เกิดความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว แยกพิจารณาได้ ดังนี้

- ความเสี่ยงจากบุคคลหรือสิ่งแวดล้อม เช่น โจรกรรม อาชญากรรม
- ความเสี่ยงจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภัยที่เกิดในแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ สุขอนามัย
- ความเสี่ยงจากนักท่องเที่ยว เช่น ปัญหาหรือข้อจำกัดด้านสุขภาพ เจ็บป่วย อุบัติเหตุจากการทำกิจกรรม นันทนาการ ทำของหาย เป็นต้น
- ความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น สภาพอากาศ โรคระบาด ภัยธรรมชาติ

การวางแผนเพื่อจัดการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการเดินทางท่องเที่ยว หน่วยงานระดับชาติ ระดับท้องถิ่น ธุรกิจท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) กล่าวถึง ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องคำนึงถึง จำเป็นต้องมีการเฝ้าระวัง ติดตามสถานการณ์ และตรวจสอบ หากมีผลกระทบใด ๆ ที่อาจเกิดกับนักท่องเที่ยว และมีการประสานงาน สร้างความร่วมมือกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การดูแลความปลอดภัย การบรรเทาทุกข์ และการป้องกันแก้ไข ปัญหาการหลอกลวง การเอารัดเอาเปรียบ เป็นต้น

ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว และความต้องการในการเลือกหรือตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวด้วย รวมถึงการจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้ง

โดยตรงและโดยอ้อม และมีผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทั้งนี้ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว แบ่งออก ดังนี้

1) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

- อุบัติภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การหยุดชะงักของการเดินทาง ประสบอุบัติเหตุ ตกทุกข์ได้ยากเนื่องจากถูกประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน ถูกทำร้ายร่างกาย ประสบเหตุจากการจราจล การก่อการร้าย ประสบเหตุจากภัยธรรมชาติ อาชญากรรม หรือภัยด้านอื่น ๆ

- มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) จัดกิจกรรมโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อเตือนภัยและให้คำแนะนำในการป้องกันภัย ประชาสัมพันธ์ช่องทางการร้องเรียน ร้องทุกข์ และข้อมูลเกี่ยวกับการช่วยเหลือ เยียวยานักท่องเที่ยว อำนาจความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการดำเนินคดี กรณีนักท่องเที่ยวต้องขึ้นศาล

(2) พัฒนาศูนย์กลางที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น ตำรวจท่องเที่ยว กลุ่มงานเก็บกู้และตรวจพิสูจน์วัตถุระเบิด (EOD) หน่วยงานการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน สมาคมโรงแรม เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย โดยการจัดอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้ในการสังเกตและจดจำบุคคลต้องสงสัย การประเมินสถานการณ์ภัยคุกคาม การบริหารจัดการในภาวะวิกฤติ

(3) จัดอบรมสำหรับผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เกี่ยวกับการพยาบาลขั้นต้น และการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นต้นแก่นักท่องเที่ยว (CPR)

(4) การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนี้ พัฒนาทรัพยากรและบริหารจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ป้องกัน ฝ้าระวัง จัดการความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจบริการการท่องเที่ยว บังคับใช้กฎหมายป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม

2) ความปลอดภัยทางบก หรือทางถนน

- อุบัติภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวทางบก หรือทางถนน ทำให้นักท่องเที่ยวอาจได้รับบาดเจ็บ หรือเสียชีวิตได้ ได้แก่ อุบัติเหตุจากรถยนต์ รถจักรยานยนต์เช่า สาเหตุจากความประมาทเลินเล่อ ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น ไม่มีใบอนุญาตขับ

ซึ่งไม่สวมใส่หมวกกันกระแทกขณะขับขี่รถจักรยานยนต์ การขับขี่สวนทาง อาจเกิดจากความไม่คุ้นเคยในเส้นทางหรือไม่รู้กฎจราจร หรืออาจงใจประมาท

- มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย กฎหมายจราจร มารยาทในการขับขี่ วิธีการขับขี่รถยนต์และรถจักรยานยนต์ ป้ายจราจร แผนที่เส้นทาง ข้อควรปฏิบัติเมื่อเกิดอุบัติเหตุและการแจ้งเหตุ เช่น

(1) จัดทำคู่มือขับขี่ปลอดภัย จัดกิจกรรมรณรงค์นักท่องเที่ยวขับขี่ปลอดภัย และจัดอบรมหลักปฏิบัติในการขับขี่

(2) จัดตั้งศูนย์บริการและมีเจ้าหน้าที่ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (Tourist Assistance Center)

(3) จัดให้มีสื่อวีดิทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์แนะนำเกี่ยวกับการขับขี่ตลอดจนติดป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

3) ความปลอดภัยทางน้ำ

- อุบัติภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ ทำให้นักท่องเที่ยวอาจได้รับบาดเจ็บ หรือเสียชีวิตได้ ได้แก่ การจมน้ำ เรือล่ม เรือชนกัน เป็นต้น

- มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) จัดทำคู่มือช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทางทะเล จัดกิจกรรมหรือโครงการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทางทะเล

(2) จัดอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทางทะเล เช่น ความรู้ทั่วไปสำหรับ Life Guard การพยาบาลขั้นต้น การช่วยฟื้นคืนชีพขั้นต้นแก่นักท่องเที่ยว (CPR) ทักษะการช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางน้ำ

(3) จัดทำคู่มือการอบรม เช่น หลักสูตรการฝึกอบรม ตารางการฝึกอบรม วิธีการทดสอบทักษะของ งบประมาณการจัดอบรม การแต่งกายในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นต้น

4) ความปลอดภัยจากการถูกลอกหลวงเอาเปรียบ

- อุบัติภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวจากการถูกลอกหลวงเอาเปรียบ ได้แก่ การหลอกลวงนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ จากกลุ่มมิจฉาชีพ เช่น รถรับจ้างหรือแท็กซี่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การหลอกลวงเกี่ยวกับอัญมณี และเครื่องประดับ ปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจร้านเสื้อผ้า (ร้านตัดสูท)

- มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) ใช้มาตรการปรับหรือพักใช้ใบอนุญาตขับขี่รถสาธารณะ สำหรับรถรับจ้างหรือแท็กซี่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น เรียกเก็บค่าโดยสารในอัตราสูง ไม่กมมิเตอร์ ค่าโดยสาร ขับรถไม่สุภาพ ขับรถอ้อมเพื่อให้ระยะทางไกลขึ้น

(2) จับกุมผู้ประกอบการนำเที่ยวที่ ขยายบริการในราคาเกินจริง เปลี่ยนแปลงรายการนำเที่ยวโดยไม่แจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า ขาดมาตรฐานในเรื่องการให้บริการหรือไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ และจับกุมผู้ประกอบการนำเที่ยวที่แอบอ้างใช้ตราเครื่องหมายหรือชื่อย่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เรียกหลักประกันเพื่อชดเชยให้กับนักท่องเที่ยว

(3) ประชาสัมพันธ์และแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวให้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับจากร้านค้าที่มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานจากสมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เจริญไกลเกลี่ยระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ เมื่อได้รับการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการหลอกลวงให้นักท่องเที่ยวซื้ออัญมณีในราคาที่แพงเกินจริง หรือไม่ได้มาตรฐาน

(4) เจริญไกลเกลี่ยระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ เมื่อได้รับการร้องเรียนเกี่ยวกับธุรกิจร้านเสื้อผ้า (ร้านตัดสูท) เอาเปรียบนักท่องเที่ยว หลอกลวงให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าในราคาที่แพงเกินจริง เนื้อผ้าที่ใช้ไม่เป็นไปตามที่ตกลงไว้ ไม่ส่งของให้ลูกค้าตรงตามเวลาที่นัดหมาย

กล่าวโดยสรุป ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญที่ทุกภาคส่วนต้องคำนึงถึง ทั้งในเรื่องความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ภัยธรรมชาติ ภัยก่อการร้าย อาชญากรรม โรคระบาด สาธารณภัย อุบัติเหตุ การหลอกลวงเอาเปรียบ เป็นต้น ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งชี้วัดถึงมาตรฐานคุณภาพของการท่องเที่ยว มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยย่อมมีผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความ ต้องการเดินทางไปเยือน เกิดการเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ช่วยให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ นำรายได้ไปใช้พัฒนาส่วนต่าง ๆ ได้ ความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงทุกคนในแหล่งท่องเที่ยว ล้วนมีส่วนสำคัญในการช่วยให้เกิดการสร้างมาตรการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย เป็นจุดขายที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปเยี่ยมเยือนต่อไป

3. แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

3.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่ชักนำเพื่อให้เห็นคล้อยตาม ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554

แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่ปรากฏอยู่ภายใน ส่งผลให้มนุษย์เกิดพฤติกรรม การเคลื่อนไหว การกระทำอย่างมีจุดมุ่งหมาย ถือเป็นเหตุผลที่ทำให้เกิดการกระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (Kolesnik, 1978) ในขณะที่ Loudon and Bitta (1988) กล่าวถึงแรงจูงใจ หมายถึง พลังอย่างหนึ่งที่อยู่ภายในบุคคล ก่อให้เกิดสภาพการเคลื่อนไหวไปยังจุดหมายตามสิ่งแวดล้อมที่ถูกเลือก McClland (1987) มองว่าแรงจูงใจ เป็นการตั้งใจกระทำแบบมีสติ สำนึกรู้ได้ (conscious) และการไม่ตั้งใจกระทำที่เกิดจากจิตใต้สำนึก (unconscious) กล่าวคือ เกิดพฤติกรรมจากการมีสติและไม่มิตสติก็ได้ เป็นเรื่องภายในตัวบุคคลจากความรู้สึกนึกคิด ที่สามารถรับรู้ได้จากการแสดงออกภายนอก ซึ่ง Petri (1991) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่าเป็นสิ่งที่มนุษย์เราต้องการกล่าวถึงแรงผลักดัน (force) หรือพลังในตัวคนของสิ่งมีชีวิต นำพาทิศทางและก่อให้เกิดการแสดงออกทางพฤติกรรมแบบต่าง ๆ ดังนั้น แรงจูงใจ ทำให้บุคคลนั้นกระทำหรือไม่กระทำให้เกิดขึ้นเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกให้เห็น ส่วน Solomon (1996) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นกระบวนการก่อให้เกิดพฤติกรรม โดยแรงจูงใจจะเกิดขึ้นเมื่อมีความต้องการมาเป็นแรงกระตุ้น และบุคคลนั้นได้สนองตอบตามความต้องการที่มากระตุ้น โดยมีทิศทางของแรงจูงใจ (Motive of direction) และจุดแข็งของแรงจูงใจ (Motive of Strength)

แรงจูงใจเป็นพลังกระตุ้นอย่างหนึ่งที่อยู่ภายในบุคคล โดยมีการสนองตอบต่อแรงกระตุ้นนั้น หากไม่ได้รับสนองตอบความต้องการ จะกลายเป็นความเครียด โดยความต้องการจะมีทั้งภายในจิตใต้สำนึก และลักษณะรู้ตัว มีความแตกต่างกันไปตามการเรียนรู้และความคิดของแต่ละคน (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) สอดคล้องกับสุชาติ นิภาพันธ์ (2553) กล่าวถึงแรงจูงใจ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล สนองตอบความต้องการโดยแสดงออกทางพฤติกรรม แรงภายในที่เป็นพลังผลักดันนี้ มองไม่เห็นและวัดไม่ได้ ต้องใช้วิธีสังเกตเพื่อค้นหาระดับแรงจูงใจ ถือเป็นกระบวนการกระตุ้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเพื่อไปถึงจุดหมายที่ต้องการซึ่งเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และผลตอบแทนที่ได้รับ อารี พันธมณี (2546) ให้ความหมายของแรงจูงใจ เป็นการใช้สิ่งต่าง ๆ เช่น รางวัล หรือการได้รับการลงโทษ ที่เป็นแรงผลักดันหรือเงื่อนไขให้เกิดการแสดงพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ ในขณะที่ศรีนทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) กล่าวว่าแรงจูงใจเป็นกรณีที่มนุษย์ถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าเพื่อบรรลุบางสิ่ง

บางอย่าง เป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายและมีทิศทางที่ชัดเจน โดยพฤติกรรมนั้นมีผลจากแรงกระตุ้นหรือแรงผลักดัน ที่หมายถึงแรงจูงใจ

3.2 ความสำคัญของแรงจูงใจ

แรงจูงใจมีความสำคัญ นิภา แก้วศรีงาม (2532) กล่าวถึงแรงจูงใจว่ามีส่วนสำคัญในการกระทำสิ่งต่าง ๆ แรงจูงใจเป็นแรงโน้มน้าวหรือแรงกระตุ้นให้บุคคลประพฤติหรือปฏิบัติสอดคล้องกับสุพานี สฤกษ์วานิช (2552) ได้อธิบายว่าแรงจูงใจมีความสำคัญ การที่บุคคลจะมีความอยาก ความตั้งใจ ความพยายาม ความทุ่มเท ต้องมีแรงจูงใจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย หากขาดแรงจูงใจ จะเกิดความเฉื่อยเมย ไม่ตั้งใจ ไม่เอาใจใส่ ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2550) เพิ่มเติมว่าแรงจูงใจ เป็นแรงขับให้เกิดการกระทำไปสู่เป้าหมาย โดยจะได้รับผลจากแรงจูงใจมากกว่าหนึ่งอย่าง สร้างให้เกิดความต้องการ และสนองตอบความต้องการ

3.3 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ

กระบวนการเกิดแรงจูงใจ พวงเพชร วัชรอยู่ (2537) กล่าวถึง แรงจูงใจมีกระบวนการเกิดขึ้นตามขั้นตอน ดังนี้

- ขั้นตอนความต้องการ ในขณะที่บุคคลต้องการสิ่งที่เป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น น้ำ เพื่อสนองตอบต่อร่างกายให้ทำงานได้ปกติ จะมีขั้นตอนความต้องการเพื่อเติมส่วนที่ขาดไป

- ขั้นตอนแรงขับ เกิดจากความต้องการกระตุ้นให้เกิดแรงขับ กล่าวคือ เมื่อมีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว บุคคลจะนั่งเฉยไม่ได้ จะเกิดภาวะกระวนกระวายเรียกว่า เกิดเป็นแรงขับ ทั้งนี้ หากมีความต้องการมาก ความกระวนกระวายจะมาก เกิดเป็นแรงขับ เช่น เมื่อร่างกายขาดน้ำ จะเกิดความกระหาย มีความต้องการน้ำเป็นแรงขับ จะแสดงอาการกระวนกระวาย

- ขั้นตอนแสดงพฤติกรรม เมื่อเกิดอาการกระวนกระวายขึ้น จะมีแรงขับเป็นตัวผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา เช่น คนที่กระหายน้ำ จะแสดงอาการพฤติกรรมในการหาน้ำดื่ม คนที่หิวน้ำมาก จะหาน้ำมาดื่มในปริมาณมากกว่าคนที่หิวน้ำน้อย

- ขั้นตอนลดแรงขับ เป็นขั้นที่แรงขับจะลดลงหรือหยุดเมื่อเกิดการสนองตอบต่อความต้องการแล้ว

กระบวนการเกิดแรงจูงใจนั้น เป็นการจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ไม่อาจกำหนดได้ตายตัว สามารถก่อให้เกิดพฤติกรรมแบบที่ต่างกัน และอาจคล้ายคลึงกันได้จากแรงจูงใจเดียวกัน โดยกระบวนการเกิดแรงจูงใจ ประกอบด้วย ความต้องการที่เกิดขึ้นตามสภาพที่ขาดความสมดุลด้านร่างกายและจิตใจ เช่น รู้สึกหิว จึงต้องการอาหาร มีแรงขับให้เกิดความมุ่งมั่นที่จะทำสิ่งหนึ่งให้ถึงจุดหมาย เช่น เมื่อขาดอาหาร หรือน้ำ ร่างกายจะแสดงออกว่าขาดแคลนเพื่อแสวงหาสิ่งเติมเต็มให้ร่างกาย เป็นภาวะการแสดงพฤติกรรมตอบสนอง จากแรงขับตามประสบการณ์ และความรู้ ให้บรรลุถึงจุดหมาย (Goals) เป็นเป้าหมายที่ต้องการไปให้ถึง หรือบรรลุเป้าหมายตามความต้องการและลดแรงขับลงไปสู่จุดหมายด้วยความสำเร็จ (เทพพนม เมืองแมน, 2540)

แรงจูงใจเกิดจากจิตสำนึก เป็นแรงขับให้ต้องการกระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แล้วแสดงพฤติกรรมออกมา (จันทร์ ชุ่มเมืองปัก, 2546) แรงจูงใจเกิดขึ้นจากภายในซึ่งมองไม่เห็น แต่ผลักดันหรือกระตุ้นให้บุคคลเกิดการกระทำ หรือแสดงออกทางพฤติกรรม ผู้ถูกจูงใจจะเกิดความกระตือรือร้นในการร่วมทำกิจกรรมและผลที่เกิดขึ้นจากการได้รับแรงจูงใจจะมีประสิทธิภาพมากกว่าการไม่ได้รับการกระตุ้น (ปราโมชน์ รอดจำรัส, 2549) สอดคล้องกับ Schiffman and Kanuk (1994) กล่าวถึงกระบวนการเกิดแรงจูงใจ มีสาเหตุจากมีสิ่งกระตุ้น สิ่งเร้า แรงขับ เกิดความต้องการ หรือมาจากการเก็บบท ความคาดหวังโดยไม่รู้ตัว

กล่าวโดยสรุป แรงจูงใจเป็นสิ่งเร้า สิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญกับพฤติกรรม ความต้องการแสดงออกของบุคคล ที่จะกระทำหรือไม่กระทำตามสิ่งที่กระตุ้นนั้น การที่บุคคลจะมีความอยาก ความตั้งใจ ความพยายาม ความทุ่มเท ต้องมีแรงจูงใจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย หากขาดแรงจูงใจ จะเกิดความเฉยเมย ไม่ตั้งใจ ไม่เอาใจใส่ ทั้งนี้ กระบวนการหรือขั้นตอนที่จะก่อให้เกิดแรงจูงใจ จะมีแรงขับ ทำให้เกิดความต้องการและแสดงพฤติกรรมออกมา

3.4 ประเภทของแรงจูงใจ

ชนิษฐา วิเศษสาธิต และมุกดา ศรียงค์ (2537) แบ่งประเภทของแรงจูงใจ ดังนี้

- แรงจูงใจด้านกายภาพ เพื่อการมีชีวิตรอด
- แรงจูงใจด้านจิตใจ เช่น เรื่องความรัก
- แรงจูงใจด้านสังคม มีการเรียนรู้ ประสบการณ์
- แรงจูงใจในการนับถือตนเอง มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับ

พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา (2542) แบ่งประเภทของแรงจูงใจ ดังนี้

- แรงจูงใจเพื่อการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน เช่น ปังจัยสี่
- แรงจูงใจด้านสังคม เพื่อการอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ
- แรงจูงใจเกี่ยวกับตนเอง ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

อริยา คูหา (2545) และรังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) แบ่งประเภทของแรงจูงใจ ดังนี้

- แรงจูงใจภายใน (Motive of Intrinsic) เป็นสิ่งที่ติดตัวบุคคลมา และมีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรม แรงจูงใจภายในมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องจิตวิทยาทางสังคม เกิดจากสภาพแวดล้อมที่ติดตัวมาตั้งแต่ยังเป็นเด็ก ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมตามแบบที่ตนเองชอบ หรือรักที่จะกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยไม่ต้องมองถึงสิ่งล่อภายนอกที่เป็นรางวัลหรือผลตอบแทน การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏจึงส่งผลให้ออกมาในรูปแบบที่มีคุณภาพ ได้แก่ ความสนใจ ความคิด ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม เจตคติ ความอยากรู้อยากเห็น ความตั้งใจ ความพอใจ ความศรัทธา มองเห็นคุณค่า เป็นต้น

- แรงจูงใจภายนอก (Motive of Extrinsic) เป็นสิ่งภายนอกที่ผลักดันให้เกิดพฤติกรรม เป็นแรงกระตุ้นที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยจะสนองตอบต่อสิ่งดังกล่าวเมื่อมีความต้องการได้รับสิ่งตอบแทน ได้แก่ ชื่นชม ยกย่อง ชื่อเสียง มีเกียรติ รางวัล ทรัพย์สิน เงิน ตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับจากสังคม เป็นต้น

สุรางค์ ไคว้ตระกูล (2553) แบ่งประเภทของแรงจูงใจ ดังนี้

- แรงจูงใจภายใน เป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ Deci and Ryan (1985) ได้นิยามความหมายเพื่อให้ทราบลักษณะของแรงจูงใจภายในได้ชัดเจนขึ้น เช่น

- (1) การที่บุคคลเลือกทำกิจกรรมได้ด้วยตนเอง (Free choice) จะแสดงออกทางพฤติกรรมที่มาจากแรงจูงใจภายใน
- (2) การที่บุคคลมีความชื่นชอบและกระทำโดยไม่รู้สึกลังเลหรือเหน็ดเหนื่อย เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มาจากแรงจูงใจภายใน
- (3) การที่บุคคลเลือกทำกิจกรรมเพื่อเป็นการพัฒนาตนเอง เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีความสนใจที่สืบเนื่องมาจากแรงจูงใจภายใน
- (4) การที่บุคคลกระทำตามความต้องการของตนเอง เป็นการแสดงพฤติกรรมที่มาจากแรงจูงใจภายใน

(5) การที่บุคคลมีความต้องการความเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเอง เป็นการแสดงพฤติกรรมที่มาจากแรงจูงใจภายใน

- แรงจูงใจภายนอก มาจากแรงเสริมหรืออิทธิพลที่ได้รับจากภายนอก เช่น การได้รับรางวัล คำชื่นชม หรือได้รับจากสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ความคาดหวังของผู้อื่น การมีรางวัลเป็นสิ่งล่อใจ

3.5 แนวคิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

1) แรงจูงใจกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ (2545) แรงจูงใจ ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- แรงกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวหรือช่วงเวลา ที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

- ตัวคัดกรองความต้องการ อาจเป็นสิ่งที่คอยคัดค้าน หรือยับยั้งความต้องการ ทำให้ความต้องการลดลงหรือระงับการเดินทางท่องเที่ยว แต่ก็อาจเป็นสิ่งที่ทำให้เลือกทำตามความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่อไป เกิดเป็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- สิ่งกระทบความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ภาวะเศรษฐกิจ ภาวะสังคม

- บทบาทหรือสถานภาพของนักท่องเที่ยว ทำให้ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็จะแตกต่างกันออกไป

แรงจูงใจกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยที่แรงจูงใจ (Motive) เป็นแรงผลักดัน ที่เกิดจากความต้องการ มากระตุ้นหรือเร้าให้นักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว โดยต้องการเดินทางออกจากสถานที่แห่งหนึ่งเพื่อไปยังจุดหมายปลายทางอีกแห่งหนึ่ง เกิดเป็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ แรงจูงใจ มีลักษณะ ดังนี้

- เป็นแรงขับ ผลักดัน กระตุ้นให้บุคคลเกิดความต้องการ แสดงพฤติกรรมออกมา

- เป็นสิ่งที่กำหนดระดับความต้องการแสดงพฤติกรรมออกมา

- เป็นสิ่งที่กำหนดจุดหมาย หรือทิศทาง แสดงพฤติกรรมออกมา

ขวัญหทัย ยิ้มละมัย (2556) กล่าวถึง แรงจูงใจมีองค์ประกอบที่สำคัญที่กระตุ้น ใ้
ให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา คือ แรงขับ (Drives) และความต้องการ (Needs)

2) แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2557) กล่าวถึง การที่บุคคลจะวางแผนเดินทางท่องเที่ยวได้
จะต้องคำนึงถึงสิ่งที่เป็นแรงส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ กล่าวคือ

- มีสิ่งที่จะช่วยสนับสนุนต่อการเดินทาง เช่น เวลา (time) และรายได้
(income) ทั้งนี้ การที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความว่าง และขณะเดียวกัน
รายได้อาจจัดว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึง เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในรูปของตัวเงิน
จึงจำเป็นที่นักท่องเที่ยวควรมีรายได้เพื่อใช้สำหรับการเดินทาง ซึ่งเป็นรายได้ที่เหลือหลังจากหัก
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินชีวิตประจำวันหรือเพื่อการดำรงชีวิตตามปกติ

- มีแรงจูงใจเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญที่ทำให้
บุคคลเกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้ เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การคมนาคมขนส่ง
สะดวกรวดเร็ว มีที่พักค้าง มีความปลอดภัย มีราคาเหมาะสมสามารถใช้บริการได้ เป็นต้น

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจที่นักท่องเที่ยวได้รับผ่านระบบ
ประสาทสัมผัสแล้วกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับความก้าวหน้าทางด้าน
เทคโนโลยี ทำให้เกิดการพัฒนาด้านการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การคมนาคมขนส่ง การติดต่อสื่อสาร
และสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการและสนใจเดินทางท่องเที่ยว (ชูสิทธิ์ ชูชาติ,
2538)

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นสิ่งจูงใจและสิ่งกระตุ้นนักท่องเที่ยว เป็นตัว
กำหนดให้นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะรู้สึกอยากเดินทางไปเที่ยวใด เดินทางด้วยวิธี
ใด ท่องเที่ยวประเภทใด มีกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบใด ล้วนเกิดจากแรงจูงใจ ทั้งนี้ แรงจูงใจ
เกี่ยวข้องกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวจนแยกไม่ออก ดังนั้น เมื่อบุคคลจะท่องเที่ยวจึงเกิดจากความ
จำเป็นและความต้องการที่แตกต่างกัน (รัตนารักษ์ มหาศรานนท์, 2546)

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย แรงกระตุ้นให้ต้องการการท่องเที่ยว
ได้แก่ สถานที่หรือช่วงเวลา แหล่งข้อมูล หรือการส่งเสริมการขาย ทำให้เห็นภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่
แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดทัศนคติ การเรียนรู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยว (สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545)
ในขณะที่ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2548) กล่าวถึงการเดินทางท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย
ตอบสนองความจำเป็นของแต่ละบุคคล โดยมีแรงจูงใจเป็นแรงผลักดัน เร่งเร้าให้เกิดการเดินทาง

และเกิดความแตกต่างในบริการการท่องเที่ยว แรงจูงใจเป็นการผสมผสานแรงผลักดันของความ ต้องการด้านร่างกาย จิตใจ และวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องและมีเป้าหมาย เป็นการศึกษาความต้องการ ของการท่องเที่ยว (Tourism Demand)

Deci and Ryan (1980) กล่าวว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกิดจาก แรงจูงใจภายใน ซึ่งไม่เกี่ยวกับการได้รับรางวัล เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกตามความต้องการด้านจิตใจ และความต้องการเป็นตัวของตัวเอง รักอิสระ ต้องการทำกิจกรรมด้วยตนเอง

Beard and Ragheb (1983) กล่าวถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เกิดจาก

- มีความต้องการที่จะรู้จักตัวเอง เกิดเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน ลักษณะการค้นหา เกิดความคิดจินตนาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว
- มีความต้องการด้านสังคม เพื่อพบปะบุคคลอื่นในการเดินทางท่องเที่ยว ต้องการเพื่อนและเป็นที่ยอมรับในสังคม
- มีความต้องการความสำเร็จ ต้องการแสดงออกให้เห็นถึงความสามารถ ของตนที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะที่ท้าทาย เช่น การท่องเที่ยวแบบผจญภัย
- มีความต้องการหลีกเลี่ยง ออกจากสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเดิมที่ นักท่องเที่ยวดำเนินชีวิตเป็นปกติประจำ

Pearce (1988) กล่าวถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจที่จะได้ พักผ่อน สัมผัสสิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมที่ดี สร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว ทำกิจกรรมที่ตนเอง สนใจ มีสุขภาพดี มีเพื่อนใหม่ พบปะคนท้องถิ่น ได้เรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ วัฒนธรรมท้องถิ่นหรือ ประเทศอื่น ให้รางวัลกับตนเอง ได้รับความนับถือ ได้รับความปลอดภัย

McIntosh et al. (1995) กล่าวถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง สิ่ง กระตุ้นทางการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของ ตนเอง ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม เช่น ศิลปะวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี ด้านความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล ได้พบปะบุคคล หลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิต หาประสบการณ์ใหม่ ด้านสถานภาพและ ชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในสังคม มีชื่อเสียง เดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม ยกกระดับตนเองให้สูงขึ้น ในขณะที่องค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ศิลปะ ประติมากรรม หัตถกรรม ประเพณี ความเชื่อ เทศกาล ดนตรี ภาษา วรรณกรรม การแสดง ละคร ภาพยนตร์ มหรสพ วัฒนธรรมท้องถิ่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน เป็นต้น

Fridgen (1996) กล่าวถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วยแรงจูงใจภายใน (Motive of Intrinsic) และแรงจูงใจภายนอก (Motive of Extrinsic) โดยนักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อความสนุกสนานและความพึงพอใจ อาจเพื่อเจรจาธุรกิจหรือประชุม

Pearce (1992) อ้างถึงใน Goeldner and Ritchie (2003) ได้นำทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow) มาใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาและสรุปความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล แรงจูงใจประกอบด้วย

- ความต้องการทางร่างกาย ที่ต้องการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ และแสวงหาความตื่นเต้นในชีวิต

- ความต้องการความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว

- ความต้องการทางสังคม พบเพื่อนใหม่

- ความต้องการพัฒนาคุณค่าตนเอง เรียนรู้วัฒนธรรมประเพณี

- ความต้องการความสำเร็จในชีวิต เสริมสร้างประสบการณ์จากการ

เดินทางท่องเที่ยว

Swarbrooke and Horner (2007) ได้พัฒนาแนวคิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีดังนี้

- แรงจูงใจด้านบุคคล เพื่อสนองตอบความต้องการของตัวเอง เกิดจากปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยวที่มาจากตัวเอง เช่นการเดินทางเยี่ยมเยือนครอบครัว ญาติมิตร คนรู้จัก พบปะกับบุคคลอื่น ๆ ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว สร้างความรู้จัก เกิดเพื่อนใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยว แบ่งปันประสบการณ์ให้กับบุคคลอื่น

- แรงจูงใจด้านกายภาพ เป็นแรงดึงดูดให้เกิดการสนองตอบในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ เลือกรูปกิจกรรมได้หลากหลาย มีความปลอดภัย

- แรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน แสดงออกมาในรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว เป็นความต้องการภายใน เช่น หนีความจำเจ ผจญภัย ปลดปล่อยความรู้สึก เป็นต้น

- แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง การเดินทางท่องเที่ยวโดยการได้รับความรู้ เรียนรู้สิ่งใหม่ เพิ่มทักษะใหม่ และประสบการณ์ เป็นต้น

- แรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของบุคคล เกิดความรู้สึกดีและมีความภูมิใจจากการเลือกเดินทางท่องเที่ยว เช่น เกิดความทันสมัย โดดเด่น ได้รับการยอมรับหรือยกย่อง
- แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว การเยี่ยมชมทัศนียภาพ รับประทานอาหารจากวัฒนธรรมของตนและวัฒนธรรมอื่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิตต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างกัน เป็นแรงจูงใจให้ต้องการเดินทางท่องเที่ยว

จากแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจดังกล่าวมานั้นข้างต้นนั้น สรุปได้ว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวนั้นมีแนวคิดหลากหลายมากมาย ซึ่งเมื่อพิจารณาจากบริบทของการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง ตามที่ได้ทบทวนวรรณกรรมไปแล้วนั้นพบว่า แนวคิดแรงจูงใจของ Swarbrooke and Horner (2007) จะมีความสอดคล้องกันหลายประการ ทั้งในด้านการพัฒนาตนเอง ด้วยการแก้ไขปัญหาอุปสรรคเฉพาะหน้าในขณะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง หรือด้านสถานภาพที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเกิดความความมั่นใจ ภาคภูมิใจที่เดินทางด้วยตนเองตามลำพัง ตลอดจนปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งแรงจูงใจด้านบุคคล ด้านกายภาพ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านสถานภาพชื่อเสียง และด้านวัฒนธรรม

3.6 ลักษณะประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

1) ลักษณะประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาทางสถิติเกี่ยวกับประชากร ในเรื่องอัตราการเกิด การตาย การย้ายถิ่น การกระจาย เป็นต้น รวมไปถึงผลที่มีต่อสภาพสังคมและเศรษฐกิจ ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 และในหลายบริบทจะพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีการศึกษาวิจัย มีดังนี้

ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับสถิติด้านประชากรเป็นสิ่งที่ใช้วัดได้ ส่วนลักษณะด้านจิตวิทยา สังคม วัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่อธิบายความรู้สึก นึกคิดของกลุ่มประชากร ตัวอย่าง ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลเหล่านี้จะใช้เป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ โดยความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์จะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวถึงลักษณะประชากรศาสตร์ มีดังนี้

- เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิงต้องการรับส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย และทั้งสองเพศนี้มีความคิด ค่านิยม ทักษะคติที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีที่มาจากวัฒนธรรมและสังคมที่ต่างกัน

- อายุที่แตกต่างกัน พบว่าคนมีอายุมากมีความคิดแบบแนวอนุรักษ์นิยม มีความระมัดระวัง ในขณะที่คนมีอายุน้อยจะมีความคิดแบบแนวเสรีนิยม มองโลกในแง่ดี

- การศึกษาสูง จะทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจและรับสารที่น่าเชื่อถือ ต้องมีหลักฐานและเหตุผลรองรับ ไม่หลงเชื่อง่าย ส่วนคนที่มีการศึกษาระดับรองลงมาจะรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า วิทยุ โทรทัศน์

- อาชีพและรายได้ต่างกันมีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับกับผู้ส่งสาร เนื่องจากทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมาย ประสบการณ์ ที่ต่างกัน

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวถึงลักษณะประชากรศาสตร์ มีดังนี้

- เพศ พบว่าเพศหญิงมีบทบาทสูงทางความคิดและการเลือกใช้บริการ เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการมาก มีการเลือกตามความต้องการที่เกิดจากการรับข้อมูลข่าวสารมาก

- อายุ พบว่าอายุมีผลต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน

- รายได้ พบว่ารายได้สูงเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดอำนาจซื้อ การเลือกใช้บริการสูง

- อาชีพ พบว่า ผู้หญิงประกอบอาชีพ และมีหน้าที่การงานสูง

2) ความแตกต่างในลักษณะประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มาจากความต้องการที่ได้รับการตอบสนองออกมาเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่างกัน และมีแรงจูงใจที่ต่างกัน กล่าวคือ องค์ประกอบที่ทำให้แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างกันเป็นการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ การศึกษา รายได้ เป็นหลัก แต่ในบางบริบทจะมีเรื่องของถิ่นพำนัก และสภาพแวดล้อมที่ต่างกันด้วย (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2552)

Swarbrooke and Horner (2007) ความแตกต่างในลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ จะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนี้

- เพศ ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีแรงจูงใจที่แตกต่างกันและมีผลต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ต่างกัน เพศหญิงจะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย ได้แก่ ความต้องการผ่อนคลายทางร่างกาย และอารมณ์ ความรู้สึก ต้องการหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวัน

- อายุ ในแต่ละกลุ่มอายุจะมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน การเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะมีแรงจูงใจในการเลือกสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ในขณะที่วัยอื่นจะเลือกการเรียนรู้สิ่งใหม่ มีความต้องการอยากพักผ่อน

- สถานภาพ ที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจเลือกหรือสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้แตกต่างกัน สถานภาพโสด หย่าร้างหรือหม้าย จะมีแรงจูงใจจากการตัดสินใจได้รวดเร็ว มีความสะดวก สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่าและง่ายกว่าสถานภาพสมรส

- การศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูง จะมีแรงจูงใจและมีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาน้อย

- รายได้ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในการตอบสนองความต้องการความท้าทาย ความตื่นเต้น ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน

งานวิจัยนี้ได้เปรียบเทียบในลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้หญิงชาวไทย ได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งในการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย มีการศึกษาถึงความต้องการของบุคคล เพราะความต้องการของบุคคลมีส่วนในการผลักดันให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาตอบสนองต่อความต้องการนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างกันในด้านปัจเจกบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนนั้น มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการได้ (Torkildsen, 2005) ซึ่งในบริบทนี้นันทนาการเป็นกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวตามลำพัง ดังนั้นแนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์จึงเป็นอีกหนึ่งแนวคิดที่สำคัญ ที่ทำให้เกิดความเข้าใจในความแตกต่างของแรงจูงใจในการเดินทางตามลำพังของผู้หญิงได้ และปัจจุบันองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้นชาวไทยสามารถเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้มากขึ้น การศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของ

ผู้หญิงชาวไทย จะทำให้ทราบข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการเตรียมความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมีเพิ่มขึ้นในอนาคตได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง

4.1 การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ตามลำพัง หมายถึง โดดเดี่ยว เฉพาะตัวเอง ไม่เกี่ยวข้องกับผู้อื่น ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ในขณะที่ การอยู่ตามลำพัง หมายถึง การมีรูปแบบการดำเนินชีวิตอยู่ตามลำพัง ทำให้บุคคลมีประสบการณ์เกี่ยวกับการดำเนินเรื่องต่าง ๆ เพียงคนเดียวได้ สามารถตัดสินใจและพึ่งพาตัวเองในยามคับขันได้ มีโอกาสที่จะต้องเดินทางตามลำพังออกจากสถานที่พักปกติ ในขณะที่บุคคลที่อยู่เป็นครอบครัวหลายคน จะมีความเคยชินกับการตัดสินใจร่วมกับผู้อื่น ทำกิจกรรมร่วมกันหลายคน และมีโอกาสให้ความสนใจกับการเดินทางเป็นกลุ่ม เนื่องจากอยู่ในสังคมสิ่งแวดล้อมที่มีสมาชิกหลายคน จากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2558 พบว่าประเทศไทยมีครัวเรือนที่มีสมาชิกอยู่คนเดียว (One-person Household) มีจำนวน สามล้านแปดแสนคน ทั้งนี้ ผู้หญิงที่อาศัยอยู่คนเดียวมีจำนวนสองล้านคน ซึ่งมีจำนวนมากกว่าผู้ชายที่อาศัยอยู่คนเดียวถึงสองแสนคน โดยส่วนใหญ่ผู้ที่อาศัยอยู่ตามลำพังจะอาศัยอยู่ในบริเวณภาคกลางของประเทศไทย และในบริบทของพื้นที่ที่มีผู้หญิงอาศัยอยู่คนเดียวในครัวเรือนสูงสุดคือ เขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนสูงถึงห้าแสนคน (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2558)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2557) กล่าวถึงนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะนิยมการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีอายุน้อยที่มีรายได้สูง แต่มีเวลาไม่แน่นอน การหาเวลาตรงกันกับเพื่อนเพื่อเดินทางร่วมกันจึงทำได้ยาก เป็นผลทำให้เลือกเดินทางเอง ประกอบกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี มีการค้นหาข้อมูลเดินทางเอง ช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางมากขึ้น ทำให้การเดินทางตามลำพังทำได้ง่ายขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกเป็นอิสระ ผู้ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังครั้งแรกเป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบขับรถเที่ยวเอง และท่องเที่ยวชมเมือง ได้ชมสถานที่ใหม่ ๆ ความกังวลที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางตามลำพังครั้งแรกเป็นเรื่องธรรมดา และนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับประสบการณ์จากการเดินทางไปต่างประเทศ

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้หญิง

1) ความเป็นมาของผู้หญิง

วารุณี ภูริสินสิทธิ์ (2545) อ้างถึงในดวงทอง สรประเสริฐ (2559) พบว่า มีการกล่าวถึงผู้หญิงมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว ตัวอย่างเช่น การให้คำนิยามคำว่าสตรีนิยม จะมีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับสังคมและวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกัน มีการเรียกร้องความเสมอภาคและสถานะของผู้หญิงให้มีความสำคัญและเท่าเทียมผู้ชายทั้งภายในครอบครัวและสังคม สอดคล้องกับบงเยาว์ เนาวรัตน์ (2556) กล่าวถึงการให้ความสำคัญกับผู้หญิงในเรื่องการเมือง มีคำว่าสตรีนิยม ในการสื่อถึงการดำเนินชีวิต ตัวตน และสถานะของผู้หญิง มีแนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการของสตรีนิยม ทั้งนี้ คำว่า “สตรี” หมายถึง ผู้หญิง เพศหญิง ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 และยกตัวอย่างให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของสังคมในประเทศตะวันตก แบ่งเป็นช่วงเวลา เช่น ช่วง พ.ศ. 2383 – 2393 มีการเรียกร้องให้ผู้หญิงมีสิทธิเลือกตั้ง ส่วนช่วง พ.ศ. 2503 – 2523 มีการเรียกร้องสถานะให้ผู้หญิงมีความเสมอภาคกับผู้ชาย เกิดสำนักคิดหลายกลุ่ม และช่วงปลาย พ.ศ. 2523 ถึงปัจจุบัน สถานะของผู้หญิงมีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพของสังคม มีแนวคิดแบบใหม่เกิดขึ้น

แนวคิดเสรีนิยมเกี่ยวกับผู้หญิง มองว่า การพึ่งพาตนเองเป็นเรื่องสำคัญ ผู้หญิงควรตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ควรมีค่าตอบแทนหรือค่าจ้างในการทำงานของผู้หญิง (กรวิภา บุญชื้อ อ้างถึงในจุไรรัตน์ จันทรธำรง, 2538) เพื่อให้เกิดความเท่าเทียม มีการเสนอแนวทางแก้ไขกฎหมาย การได้ศึกษาเล่าเรียน ลดภาระงานบ้านในครอบครัว เพื่อให้ผู้หญิงได้ทำงานภายนอกและไม่ถูกจำกัดบทบาทของผู้หญิงด้วยประเพณี ความเชื่อ และกฎหมาย ผลปรากฏว่ามีเพียงผู้หญิงบางกลุ่มเท่านั้นที่มีอำนาจและบทบาททางการเมือง ในขณะที่ผู้หญิงอีกกลุ่มหนึ่งต้องรับภาระมากขึ้นและเหนื่อยขึ้น เพราะต้องรับผิดชอบทำงานครอบครัวและทำงานภายนอกด้วย

แนวคิดด้านวัฒนธรรมเกี่ยวกับผู้หญิง มีการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรมและการปกครองจากปิตาธิปไตย (Patriarchy) ผู้ชายมีอำนาจในการปกครอง มาเป็นมาตาธิปไตย (Matriarchy) ผู้หญิงมีสิทธิในการปกครอง ตามความเชื่อว่าผู้หญิงเคยเป็นใหญ่ในสังคมมาก่อน เป็นการปรับเปลี่ยนสังคม เนื่องจากมองว่าการแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับความเสมอภาคนั้น เป็นเพียงการทำแบบผิวเผิน ในขณะที่การแก้ไขวัฒนธรรมโดยปรับเปลี่ยนแนวคิดของสังคม จะก่อให้เกิดความเสมอภาคที่ยั่งยืน เป็นการเรียกร้องให้เห็นคุณค่าของผู้หญิง (สุชีลา ตันชัยนันท์, 2540)

แนวคิดรัฐสวัสดิการเกี่ยวกับผู้หญิง (Welfare Feminism) ผู้ชายมีหน้าที่รับผิดชอบดูแลผู้หญิง เช่น มารดา และภรรยา โดยจัดให้มีสวัสดิการที่เหมาะสมสำหรับผู้หญิง ให้ความสำคัญในการพัฒนากฎหมายสวัสดิการและสิทธิส่วนตัวของผู้หญิง (วันทนี วาสิกะสิน, 2543)

2) สถานภาพและบทบาทของผู้หญิง

สถานภาพและบทบาทของผู้หญิง หมายความว่ารวมถึง ผู้หญิงในสังคมที่อาศัยอยู่ในบ้านหรือภายนอก อาจได้รับการศึกษา หรือมีงานทำ ทั้งนี้ บทบาทของผู้หญิงทำงาน จะปรากฏในลักษณะของผู้หญิงยุคใหม่ มีความคล่องแคล่ว และเชื่อมั่นในตนเอง มีความสามารถประกอบอาชีพ กล่าวคือ ผู้หญิงยุคใหม่ จะดูแลรับผิดชอบภารกิจภายในบ้าน และทำงานนอกบ้านด้วย โดยมักจะประกอบอาชีพที่เป็นที่ยอมรับของสังคม มีกิจกรรมในสังคม (นพรัตน์ วงศ์กลุฑ, 2531) สอดคล้องกับ นันญา พันธุ์เจริญ (2538) กล่าวว่า ผู้หญิงมีความเหมาะสมในการทำงานภายนอกบ้านได้ เนื่องจากผู้หญิงมีความละเอียดอ่อน และมีจิตใจอ่อนโยน มีความเข้าใจในบุคคลอื่นในขณะที่สุธีรา ทอมสัน และเมทีนี พงษ์เวช (2538) พบว่า สถานภาพและบทบาทของผู้หญิงมีการเปลี่ยนแปลง ผู้หญิงก้าวขึ้นเป็นหัวหน้าครอบครัวเพิ่มขึ้น แต่ขนาดของครอบครัวมีลักษณะเล็กลง จากเดิมที่ผู้ชายเป็นหัวหน้าครอบครัวและมีโครงสร้างครอบครัวขนาดใหญ่

สถานภาพและบทบาทของผู้หญิงมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เมื่อผู้หญิงสามารถแสดงความรู้สึก ถ่ายทอดทางอารมณ์ ความคิดในเรื่องต่าง ๆ ได้มากกว่าในอดีต มีความทัดเทียมกับผู้ชาย มีการเปิดเผยตัวเองในสังคม (Self-disclosure) และได้รับการยอมรับในสังคม โดยปกติตามธรรมชาติของบุคคล มักจะให้ความไว้วางใจกับบุคคลเฉพาะราย เช่น บิดามารดา พี่น้อง ญาติ และครอบครัว ที่เราคาดหวังว่าจะมีการตอบรับหรือโต้ตอบในลักษณะที่เราต้องการหรือมุ่งหวังไว้ ดังนั้น การเปิดเผยตัวเอง เป็นการเปิดโอกาสให้กล้าแสดงตัวตนได้อย่างเต็มที่ แต่อย่างไรก็ตามบุคคลยังคงต้องอาศัยระยะเวลาเพื่อสร้างความคุ้นเคยกับคนแปลกหน้า ซึ่งระยะเวลาจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล อีกทั้ง บุคคลส่วนใหญ่มักจะปกปิดบางเรื่องไว้เป็นการส่วนตัว และเลือกเฉพาะเรื่องที่ตนเองต้องการเปิดเผยให้ผู้อื่นรู้ ได้แก่ ส่วนเปิดเผย (Open self) คือ ตัวเองรู้ ผู้อื่นรู้ ส่วนบอด (Blind Self) คือ ตัวเองไม่รู้ แต่ผู้อื่นรู้ ส่วนซ่อนเร้น (Hidden Self) คือ ตัวเองปกปิด ไม่ให้ผู้อื่นล่วงรู้ และส่วนลึกลับ (Unknown Self) คือ ไม่มีใครรู้ ทั้งตัวเองและผู้อื่น (วรารัณญา รัตนประสิทธิ์, 2550)

บทบาทจะเปลี่ยนแปลงตามสถานะที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบุคคลหนึ่งคนอาจมีได้หลายบทบาท ดังนั้น ความเหมาะสมของการแสดงบทบาทถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่จะคงความสัมพันธ์ในสังคมต่อไป และเป็นการได้รับความยอมรับในสังคม หากบทบาทที่ผู้หญิงต้องแสดงตรงกับความ

ต้องการของตัวเอง ก็จะสามารถแสดงออกได้ดีและเหมาะสม ในทางตรงกันข้าม หากเป็นบทบาทที่ไม่ต้องการ ก็อาจทำให้เกิดความขัดข้องใจ เช่น หากเป็นผู้หญิงที่ชอบความเป็นอิสระ แต่แต่งงานมีบุตร สังคมย่อมคาดหวังให้ต้องเป็นมารดาที่ดีที่มีความรับผิดชอบมากขึ้น อาจทำให้ถูกตัดทอนความเป็นอิสระลงบ้าง Seccombe (1994) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเพศและความสัมพันธ์ทางสังคมของสถานภาพการแต่งงานกับไม่เคยแต่งงาน โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิง ผลปรากฏว่าความแตกต่างทางเพศไม่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคม ทั้งนี้ เพศหญิงจะมีความสัมพันธ์กับญาติมากกว่าเพศชาย ส่วนในเรื่องความสัมพันธ์กับเพื่อนนั้นไม่พบความแตกต่างระหว่างเพศ การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ต่างกันขึ้นอยู่กับสถานภาพการแต่งงานมากกว่าความแตกต่างในเรื่องเพศ บุคคลที่ไม่เคยแต่งงานหรือคนโสดจะแสดงออกด้านการมีปฏิสัมพันธ์มากกว่าทั้งในเรื่องการแยกตัวเองอยู่ตามลำพัง และมีความกระตือรือร้นมาก

3) บทบาทของผู้หญิงชาวไทย

ภายหลังเปลี่ยนแปลงการปกครองปี พ.ศ. 2475 มีการรวมตัวกันของกลุ่มผู้หญิง โดยจดทะเบียนเป็นสมาคมสตรีไทย ในลักษณะองค์กรผู้หญิงในประเทศไทย (ปรีดี ศิริสวัสดิ์, 2531 อ้างถึงใน จิราพร พูลสวัสดิ์, 2550) และจากการรณรงค์ขององค์การสหประชาชาติ (United Nations : UN) ก่อให้เกิดการสนใจเกี่ยวกับปัญหาความไม่เสมอภาคระหว่างผู้ชายและผู้หญิงในสังคมที่อยู่ร่วมกัน ต่อมาในปีพ.ศ. 2515 คณะกรรมาธิการว่าด้วยสถานภาพสตรีขององค์การสหประชาชาติ ตั้งข้อสังเกตถึงอุปสรรคในการพัฒนาความก้าวหน้าของผู้หญิง ได้แก่ ทัศนคติ ที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมที่กำหนดความรู้สึก ความคิด ในสังคมที่ได้รับการปลูกฝังจากอดีต ถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งสู่อีก รุ่นหนึ่ง โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ในปีพ.ศ. 2517 ได้เกิดกลุ่มส่งเสริมสถานภาพสตรีเป็นครั้งแรก เน้นงานด้านสังคมสงเคราะห์และส่งเสริมสถานภาพผู้หญิง ต่อมามีการประกาศในปี พ.ศ. 2518 เป็น “ปีสตรีสากล” โดยองค์การสหประชาชาติ (United Nations : UN) และปี พ.ศ. 2518 - 2527 เป็น “ทศวรรษแห่งสตรี” ก่อให้เกิดกิจกรรมเพื่อผู้หญิงอย่างกว้างขวาง โดยรูปแบบของกิจกรรมมีการเปลี่ยนแปลงจากแบบสงเคราะห์มาเป็นแบบพัฒนา ในขณะเดียวกันนักวิชาการ ผู้ปฏิบัติงานด้านสตรี เริ่มหันมาศึกษา ค้นคว้า รวบรวมเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้หญิง ทำให้เกิดกระแสด้านสตรีศึกษาเพิ่มมากขึ้น มีองค์กรสตรีเกิดขึ้นอีกหลายแห่ง เพื่อช่วยเหลือและส่งเสริมศักยภาพของผู้หญิง (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2551 อ้างถึงใน จิราพร พูลสวัสดิ์, 2550) รัฐบาลมีการประกาศแยกแผนพัฒนาสตรีออกจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2522 โดยประกาศใช้แผนพัฒนาสตรีระยะยาว (พ.ศ. 2522 – 2544)

ผู้หญิงเริ่มมีบทบาททางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น จากรายงานการศึกษาเกี่ยวกับแผนพัฒนาสตรีระยะยาว ระหว่างปี พ.ศ. 2522 – 2544 โดยคณะทำงานวางแผนพัฒนาสตรีระยะยาว บ่งชี้ว่า ผู้หญิงในต่างจังหวัดมีอัตราการทำงานจำนวนสูงถึงร้อยละ 70 ของผู้หญิงในต่างจังหวัด แต่เป็นการทำงานในลักษณะทำงานกับครอบครัวตนเองโดยไม่ได้รับค่าจ้าง ส่วนผู้หญิงในเมืองที่ไม่ได้รับค่าจ้างจากการทำงานมีจำนวนเพียงร้อยละ 24 จนกระทั่งมีการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ และสภาพสังคมเป็นแบบสมัยใหม่ (Modernized) ความต้องการรายได้ในรูปของตัวเงินมีมากขึ้น ผู้หญิงเริ่มมีบทบาทในการหารายได้จากแหล่งอื่นเพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการทำงานกับครอบครัว ทำให้ผู้หญิงเริ่มมีรายได้เพื่อใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น (นภัส กอร์ดอนและคณะ, 2535:15 อ้างถึงใน ภัทริน วิสูตรานุกุล, 2542)

ประสบการณ์และมุมมองของผู้หญิง ทำให้สังคมที่เป็นอยู่มีการเปลี่ยนแปลง แนวคิดเกี่ยวกับผู้หญิงในลักษณะสตรีนิยม มีจุดมุ่งหมายทางด้านการเมืองและวิชาการ ด้านความคิดและการกระทำ สร้างความสมดุลระหว่างเพศ และเรียกร้องความอิสระของผู้หญิง แนวคิดสตรีนิยม เป็นการปรับเปลี่ยนสังคม วัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจ ความเชื่อ ความคิดที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้หญิง ให้ความสนใจในเรื่องสิทธิเสรีภาพของผู้หญิง และกล่าวถึงการทำที่ผู้หญิงมีความรู้ได้รับการศึกษาเล่าเรียนนั้นมีส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้หญิงเข้าสู่โลกกว้างที่เป็นโลกสาธารณะ และมีงานทำที่มีค่าจ้าง มีสถานะทางสังคมดีขึ้น สามารถพัฒนาความสามารถและมีศักยภาพ เปิดโอกาสให้ผู้หญิงแสดงความสามารถให้ปรากฏแก่โลกภายนอกได้ (วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545)

จิราพร พูลสวัสดิ์ (2550) กล่าวถึง ประเทศไทยได้ร่วมประกาศปฏิญญาปักกิ่ง ในการประชุมระดับโลกว่าด้วยสตรีครั้งที่ 4 พ.ศ. 2538 รัฐบาลไทยและหน่วยงานเอกชนได้ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาผู้หญิงเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน และเครือข่ายการทำงานสาขาเกี่ยวกับผู้หญิง ในขณะที่ภาพและเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิงที่ปรากฏตามสื่อต่าง ๆ ขององค์กรสตรีสะท้อนถึงค่านิยมของผู้หญิงไทยมีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ ในอดีตนั้น ผู้หญิงต้องอยู่ภายในบ้านเรือน หรืออยู่กับเหย้ากับเรือน เปรียบเหมือนการถูกจำกัดสิทธิ เสรีภาพ บทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน คือ การที่ผู้ชายอยู่ภายนอกในสถานที่ต่าง ๆ ในขณะที่ผู้หญิงอยู่แต่เพียงภายในบ้านเท่านั้น จนกระทั่งเมื่อสังคมและเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลง ผู้หญิงต้องทำงานภายนอกบ้านและยังมีหน้าที่ดูแลครอบครัวด้วย เริ่มเกิดความเสมอภาคมีความเท่าเทียมกันระหว่างผู้ชายและผู้หญิงขึ้นในสังคม

นอกจากนี้แล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2559) ยังกล่าวถึง ผู้หญิงชาวไทยมีบทบาทในทางเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียน

จากข้อมูลของ Economist Intelligence Unit (EIU) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่วิเคราะห์เศรษฐกิจ พบว่าปี พ.ศ. 2555 ผู้หญิงชาวไทยมีโอกาสทางเศรษฐกิจสูงเป็นอันดับ 2 ของประเทศในกลุ่มอาเซียน ผู้หญิงชาวไทยดำรงตำแหน่งหน้าที่ผู้บริหารระดับสูงถึงร้อยละ 36 และผู้หญิงชาวไทยที่เป็นกรรมการบริษัทเอกชนไทยมีจำนวนสูงถึง ร้อยละ 35 การมีอาชีพในการทำงานและมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้น มีผลทำให้ผู้หญิงมีรายได้สูงขึ้น และกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภค และใช้บริการต่าง ๆ ที่มีขนาดใหญ่ กลายเป็นตลาดใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะ และการที่ผู้หญิงมีรายได้สูงขึ้นและมีอำนาจซื้อสูงขึ้นย่อมส่งผล ในทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ

4) พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิง

พฤติกรรมของผู้หญิง Bakan (1966) พบว่า ผู้หญิงมีลักษณะพฤติกรรมในการ กระทำและความสนใจในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ยอมรับบุคคลอื่น ชอบช่วยเหลือ เป็นมิตร และ มีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ในขณะที่ Spence and Helmreich (1979) กล่าวว่า ผู้หญิงจะ แสดงออกของพฤติกรรมว่ามีความสามารถ มีทักษะในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับ ผู้หญิงในการดำเนินชีวิตในสังคม

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ผู้หญิงมีความต้องการความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญที่หน่วยงานต่าง ๆ หันมาให้ความสนใจ สังเกตได้จากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจการให้บริการเกี่ยวกับการเดินทาง ท่องเที่ยว เช่น ที่พัก รถเช่า สถานที่ท่องเที่ยว ประกันภัย เป็นต้น ต่างให้ความสนใจในการนำเสนอ เรื่องความปลอดภัย เพื่อเป็นจุดขายบริการการเดินทางท่องเที่ยว เช่น โรงแรมที่พัก มีการเพิ่มและ แบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนพิเศษเพื่อใช้เป็นที่พักสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ มีการให้บริการคูปองฉุกเฉิน ภายในห้องพัก มีผลทำให้เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวผู้หญิงมาใช้บริการมากขึ้น และมีการมาใช้บริการซ้ำ มากกว่าผู้ชาย สอดคล้องกับ Azizan et al (2012) กล่าวว่า หากโรงแรมมีการนำเสนอการให้บริการ พิเศษ ในลักษณะห้องพักสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ จะเป็นจุดขายที่ทำให้ผู้หญิงรู้สึกถึงความปลอดภัย และสนใจเลือกใช้บริการได้ และในกรณีที่โรงแรมไม่ได้แบ่งหรือกำหนดเป็นชั้นของอาคารทั้งชั้นเพื่อ เป็นห้องพักสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ โดยมีเพียงห้องพักสำหรับทั่วไป ก็จำเป็นต้องจัดเตรียมห้องพัก สำหรับผู้หญิงในบริเวณใกล้ลิฟต์ หรือทางขึ้นลง หรือทางเข้าออก เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงในการเดิน ผ่านห้องอื่น ๆ ในระยะทางที่ไกลเกินไป ส่วน Navare and Zagadge, (2015) กล่าวว่า กรณีที่ผู้หญิง จำเป็นต้องเช็คอิน (Check-in) เพื่อเข้าพักในเวลากลางคืนควรมีพนักงานผู้หญิงของโรงแรมให้บริการ นำทางไปยังห้องพัก และมีบริการหญิงเสิร์ฟอาหารภายในห้องพัก มีพนักงานรักษาความปลอดภัย

ประจำชั้นอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงลานจอดรถควรมีแสงสว่างที่เพียงพออยู่เสมอ มีบริการรถรับส่งจากสนามบินไปยังโรงแรมที่พักหรือสถานที่ท่องเที่ยว มียานพาหนะพร้อมพนักงานขับรถที่เป็นผู้หญิงให้บริการเฉพาะสำหรับผู้หญิง จะเป็นจุดดึงดูดให้ผู้หญิงต้องการใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ มีแนวโน้มสูงขึ้นที่ผู้หญิงจะมีความต้องการในการใช้บริการห้องพักโรงแรมในระดับหรูหรามากขึ้น เนื่องจากผู้หญิงมีรายได้และประสบการณ์การเดินทางจากการทำธุรกิจ ดังนั้น เมื่อมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง จึงมีความต้องการการบริการที่มีคุณภาพ Azizan et al (2012) กล่าวถึง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักโรงแรม ในเรื่องของความสบายของที่นอนและผ้าห่มภายในห้องพักมีความสำคัญระดับต้น ๆ ที่เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้หญิงเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรม สอดคล้องกับ Gumaste and Borkar (2013) อธิบายว่า สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างหนึ่งที่มีส่วนทำให้ผู้หญิงต้องการใช้บริการ เนื่องจากผู้หญิงโดยส่วนใหญ่จะชื่นชอบการตกแต่งและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น มีเตารีดพร้อมที่รองรีด ไม้แขวนกระโปรง กระจกบานใหญ่สำหรับการแต่งหน้า มีเครื่องสำอางอุปกรณ์ห้องน้ำที่ออกแบบมาเพื่อผู้หญิงโดยเฉพาะ ตัวอย่างเช่น ครีมอาบน้ำ แชมพู ครีมทาผิวกลิ่นสำหรับผู้หญิง ส่วน Navare and Zagadje (2015) กล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสะอาดภายในห้องพักโรงแรมและห้องน้ำ เป็นสิ่งที่ผู้หญิงคำนึงถึงในการเลือกใช้บริการเช่นกัน

เมื่อผู้หญิงมีบทบาททางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น มีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้น วิถีชีวิตและพฤติกรรม ความต้องการในการบริโภคหรือใช้บริการจึงมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้ผู้หญิงมีความต้องการเป็นอิสระมากขึ้น มีพฤติกรรมความต้องการในการกำหนดเรื่องของเวลาและค่าใช้จ่ายในเรื่องต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง รวมถึงความต้องการอิสระในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย ทั้งนี้ ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว อาจมีทั้งผู้หญิงที่เป็นโสด หม้าย หย่าร้าง ก็ได้ ซึ่งนับวันจะมีจำนวนมากขึ้น โดยมองว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางคนเดียว ไม่แตกต่างกับผู้หญิงโสดที่เดินทางคนเดียว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

กล่าวโดยสรุป ผู้หญิงที่มีเวลาจะมีความต้องการในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว และวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ นักการตลาดที่ต้องการเสนอบริการเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ควรนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขายระยะยาว และเน้นการรักษาภาพลักษณ์ของการให้บริการ เพื่อดึงดูดใจให้เกิดความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ และนักท่องเที่ยวผู้หญิงมีพฤติกรรมกระทำที่

ต้องการทำตามข้อมูลที่ได้รับมาผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากมีความเชื่อถือในข้อมูลของผู้ที่มีประสบการณ์และน่าเชื่อถือ เช่น การสอบถามเรื่องต่าง ๆ ผ่านเว็บบอร์ด เป็นต้น

4.3 การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง

การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว โดยคงไว้ซึ่งการเดินทางตามลำพังตลอดการเดินทาง หรืออาจไปร่วมเดินทางกับกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นในบางช่วงเวลาสั้น ๆ หรือพบปะร่วมเดินทางกับผู้หญิงท่องเที่ยวตามลำพังรายอื่นที่พบระหว่างการเดินทาง (Riley, 1988 อ้างถึงใน Myers, 2010) ขณะที่ Gibson and Jordan (1998) ศึกษาเกี่ยวกับผู้หญิงท่องเที่ยวตามลำพัง พบว่าความปลอดภัยเป็นเรื่องสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวผู้หญิง แต่ผลจากการได้เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ทำให้ผู้หญิงมีความมั่นใจในตัวเอง ได้รับความอิสระ ได้รับความคุณค่าจากเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง McArthur (1989) กล่าวว่า ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเป็นนักท่องเที่ยวชั้นประหยัด เข้าใช้บริการที่พักราคาประหยัด รับประทานอาหารท้องถิ่นในช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

มีความเห็นที่แตกต่าง โดยพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่นเป็นสิ่งสำคัญ ผู้หญิงควรมีผู้ร่วมสนทนาหรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนร่วมเดินทาง ซึ่ง McArthur (1999) ชี้ให้เห็นว่าเวลาที่ผู้หญิงท่องเที่ยวตามลำพังพบปะคนอื่นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์จะทำให้เกิดความพึงพอใจขึ้น และ Gibson และคณะ (1998) กล่าวถึงการต้องรับประทานอาหารเพียงคนเดียวโดยเฉพาะอาหารมื้อค่ำถือเป็นปัญหาอย่างหนึ่งของผู้หญิงท่องเที่ยวตามลำพัง

Obenour (2005) กล่าวถึง แนวคิดปรากฏการณ์วิทยาเกี่ยวกับผู้หญิงเดินทางตามลำพังแบบแบกเป้ พบว่าผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังเกิดความกล้าที่จะปลดปล่อยตัวเองออกจากความกลัว สามารถเอาชนะความกลัวในการเดินทางตามลำพังได้ สามารถต่อสู้กับการเผชิญหน้าหรือถูกจับตามองเกี่ยวกับเรื่องเพศ เนื่องจากเป็นผู้หญิง และสามารถค้นพบความจริงแท้จากการพึ่งพาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ในขณะที่ชาย โพธิ์สิตา (2550) อ้างถึงโดย ดวงทอง สรประเสริฐ (2559) กล่าวว่า สำหรับประเทศไทยนั้นยังไม่ปรากฏข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ดังนั้นการศึกษาในเรื่องนี้จึงจำเป็นต้องใช้วิธีเน้นเรื่องประสบการณ์ อาจมีมากหรือใกล้เคียงกันหรือแตกต่างกัน ตามแนวคิดปรากฏการณ์วิทยา ส่วนผู้หญิงที่ฉายทอดประสบการณ์ที่หลากหลายได้ต้องมีจำนวนพอสมควร แต่ไม่มากจนเกินไป

Wilson and Harris (2006) ศึกษาถึง การเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความหมาย (Meaningful Travel) ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังโดยมีจุดมุ่งหมายในการพักผ่อน ซึ่งพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิดการค้นหาค้นหาตนเอง เกิดพลังขึ้นกับตนเอง เกิดการเชื่อมโยงกันระหว่างกลุ่มประชากรบนโลก ช่วยพัฒนาการรับรู้สำหรับผู้หญิง ทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น มีโอกาสได้สัมผัสกับสังคม ได้รู้จักบุคคลอื่นในระหว่างการเดินทาง และนำประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตต่อไปได้

ดวงทอง สรประเสริฐ (2559) ศึกษาเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง พบว่าช่วงเวลาก่อนการเดินทางนั้น ผู้หญิงมีการสื่อสารถึงลักษณะการเป็นผู้ที่มีความเป็นอิสระ หลีกหนีจากชีวิตประจำวัน ได้พบกับสิ่งใหม่ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน สื่อสารถึงผู้รู้จักดูแลความปลอดภัยให้กับตนเอง เอาตัวรอดแก้ไขปัญหาลเฉพาะหน้าได้ มีทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางวัฒนธรรม ในขณะที่ช่วงหลังจากการเดินทางนั้น ความแตกต่างขึ้นอยู่กับต้นทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางวัฒนธรรม กล่าวคือ ผู้หญิงโสดวัยทำงานที่เดินทางท่องเที่ยว มีพฤติกรรมในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นประจำ ชอบการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 9 ครั้งต่อปี ครั้งละ 3 วัน โดยท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด ใช้แหล่งข้อมูลภายในตัวของนักท่องเที่ยว เช่น ความทรงจำเดิมและประสบการณ์ในอดีต ให้ความสำคัญกับแรงจูงใจแบบปัจเจกผลักดันด้านสังคมและวัฒนธรรมและแรงจูงใจแบบปัจเจกตั้งด้านการบำรุงรักษาของจุดหมายปลายทาง (ธนิศา แสงพรรค, 2559)

นรินทร์สิริ เชียงพันธ์ และ รัชพงศ์ วงศาโรจน์ (2560) กล่าวว่า ผลจากการที่ประชากรเพศหญิงมีจำนวนเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด และตลาดการท่องเที่ยวของผู้หญิงมีมูลค่าเพิ่มขึ้นมาก ทำให้นักท่องเที่ยวหญิงเป็นนักท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเป็นอย่างมาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) อีกทั้งยังพบว่านักท่องเที่ยวหญิงมีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอยในกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เช่น อาหาร สปา จัดได้ว่ามีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง ซึ่งหลายประเทศต่างก็ให้ความสนใจที่จะส่งเสริมนโยบายต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวหญิง โดยเฉพาะประเทศไทยได้ให้ความสำคัญในการกำหนดแผนการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวหญิง และยังพบอีกว่าการเติบโตของนักท่องเที่ยวหญิงเป็น “ประเภทนักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง” และนักท่องเที่ยวหญิงในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เคยเดินทาง “ประเภทผู้หญิงเดินทางร่วมกับผู้ร่วมทางผู้หญิงเท่านั้น” มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในอนาคต โดยวางแผนว่าจะเดินทางปีละ 2-4 ครั้ง

จากแนวคิดการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงนั้น พบว่าผู้หญิงมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว โดยจะหาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต ต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดในการเดินทางท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม สังคมและจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้ง ผู้หญิงที่มีรายได้ ที่ไม่มีเวลาว่างตรงกันกับบุคคลอื่นเพื่อเดินทางร่วมกันได้ จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และประกอบกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาจนอำนวยความสะดวกให้สามารถค้นหาข้อมูลเดินทางเองได้ทำให้การเดินทางตามลำพังทำได้ง่ายขึ้น

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

เกิตศิริ เจริญวิศาลและจุฑามาศ จันทรัตน์ (2538) อ้างถึงในพิศมัย จัตูรัตน์ (2546) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวเมืองไทย แต่ผลวิจัยกลับพบว่านักท่องเที่ยวคนไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศมาก เนื่องจากมีแรงจูงใจในความต้องการสิ่งแปลกใหม่มากที่สุด และระดับรองมาคือ การเดินทางเพื่อการเรียนรู้ และสิ่งที่เป็นแรงดึงดูดให้ต้องการเดินทางไปต่างประเทศคือ ความสะดวกด้านคมนาคม ความสะอาด การเดินทางต่างประเทศมีความปลอดภัยมากกว่าเดินทางภายในประเทศของตน และการเดินทางภายในประเทศไทยไม่สะดวกในเรื่องเส้นทางที่ไม่เชื่อมโยงกัน

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2552) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผลจากการเปรียบเทียบในลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว มีดังนี้ เพศ นักท่องเที่ยวผู้ชายจะเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยมีทั้งลักษณะการเดินทางแบบตามลำพังและเดินทางเป็นกลุ่ม มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางได้สะดวกและมีความปลอดภัย อายุ ที่ต่างกันจะมีความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อาชีพที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมหรือโอกาสที่จะเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มที่หน้าที่การงานอยู่ในระดับสูง จะเดินทางมากกว่ากลุ่มอื่น มีหน้าที่เกี่ยวข้องเนื่องกับงานที่ต้องเดินทางไปในที่อื่น ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยครั้งและเดินทางไกลได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า เนื่องจากมีอำนาจซื้อ มีทุนทรัพย์มากกว่า ระดับการศึกษาที่สูงกว่าจะประกอบอาชีพและมีรายได้มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยครั้งกว่า สถานภาพ คนโสดจะมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยครั้ง และพักค้างแรมที่ยาวนานกว่ากลุ่มที่มีสมรสหรือแต่งงานแล้ว

เนื่องจากกลุ่มคนโสดไม่มีภาระในเรื่องครอบครัวในฐานะสามีหรือภรรยา หรือมีบุตรที่ต้องดูแล ตัดสินใจได้ตามลำพังและมีโอกาสเดินทางตามลำพังได้ ในขณะที่กลุ่มที่แต่งงานแล้วจะเดินทางในลักษณะเป็นครอบครัว และเดินทางได้น้อยกว่ากลุ่มคนโสด ถิ่นพำนัก สภาพแวดล้อม และภูมิอากาศ ที่ต่างกัน จะเลือกจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

วลัยพร ธีวตระกูลไพบูลย์ (2553) ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคต พบว่ามี 5 ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ได้แก่ ด้านชีววิทยา ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองและด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้ มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนองความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มีความต้องการความรวดเร็ว และความปลอดภัยในการเดินทาง

ขวัญเรือน พุ่มจำเนียร (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่อง เพศ อาชีพ และ ภาษา ไม่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง อายุไม่มีผลต่อความประทับใจในการเดินทางล่าสุด แต่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งต่อไป รายได้มีผลต่อความประทับใจในการเดินทางล่าสุด แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวครั้งต่อไป จำนวนวันหยุดที่สามารถลาได้มีผลต่อความประทับใจในการเดินทางล่าสุดและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวครั้งต่อไป ปัจจัยที่มีผลให้นักท่องเที่ยวประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวล่าสุด เกิดจากแรงจูงใจด้านนันทนาการ ความอิสระในการเดินทาง ต้องการเดินทางด้วยตนเอง และวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวมีรายการท่องเที่ยวไม่ตรงกับความต้องการ มีข้อจำกัด และมีความไม่ยืดหยุ่น และมองว่าการเดินทางด้วยตนเองจะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหรือราคาค่าเดินทางถูกกว่า ส่วนทัศนคติเกี่ยวกับความต้องการท่องเที่ยวด้วยตนเอง คือ เรียนรู้เพื่อเอาตัวรอดในสถานการณ์ต่าง ๆ เกิดความท้าทาย และแรงจูงใจในการเรียนรู้ คือ ความต้องการเรียนรู้และความต้องการสัมผัสวัฒนธรรม ความต้องการพบปะ และเข้าถึงผู้คนในท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด ความสะดวกในการเดินทาง ความต้องการความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว กล่าวคือ หากพบว่ามีความเสี่ยงก็จะเลือกเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว โดยที่ครอบครัว เพื่อนและกลุ่มบุคคลอ้างอิง มีผลในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และทัศนคติ เรื่องภาษากับการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวที่ไม่มีปัญหาด้านภาษา จะต้องการออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ภัทรพงศ์ ชาร์เมืองกุล (2557) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไม่เลือกใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากที่สุด อายุระหว่าง 31 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาท การศึกษาในเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางโดยไม่เลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยว พบว่า เกิดจากปัจจัยหลายด้าน ทั้งนี้ มีความคิดเห็นมาจาก ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมากที่สุด ผลสืบเนื่องมาจาก การมีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน เป็นตัวช่วยในการสร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น และการเดินทางโดยเครื่องบินจะลดความกังวลในการเดินทางครั้งต่อไปได้ เป็นต้น ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบคมนาคมที่สะดวก ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนด้านศักยภาพของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร คือ การสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตได้ และอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ในด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ได้แก่ การที่นักท่องเที่ยวสามารถจองโรงแรมที่พักได้ด้วยตนเอง ความคิดเห็นด้านกระบวนการให้บริการของบริษัทนำเที่ยว คือ การขาดความเป็นอิสระจากการที่ต้องร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม เป็นหมู่คณะกับนักท่องเที่ยวหรือลูกทัวร์อื่น ๆ ขณะที่ ในการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไม่เลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยว โดยแบ่งออก ตามเพศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างในเรื่องเพศ การแบ่งตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นที่ต่างกันในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร ด้านประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ ด้านศักยภาพในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นน้อย ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ยังใช้บริการบริษัทนำเที่ยวจะมีอายุต่ำกว่า 20 ปี

ดวงทอง สรประเสริฐ (2559) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง จำนวน 26 คน เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ผลจากการศึกษาแบ่งออกเป็นสองช่วงเวลา กล่าวคือ ช่วงก่อนการเดินทางนั้น ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมีความเป็นอิสระ สามารถทำอะไรก็ได้ที่ตนเองต้องการ หลีกหนีจากความจำเจที่ทำให้ตัวเองรู้สึกเหนื่อยหน่ายจากชีวิตประจำวัน เพื่อค้นหาหรือได้พบเจอกับสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยประสบมาก่อนในระหว่างที่ได้เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ทั้งนี้ ผู้หญิงกลุ่มนี้ได้สื่อสารให้เห็นถึงการที่ตนเองสามารถป้องกัน ดูแลให้

เกิดความปลอดภัย ใช้สติและปัญญาเอาตัวรอด และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ มีต้นทุนทางเศรษฐกิจ และทุนทางวัฒนธรรมสูง ส่วนช่วงหลังจากการเดินทางนั้น กลุ่มตัวอย่างจะมีการสื่อสารอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับพื้นฐานเดิมของแต่ละบุคคล โดยแบ่งผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปต่างประเทศออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปยุโรป และอเมริกา จำนวนหลายครั้ง มีความพร้อมด้านงบประมาณและเวลาสูง กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปยุโรปและอเมริกา จำนวนไม่หลายครั้ง มีความพร้อมด้านงบประมาณปานกลางและความพร้อมด้านเวลาปานกลางและสูง กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปแถบเอเชีย จำนวนไม่หลายครั้ง มีความพร้อมด้านงบประมาณต่ำ และความพร้อมด้านเวลาต่ำ ปานกลาง และสูง

งานวิจัยต่างประเทศ

Henderson et al. (1989) พบว่า นักท่องเที่ยวผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังและนักท่องเที่ยวผู้หญิงที่เดินทางร่วมกับผู้ร่วมทางผู้หญิงเท่านั้น เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว และปัจจัยเกี่ยวกับด้านร่างกายของนักท่องเที่ยวผู้หญิงที่มีความแข็งแรงน้อย และด้านอารมณ์ ความรู้สึก ที่มีความกังวลและกลัวต่ออุปสรรคหรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้จากปัญหาของความเสี่ยงต่อภัยที่เกิดขึ้นจากการตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรม ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวผู้ชายที่มีสรีระร่างกายที่แข็งแรงมากกว่าผู้หญิง จะมีความปลอดภัยในการเดินทางมากกว่า นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำหรับนักท่องเที่ยวผู้หญิงในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นปัจจัยด้านบุคคล เช่น ทักษะ ความมั่นใจ ทักษะที่จำเป็น และทัศนคติจากคนรอบข้าง

Crompton et al. (1997) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจของผู้เยี่ยมเยือนงานเทศกาล ผลการวิจัยพบว่า การเข้าร่วมงานเทศกาล เกิดจากแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความจำเป็นต้องเดินทางไป ได้แก่ เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมประจำวัน เพื่อค้นหาตัวเองหรือประเมินตัวเอง เพื่อการพักผ่อน เพื่อการผ่อนคลาย เพื่อย้อนหาอดีต เพื่อเยี่ยมเยือนญาติ เพื่อพบปะมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม เพื่อให้รู้สึกที่ตัวเองมีเกียรติที่ได้ท่องเที่ยว

Fluker and Turner (2000) ศึกษาเรื่องความต้องการ แรงจูงใจและความคาดหวังของประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแบบล่องแก่ง เพื่อให้ทราบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวแบบล่องแก่ง ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางท่องเที่ยวแบบนี้ ก่อนการเดินทางมาจะมีแรงจูงใจในการค้นหาประสบการณ์ใหม่

ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว จะมีแรงจูงใจเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ และพบปะเพื่อนใหม่

Jang And Cai (2002) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว และการเลือกจุดหมายปลายทาง ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ เกิดจากแรงผลักดันให้เกิดความต้องการได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน ตื่นเต้น จากการทำกิจกรรมที่มีความหลากหลาย เกิดความรู้สึกที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ได้สัมผัสสถานที่จุดหมายปลายทางที่มีความแปลกใหม่แตกต่างจากสถานที่พักอาศัยปกติของตนเอง และเกิดจากแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยว

Chen et al (2008) ศึกษาถึงการกำหนดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางยังจุดหมายปลายทางเพื่อสุขภาพ เพื่อสำรวจถึงปัจจัยที่สำคัญที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีการสำรวจเชิงปริมาณเพื่อหาอันดับความสำคัญของแรงจูงใจ ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การได้พักผ่อน และผ่อนคลาย การได้ทำกิจกรรมที่หลากหลาย การเข้าร่วมนันทนาการ และเพื่อความเพลิดเพลิน

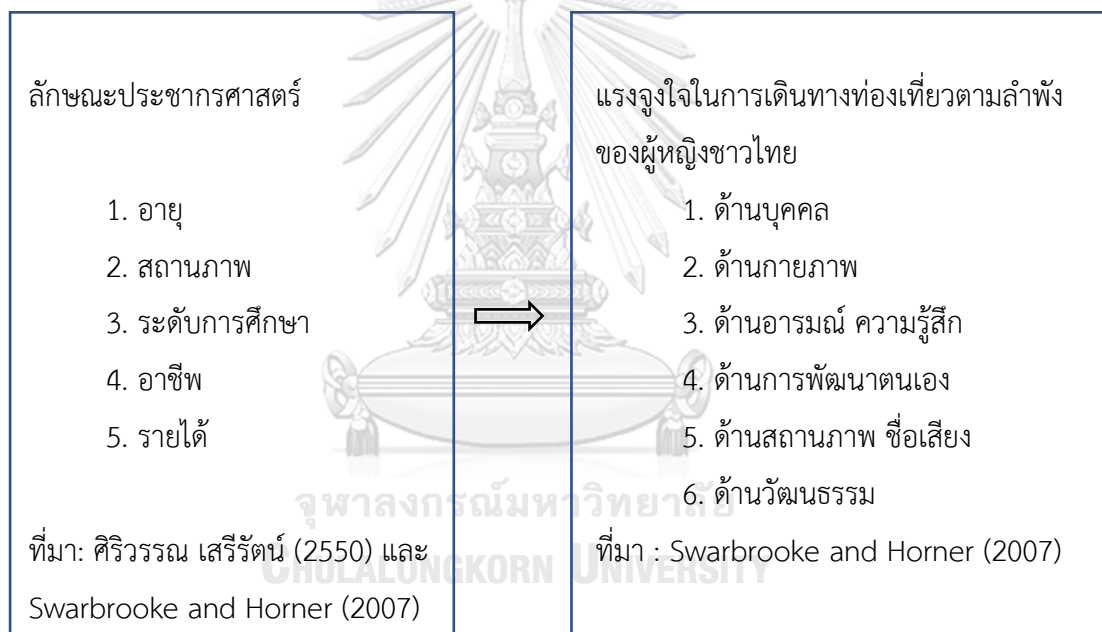
Mak et al. (2009) ศึกษาถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม ใช้บริการสปาในประเทศฮ่องกง ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเพื่อใช้บริการสปา เกิดจากแรงจูงใจด้านต่าง ๆ ที่พัฒนามาจากทฤษฎีความต้องการของบุคคล โดยที่แรงจูงใจในการเดินทางไปใช้บริการเป็นแรงจูงใจที่ต้องการการผ่อนคลายและการพักผ่อนมากที่สุด รองลงมาคือ หลีกหนีความจำเจ และแรงจูงใจด้านสุขภาพร่างกาย ความงาม

Konu and Laukkanen (2010) ศึกษาเรื่องบทบาทของปัจจัยที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวฟินแลนด์ทำกิจกรรมเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีในวันหยุด ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อสุขภาพและร่างกาย ได้แก่ ทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง รูปร่างดี เพื่อพัฒนาตนเอง ได้แก่ การได้รับประสบการณ์ การเรียนรู้สิ่งใหม่ เกิดความคิดสร้างสรรค์ เพื่อความผ่อนคลาย ได้แก่ หลีกหนีความจำเจ เพื่อหาความสงบ ได้แก่ ปลีกวิเวก เพื่อหวนถวิลถึงอดีต ได้แก่ การได้ทำกิจกรรมที่ตนเองเคยทำในวัยเด็ก เพื่อแสดงออกถึงความมีอำนาจ ได้แก่ การอยู่ตามลำพัง เพื่อสถานภาพทางสังคม ได้แก่ การเดินทางตามกระแสความนิยม

Tawil and Altamimi (2013) ศึกษาเรื่องการทำความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวจอร์แดนของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทราบถึงแรงจูงใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในจอร์แดนของนักท่องเที่ยวชาวจีนและการรับรู้เกี่ยวกับการเดินทาง

ท่องเที่ยวในจอร์แดนของนักท่องเที่ยวชาวจีน การวิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแรงผลัก และปัจจัยแรงดึงในการก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแรงผลักที่เป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปมาก่อน ความต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ที่ยังไม่เคยเห็นมาก่อน และความต้องการพบเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตัวเอง ส่วนปัจจัยแรงดึง คือ ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว สภาพอากาศ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวจอร์แดน

กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research Method) ประเภทการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้หญิงชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง และเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยตามตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้หญิงชาวไทยในประเทศไทยจำนวน 33,010,723 คน (กระทรวงมหาดไทย, 2561)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้หญิงชาวไทยในประเทศไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป แต่เนื่องจากไม่พบว่ามี การบันทึกข้อมูลจำนวนผู้หญิงชาวไทยที่แบ่งไว้ตามเกณฑ์อายุ จึงใช้จำนวนของผู้หญิงชาวไทยในประเทศไทย นำมาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณตามวิธีของทาโร ยามาเน (Yamane, 1973) เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population) ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

(Probable Error; α) ที่ 0.05 กล่าวคือค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และใช้สูตรคำนวณ ดังนี้ คือ

สูตร	n	=	$\frac{N}{1 + N(e)^2}$
เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	e	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05

เมื่อแทนค่าตามสูตรนี้ด้วยขนาดของประชากร 33,010,723 คน คน จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned} \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} &= \frac{33,010,723}{1 + 33,010,723(0.05)^2} \\ &= 399.99 \end{aligned}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากการคำนวณค่าได้เท่ากับ 399.99 ทั้งนี้จำนวนเต็มที่ใกล้เคียงมากที่สุดคือ 400 ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 400 คน

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้หญิงชาวไทยที่มีความสนใจและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม บริเวณพื้นที่ให้บริการนั่งพักผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศ ภายในอาคารของท่าอากาศยานดอนเมือง และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมการวิจัย ดังนี้

เป็นผู้หญิงสัญชาติไทย มีอายุ 20 ปีขึ้นไป เคยหรือมีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปยังประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย มีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเองโดยไม่ใช้บริการนำเที่ยวของบริษัททัวร์หรือบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการเดินทาง แต่รวมถึงการเดินทางไปธุรกิจและเดินทางท่องเที่ยวระหว่างทำธุรกิจ (Business Tourism / MICE Tourism) ไม่รวมการเดินทางไปศึกษาต่อ มีความสนใจและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้ สามารถเข้าใจคำอธิบายในแบบสอบถามได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ได้จากการทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่องแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย มีลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) คำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 ลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มี 5 ข้อ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบจากคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้หญิงชาวไทย ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แบบสอบถามตอนที่ 2 ลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มี 7 ข้อ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบจากคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ได้แก่ จุดหมายปลายทาง จำนวนครั้ง ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง เหตุผลในการเดินทาง ประเภทหรือกิจกรรมหลัก การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยว

แบบสอบถามตอนที่ 3 ลักษณะคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) มี 28 ข้อ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบจากคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ได้แก่ แรงจูงใจด้านบุคคล แรงจูงใจด้านกายภาพ แรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง แรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม

เกณฑ์การแบ่งระดับของแรงจูงใจ 5 ระดับ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง แรงจูงใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง แรงจูงใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง แรงจูงใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง แรงจูงใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง แรงจูงใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การคิดคะแนนเฉลี่ย ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว แปลความหมายของค่าระดับได้ ดังนี้คือ

ค่าเฉลี่ยระดับ 4.21 ถึง 5.00	หมายถึง ระดับของแรงจูงใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระดับ 3.41 ถึง 4.20	หมายถึง ระดับของแรงจูงใจมาก
ค่าเฉลี่ยระดับ 2.61 ถึง 3.40	หมายถึง ระดับของแรงจูงใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับ 1.81 ถึง 2.60	หมายถึง ระดับของแรงจูงใจน้อย
ค่าเฉลี่ยระดับ 1.00 ถึง 1.80	หมายถึง ระดับของแรงจูงใจน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 4 ลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) มีวิธีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพ ดังนี้

- สร้างเครื่องมือในการวิจัย โดยการค้นคว้าและทบทวนเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ตามกรอบแนวคิดในการวิจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

- ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

1. ตรวจสอบความตรง (validity) ของเครื่องมือในการวิจัย ให้มีความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

เมื่อสร้างเครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแล้ว นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในระดับอุดมศึกษา จำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาเป็นคะแนน ดังนี้

+1	เหมาะสม
0	ไม่แน่ใจ
-1	ไม่เหมาะสม

เมื่อได้ผลของการพิจารณาตรวจแบบสอบถามแล้ว นำผลมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ใช้สูตรคำนวณ

$$\begin{aligned} \text{สูตร} \quad \text{IOC} &= \frac{\Sigma R}{N} \\ &= \frac{\text{ผลรวมของคะแนน}}{\text{จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ}} \\ \text{เมื่อ} \quad \text{IOC} &\text{ แทน } \text{ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์} \\ \Sigma R &\text{ แทน } \text{ผลรวมของคะแนน} \\ N &\text{ แทน } \text{จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ} \end{aligned}$$

ค่าที่ได้ต้องใกล้เคียงกับ 1 มากที่สุด โดยกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่เหมาะสมมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ถือว่าค่าที่ได้เพียงพอเป็นที่ยอมรับในทางสถิติ (สิทธิ์ ชีรสรณ์, 2552) ทั้งนี้แบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการวิจัยนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) เท่ากับ 0.89 ถือว่าเพียงพอ มีความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม

เมื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้หญิงชาวไทย 30 คน ในบริเวณอาคารผู้โดยสารขาเข้าภายในประเทศของท่าอากาศยานดอนเมืองและท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อหาความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient : α - Coefficient) โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์ α เท่ากับ 0.70 ขึ้นไป เป็นที่ยอมรับทางสถิติ เนื่องจากมีความเพียงพอ (ยุทธ ไกยวรรณ และกุสุมา ผลาพรหม, 2553) ทั้งนี้ แบบสอบถามที่นำไปทดลองใช้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ α เท่ากับ 0.90 เป็นค่าที่ยอมรับได้ทางสถิติ มีความเที่ยงของเครื่องมือในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยติดต่อคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อทำหนังสือถึงบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ในการขออนุญาตเก็บข้อมูลงานวิจัยด้วยแบบสอบถาม ในบริเวณพื้นที่ให้บริการนั่งพักของผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศ 2 แห่งคือ ภายในอาคาร 1 ชั้นที่ 3 ของท่าอากาศยานดอนเมือง และภายในอาคารชั้นที่ 4 ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง ด้วยการแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ชุดละ 40 ข้อ ใช้เวลาตอบประมาณ 5 นาที และชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจเกี่ยวกับโครงการวิจัย อธิบายรูปแบบการตอบแบบสอบถามจนเข้าใจเป็นอย่างดี ทั้งนี้ การเข้าร่วมในการวิจัยของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นไปโดยสมัครใจ และสามารถปฏิเสธที่จะเข้าร่วมหรือถอนตัวจากการวิจัยได้ทุกขณะ โดยไม่ต้องให้เหตุผลและไม่สูญเสียประโยชน์ที่พึงได้รับ การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลโดยไม่ระบุชื่อผู้ตอบ ไม่ขอข้อมูลอื่น ๆ ที่สามารถสืบค้นกลับไปยังผู้ตอบแบบสอบถามได้ และเป็นการตอบเพียงครั้งเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามจึงไม่จำเป็นต้องลงนามแสดงความยินยอมเข้าร่วมงานวิจัยนี้ ซึ่งผู้วิจัยสามารถขอยกเว้นใบยินยอมได้ เนื่องจากการเข้าร่วมการวิจัยนี้มีอันตรายหรือความเสี่ยงน้อยมาก อาจจะรบกวนเวลาส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มาก การวิจัยครั้งนี้ไม่มีการจ่ายค่าพาหนะ ค่าชดเชยการเสียเวลา หรือของที่ระลึกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 17.00-20.00 น. เฉลี่ยวันละ 30 ชุด และวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ เวลา 13.00-16.00 น. เฉลี่ยวันละ 25 ชุด ตลอดเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2562

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย มีดังนี้

- ตรวจสอบแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมา นำแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์มาลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
- ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ใช้วิธีทางสถิติพื้นฐานมาวิเคราะห์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผู้วิจัยใช้สถิติทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variances) แบบจำแนกทางเดียว One-Way ANOVA โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เมื่อพบว่ามีค่าแตกต่างกัน ได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี LSD (Least square difference)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

-วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) อธิบายแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้หญิงชาวไทยในลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้หญิงชาวไทย ซึ่งได้มาจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

-วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) อธิบายแบบสอบถามตอนที่ 3 ระดับของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ซึ่งได้แนวทางจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis)

วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีแรงจูงใจที่แตกต่างกันในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อหาค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกัน ได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี LSD (Least square difference)

วิเคราะห์ข้อมูลสำหรับคำถามปลายเปิด

ผู้วิจัยสรุปเป็นประเด็นสำคัญต่าง ๆ จากการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้หญิงชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังและเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยตามตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน นำมาวิเคราะห์ และแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์และแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SS	แทน	ผลรวมของความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Square)
df	แทน	ค่าชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวน (F-distribution)
p	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลในแบบสอบถาม เรื่องแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลในแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน นำมาวิเคราะห์ และแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้หญิงชาวไทย

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

ตอนที่ 4 ผลการแจกแจงจำนวนของผู้หญิงชาวไทย จำแนกตามข้อมูลความคิดเห็นหรือข้อแนะนำอื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้หญิงชาวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้หญิงชาวไทย เป็นข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน จำแนกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยวิธีแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-24 ปี	62	15.50
25-29 ปี	79	19.75
30-34 ปี	61	15.25
35-39 ปี	94	23.50
40-44 ปี	48	12.00
45-49 ปี	27	6.75
50-54 ปี	14	3.50
55 ปีขึ้นไป	15	3.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงผลของข้อมูลช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย พบว่าช่วงอายุ 35 – 39 ปี มากที่สุด มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 25 – 29 ปี มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 มีช่วงอายุ 20 – 24 ปี มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ช่วงอายุ 30 – 34 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ช่วงอายุ 40 – 44 ปี มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ช่วงอายุ 45 – 49 ปี มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ช่วงอายุ 55

ปีขึ้นไป มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ช่วงอายุ 50 – 54 ปี น้อยที่สุด มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	266	66.50
สมรส	108	27.00
หม้าย หย่าร้าง	26	6.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงผลของข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยสถานภาพโสด มากที่สุด มีจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ สมรส มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 หม้าย หย่าร้าง น้อยที่สุด มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย เทียบเท่า	14	3.50
อนุปริญญา เทียบเท่า	32	8.00
ปริญญาตรี	292	73.00
สูงกว่าปริญญาตรี	62	15.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงผลของข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด มีจำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 อนุปริญญา เทียบเท่า มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย เทียบเท่า น้อยที่สุด มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	70	17.50
รับจ้างเอกชน	164	41.00
อิสระ/รับจ้างทั่วไป	53	13.25
ธุรกิจส่วนตัว	74	18.50
นักศึกษา	37	9.25
อื่น ๆ	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงผลของข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้หญิงชาวไทยประกอบอาชีพรับจ้างเอกชน มากที่สุด มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 รับราชการ มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 อิสระ รับจ้างทั่วไป มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 นักศึกษา มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 อื่น ๆ น้อยที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า หรือเทียบเท่า 15,000 บาท	60	15.00
15,001 - 30,000 บาท	146	36.50
30,001 - 45,000 บาท	105	26.25
45,001 - 60,000 บาท	58	14.50
60,001 - 75,000 บาท	9	2.25
75,001 บาท ขึ้นไป	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงผลของข้อมูลรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้หญิงชาวไทยมีรายได้ 15,001 - 30,000 บาท มากที่สุด มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมา รายได้ 30,001 - 45,000 บาท มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รายได้ น้อยกว่า/เทียบเท่า 15,000 บาท มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายได้ 45,001 - 60,000 บาท มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 รายได้ 75,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 22 คน

คิดเป็นร้อยละ 5.50 รายได้ 60,001 - 75,000 บาท น้อยที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยด้วยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดหมายปลายทางที่เคยหรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง กรณีให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จุดหมายปลายทาง	จำนวน	ร้อยละ
ทวีปเอเชีย	262	52.51
ทวีปยุโรป	91	18.24
ทวีปอเมริกาเหนือ	50	10.02
ทวีปอเมริกาใต้	8	1.60
ทวีปออสเตรเลีย	75	15.03
ทวีปแอฟริกา	10	2.00
ทวีปแอนตาร์กติกา	3	0.60
รวม	499	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงผลของข้อมูลจุดหมายปลายทางที่เคยหรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า ทวีปเอเชีย มากที่สุด มีจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 52.51 รองลงมา ทวีปยุโรป มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 18.24 ทวีปออสเตรเลีย มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 15.03 ทวีปอเมริกาเหนือ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 10.02 ทวีปแอฟริกา มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ทวีปอเมริกาใต้ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ทวีปแอนตาร์กติกา น้อยที่สุด มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยหรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 ถึง 2 ครั้ง	150	37.50
3 ถึง 4 ครั้ง	72	18.00
5 ครั้งขึ้นไป	45	11.25
ไม่เคย แต่สนใจ	133	33.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงผลของข้อมูลจำนวนครั้งที่เคยหรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า เคยวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง 1 ถึง 2 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ ไม่เคย แต่สนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 เคยวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง 3 ถึง 4 ครั้ง มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 เคยวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง 5 ครั้งขึ้นไป น้อยที่สุด มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่เคยหรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง กรณีให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนวัน	จำนวน	ร้อยละ
2 ถึง 4 วัน	183	41.12
5 ถึง 7 วัน	118	26.52
8 ถึง 10 วัน	78	17.53
11 วันขึ้นไป	66	14.83
รวม	445	100.00

จากตารางที่ 8 แสดงผลของข้อมูลระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่เคยหรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า เคยหรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ครั้งละ 2 ถึง 4 วัน มากที่สุด มีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 41.12 รองลงมาคือ ครั้งละ 5 ถึง 7 วันมีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.52 ครั้งละ 8 ถึง 10 วันมีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 17.53 ครั้งละ 11 วันขึ้นไป น้อยที่สุด มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 14.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง กรณีให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เหตุผลในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
มีเวลาว่างระหว่างเยี่ยมเยียนญาติ	90	16.76
มีเวลาว่างระหว่างประชุม สัมมนา หรือธุรกิจ	81	15.08
มีวันหยุด วันว่างไม่ตรงกับคนอื่น	152	28.31
ทำให้รู้สึกอิสระ ยืดหยุ่นได้	214	39.85
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	537	100.00

จากตารางที่ 9 แสดงผลของข้อมูลเหตุผลที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังทำให้รู้สึกอิสระ ยืดหยุ่นได้ มากที่สุด มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 39.85 รองลงมาคือ มีวันหยุด วันว่างไม่ตรงกับคนอื่น มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 28.31 มีเวลาว่างระหว่างเยี่ยมเยียนญาติ มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 16.76 มีเวลาว่างระหว่างประชุม สัมมนา หรือธุรกิจ น้อยที่สุด มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 15.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทหรือกิจกรรมหลักที่เคยหรือสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง กรณีให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ประเภทหรือกิจกรรมหลัก	จำนวน	ร้อยละ
เชิงประวัติศาสตร์	113	19.06
เชิงวัฒนธรรม	140	23.61
เชิงธรรมชาติ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	167	28.16
เยี่ยมเยียนญาติและมีเวลาว่าง	78	13.15
ผจญภัย	28	4.72
ชม เล่นกีฬา	16	2.70
ฟื้นฟูสุขภาพ สปา อาบน้ำแร่	51	8.60
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	593	100.00

จากตารางที่ 10 แสดงผลของข้อมูลประเภทหรือกิจกรรมหลักที่เคยหรือสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า เคยหรือสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังประเภทเชิงธรรมชาติ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มากที่สุด มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 28.16 รองลงมาคือ เชียงวัฒนธรรม มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 23.61 เชียงประวัติศาสตร์ มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 19.06 เยี่ยมเยือนญาติและมีเวลาว่าง มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 13.15 ฟันฟูสุขภาพ สปา อาบน้ำแร่ มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60 ผจญภัย มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 4.72 ชม เล่นกีฬา น้อยที่สุด มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

การเลือกแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น	49	12.25
สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง	61	15.25
มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	107	26.75
คุ้มค่าในการใช้จ่าย	53	13.25
ปลอดภัยต่อร่างกายและทรัพย์สิน	100	25.00
มีความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก/ยานพาหนะ	30	7.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 แสดงผลของข้อมูลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มากที่สุด มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 รองลงมาคือ ความปลอดภัยต่อร่างกายและทรัพย์สิน มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 คุ้มค่าในการใช้จ่าย มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 มีความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก ยานพาหนะ น้อยที่สุด มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง กรณีให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แหล่งสืบค้นข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว / คนใกล้ชิด	132	24.44
นิตยสารท่องเที่ยว	36	6.67
ใบปลิว หนังสือพิมพ์	4	0.74
วิทยุ โทรทัศน์	8	1.48
อินเทอร์เน็ต	359	66.48
อื่น ๆ	1	0.19
รวม	540	100.00

จากตารางที่ 12 แสดงผลของแหล่งสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า มีการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด มีจำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 66.48 รองลงมาคือ ครอบครัว คนใกล้ชิด มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 24.44 นิตยสารท่องเที่ยว มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 วิทยุ โทรทัศน์ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.48 ใบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยที่สุด มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.74 อื่น ๆ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.19 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) แทนค่าด้วย \bar{x} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แทนค่าด้วย S.D. และระดับแรงจูงใจ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ของผู้หญิงชาวไทย

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ของผู้หญิงชาวไทย	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านบุคคล	3.64	0.75	มาก
ด้านกายภาพ	4.42	0.56	มากที่สุด
ด้านอารมณ์ ความรู้สึก	3.99	0.58	มาก
ด้านการพัฒนาตนเอง	4.18	0.61	มาก
ด้านสถานภาพ ชื่อเสียง	3.78	0.70	มาก
ด้านวัฒนธรรม	4.02	0.59	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00	0.44	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงผลของแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า มีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$, S.D. = 0.44) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีแรงจูงใจด้านกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.56) และมีแรงจูงใจอีก 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก คือ แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.61) แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.59) แรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.58) แรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 0.70) และแรงจูงใจด้านบุคคล ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

แรงจูงใจด้านบุคคล	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ความต้องการพบปะทำความรู้จักกับบุคคลใหม่ๆ ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	3.24	0.95	ปานกลาง
2. ความต้องการแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังให้กับบุคคลอื่น	3.89	0.99	มาก
3. ความต้องการสื่อสารพูดคุยกับบุคคลที่มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในลักษณะแบบเดียวกัน	3.79	0.95	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64	0.75	มาก

จากตารางที่ 14 แสดงผลของแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า มีแรงจูงใจด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.75) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับแรงจูงใจมากในความต้องการแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังให้กับบุคคลอื่น ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.99) ความต้องการสื่อสารพูดคุยกับบุคคลที่มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในลักษณะแบบเดียวกัน ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.95) และมีระดับแรงจูงใจปานกลางในความต้องการพบปะทำความรู้จักกับบุคคลใหม่ๆ ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ($\bar{x} = 3.24$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านกายภาพในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

แรงจูงใจด้านกายภาพ	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. สามารถเลือกกิจกรรมที่ตนเองต้องการได้ หลากหลาย โดยไม่ต้องกังวลถึงคนอื่น	4.39	0.72	มากที่สุด
2. ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรการ หรือระบบรักษาความปลอดภัยสูง	4.51	0.73	มากที่สุด
3. กระบวนการผ่านเข้าเมืองที่สะดวก ลดขั้นตอนที่ ยุ่งยาก	4.36	0.73	มากที่สุด
4. เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยค้นหาข้อมูล ติดต่อสื่อสาร ระหว่างการเดินทางได้รวดเร็ว	4.52	0.69	มากที่สุด
5. สุขอนามัยที่ดี แหล่งท่องเที่ยวสะอาด	4.40	0.74	มากที่สุด
6. ระบบการเดินทางขนส่งเชื่อมต่อถึงกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกครบถ้วนใช้งานได้	4.45	0.72	มากที่สุด
7. ระบบการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว	4.35	0.76	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 15 แสดงผลของแรงจูงใจด้านกายภาพในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า มีแรงจูงใจด้านกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีแรงจูงใจระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยค้นหาข้อมูล ติดต่อสื่อสารระหว่างการเดินทางได้รวดเร็ว ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.69) ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรการหรือระบบรักษาความปลอดภัยสูง ($\bar{x} = 4.51$, S.D. = 0.73) ระบบการเดินทางขนส่งเชื่อมต่อถึงกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนใช้งานได้ ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.72) สุขอนามัยที่ดี แหล่งท่องเที่ยวสะอาด ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.74) สามารถเลือกกิจกรรมที่ตนเองต้องการได้หลากหลาย โดยไม่ต้องกังวลถึงคนอื่น ($\bar{x} = 4.39$, S.D. = 0.72) กระบวนการผ่านเข้าเมืองที่สะดวก ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.73) ระบบการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

แรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ต้องการแสดงออกให้เห็นถึงการหลีกเลี่ยงจากความจำเจ แสวงหาความแปลกใหม่ เปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้นด้วยตนเอง	3.81	0.93	มาก
2. ทำตามความใฝ่ฝันที่ตนเองต้องการ	3.79	1.01	มาก
3. ต้องการความรู้สึกที่เป็นอิสระคล่องตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่ถูกจำกัดให้เดินทางท่องเที่ยวตามรายการและเวลาที่ตนเองไม่ต้องการ	4.33	0.78	มากที่สุด
4. ต้องการความรู้สึกที่ตื่นเต้น ทำท่าย ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เพื่อให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนกล้าหาญ	4.04	0.89	มาก
5. เป็นการทดสอบตนเอง เพื่อเอาชนะความรู้สึกกลัวและเหงาในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	3.96	0.96	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99	0.58	มาก

จากตารางที่ 16 แสดงผลของแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า มีแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับแรงจูงใจมากที่สุดในการต้องการความรู้สึกที่เป็นอิสระคล่องตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่ถูกจำกัดให้เดินทางท่องเที่ยวตามรายการและเวลาที่ตนเองไม่ต้องการ ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.78) และมีระดับแรงจูงใจมากในการต้องการความรู้สึกที่ตื่นเต้น ทำท่าย ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เพื่อให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนกล้าหาญ ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.89) เป็นการทดสอบตนเอง เพื่อเอาชนะความรู้สึกกลัวและเหงาในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.96) ต้องการแสดงออกให้เห็นถึงการหลีกเลี่ยงจากความจำเจ แสวงหาความแปลกใหม่ เปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้นด้วยตนเอง ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.93) ทำตามความใฝ่ฝันที่ตนเองต้องการ ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 1.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. มีโอกาสพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง รู้จักเรียนรู้และหาวิธีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	4.20	0.82	มาก
2. ได้ฝึกฝนและรู้จักการพึ่งพาตัวเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	4.30	0.75	มากที่สุด
3. ได้เรียนรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่กับตนเอง เช่น สถานที่ใหม่ หรือเส้นทางใหม่ ๆ หรือเรื่องราวใหม่ๆ ที่ตนเองสนใจ	4.20	0.76	มาก
4. ต้องการสร้างให้เกิดเป็นประสบการณ์ใหม่ พัฒนาศักยภาพให้กับตนเอง	4.00	0.85	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18	0.61	มาก

จากตารางที่ 17 แสดงผลของแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า มีแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.61) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับแรงจูงใจมากที่สุดในการได้ฝึกฝนและรู้จักการพึ่งพาตัวเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.75) และมีระดับแรงจูงใจมากในการมีโอกาพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง รู้จักเรียนรู้และหาวิธีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.82) ได้เรียนรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่กับตนเอง เช่น สถานที่ใหม่ หรือเส้นทางใหม่ ๆ หรือเรื่องราวใหม่ๆ ที่ตนเองสนใจ ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.76) ต้องการสร้างให้เกิดเป็นประสบการณ์ใหม่ พัฒนาศักยภาพให้กับตนเอง ($\bar{x} = 4.00$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

แรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. เกิดความภูมิใจและเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกว่าตัวเองประสบความสำเร็จในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง สามารถเป็นแบบอย่างหรือแรงบันดาลใจแก่ผู้อื่น	3.80	0.94	มาก
2. ต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนขึ้นว่ามีความสามารถในการจัดการ หรือบริหารเวลาได้ด้วยตนเอง	3.81	0.96	มาก
3. ต้องการได้รับการยอมรับหรือยกย่องจากผู้อื่นว่ามีความกล้า สามารถเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ และเกิดชื่อเสียงตามมาด้วย	3.43	1.07	มาก
4. ต้องการแสดงให้เห็นว่าเพศสภาพไม่เป็นอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	4.07	1.01	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	0.70	มาก

จากตารางที่ 18 แสดงผลของแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า มีแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับแรงจูงใจมากในความต้องการแสดงให้เห็นว่าเพศสภาพไม่เป็นอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 1.01) ต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนขึ้นว่ามีความสามารถในการจัดการ หรือบริหารเวลาได้ด้วยตนเอง ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.96) เกิดความภูมิใจและเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกว่าตัวเองประสบความสำเร็จในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง สามารถเป็นแบบอย่างหรือแรงบันดาลใจแก่ผู้อื่น ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 0.94) ต้องการได้รับการยอมรับหรือยกย่องจากผู้อื่นว่ามีความกล้า สามารถเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ และเกิดชื่อเสียงตามมาด้วย ($\bar{x} = 3.43$, S.D. = 1.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. มีแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่อยู่ในกระแสความนิยมและมีชื่อเสียง	3.81	0.88	มาก
2. สถานที่สำคัญด้านวัฒนธรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว	3.96	0.83	มาก
3. มีการจัดงานเทศกาลพิเศษด้านวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญที่น่าสนใจ	3.75	0.82	มาก
4. มีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตที่แตกต่าง และวัฒนธรรมที่แปลกใหม่จากแหล่งที่อยู่ปกติ ตลอดจนถึงสินค้าพื้นเมือง เช่น การแต่งกาย อาหาร เป็นต้น	4.19	0.79	มาก
5. ไม่มีอุปสรรคด้านภาษา เช่น สถานที่ท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลหรือแสดงเส้นทางเป็นสัญลักษณ์หรือรูปภาพหรือหลายภาษา รวมถึงมีบุคคลที่สื่อสารได้หลายภาษาคอยบริการให้ความช่วยเหลือ	4.42	0.78	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02	0.59	มาก

จากตารางที่ 19 แสดงผลของแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า มีแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับแรงจูงใจมากที่สุดในการไม่มีอุปสรรคด้านภาษา เช่น สถานที่ท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลหรือแสดงเส้นทางเป็นสัญลักษณ์หรือรูปภาพหรือหลายภาษา รวมถึงมีบุคคลที่สื่อสารได้หลายภาษาคอยบริการให้ความช่วยเหลือ ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.78) และมีระดับแรงจูงใจมากในการมีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตที่แตกต่าง และวัฒนธรรมที่แปลกใหม่จากแหล่งที่อยู่ปกติ ตลอดจนถึงสินค้าพื้นเมือง เช่น การแต่งกาย อาหาร เป็นต้น ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = 0.79) สถานที่สำคัญด้านวัฒนธรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.83) มีแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่อยู่ในกระแสความนิยมและมีชื่อเสียง ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.88) มีการจัดงานเทศกาลพิเศษด้านวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญที่น่าสนใจ ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการแจกแจงจำนวนของผู้หญิงชาวไทย จำแนกตามข้อมูลความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ข้อมูลความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย สรุปเป็นประเด็นและแจกแจงจำนวน ดังนี้

ตารางที่ 20 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามและประเด็นที่แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม
1. ควรเลือกเที่ยวบินที่เดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางในเวลาระหว่างวัน หลีกเลี่ยงการเดินทางไปถึงตอนกลางคืน เพราะอาจมีโอกาสเกิดอันตรายระหว่างทางได้ และใช้ช่วงเวลาระหว่างวันในการท่องเที่ยวคนเดียวจะมีความปลอดภัยมากกว่า	5 คน
2. ควรค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวเพื่อความเหมาะสมและปลอดภัย จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น การอ่านจาก review จะช่วยให้ทราบปัญหาที่ก่อนตัดสินใจเลือกได้	3 คน
3. ควรแจ้งหรือบอกกล่าวให้ญาติหรือครอบครัวทราบล่วงหน้าเกี่ยวกับข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว เช่น จุดหมายปลายทาง สถานที่พักค้าง หากมีเหตุการณ์ไม่คาดคิดเกิดขึ้นหรือขาดการติดต่อ จะง่ายต่อการติดตาม	2 คน
4. ต้องวางแผนการเดินทางที่ดี จัดสรรเรื่องเงินให้เพียงพอ	2 คน
5. ต้องระมัดระวังเรื่องทรัพย์สินสูญหาย เช่น เงิน พาสปอร์ต ควรมีที่เก็บที่มั่นใจว่าปลอดภัยดี และอาจแยกเก็บเอกสารสำคัญกับเงินไว้ต่างที่	1 คน
6. ต้องเตรียมร่างกายให้พร้อมหากมีปัญหาสุขภาพค่อนข้างเดือร้อนเพราะเดินทางคนเดียว ควรทำประกันภัยการเดินทางไว้ หากเกิดเหตุฉุกเฉิน	1 คน

จากตารางที่ 20 แสดงผลของความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย มีความคิดเห็นว่า ควรเลือกเที่ยวบินที่เดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางในเวลาระหว่างวันและใช้ช่วงเวลาระหว่างวันในการท่องเที่ยวคนเดียวจะมีความปลอดภัย มากที่สุด มีจำนวน 5 คน รองลงมาคือ การค้นหาข้อมูลหรือเลือกที่พักที่เหมาะสมและปลอดภัยได้จากการอ่านข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอื่น ๆ การอ่าน

จาก review มีจำนวน 3 คน ควรบอกกล่าวข้อมูลตลอดการเดินทางให้ครอบครัวทราบเพื่ออำนวยความสะดวกติดตาม มีจำนวน 2 คน ต้องมีการวางแผนการเดินทางที่ดี จัดสรรเรื่องเงินให้เพียงพอ มีจำนวน 2 คน ต้องระมัดระวังเรื่องทรัพย์สินสูญหาย ควรมีที่เก็บที่มั่นใจว่าปลอดภัย มีจำนวน 1 คน และต้องเตรียมร่างกายให้พร้อม ควรทำประกันภัยการเดินทางไว้ มีจำนวน 1 คน ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานโดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบระหว่าง อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย โดยแบ่งแรงจูงใจรายด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านกายภาพ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านสถานภาพ ชื่อเสียง และด้านวัฒนธรรม เมื่อพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference)

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบระหว่างอายุกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

อายุ	SS	df	MS	F	p
ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม	4.08	7	0.58	3.15	0.003*
ความแปรปรวนภายในกลุ่ม	72.57	392	0.19		
รวม	76.65	399			

*p<0.05

จากตารางที่ 21 แสดงผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยด้วยวิธี LSD (Least square difference)

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบระหว่างอายุกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55ปี	รวม	F	p
แรงจูงใจ	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ขึ้นไป	(n=		
	(n=62)	(n=79)	(n=61)	(n=94)	(n=48)	(n=27)	(n=14)	(n=15)	400)		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
	S.D.	S.D.	S.D.	S.D.	S.D.	S.D.	S.D.	S.D.	S.D.		
บุคคล	3.84	3.81	3.61	3.58	3.56	3.46	3.02	3.42	3.64	3.31	0.00*
	0.72	0.67	0.79	0.67	0.66	0.90	0.81	1.12	0.75		
กายภาพ	4.40	4.36	4.31	4.47	4.47	4.55	4.49	4.59	4.42	1.08	0.37
	0.58	0.59	0.57	0.53	0.59	0.56	0.41	0.40	0.56		
อารมณ์	4.21	4.15	4.02	3.90	3.87	3.94	3.57	3.47	3.99	6.11	0.00*
ความรู้สึก	0.59	0.64	0.51	0.48	0.50	0.62	0.55	0.64	0.58		
พัฒนา	4.35	4.34	4.20	4.09	4.06	4.19	3.73	3.82	4.18	3.98	0.00*
ตนเอง	0.60	0.60	0.68	0.51	0.60	0.53	0.81	0.62	0.61		
สถานภาพ	3.96	3.96	3.69	3.84	3.64	3.61	3.38	3.13	3.78	4.81	0.00*
ชื่อเสียง	0.69	0.63	0.84	0.57	0.70	0.71	0.72	0.72	0.70		
วัฒนธรรม	4.01	4.01	3.95	3.97	4.10	4.21	4.19	4.09	4.02	0.96	0.46
	0.60	0.60	0.61	0.58	0.55	0.54	0.75	0.60	0.59		

p* < 0.05

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจรายด้านในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least square difference)

ตารางที่ 23 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอายุกับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

อายุ	\bar{x}	20-24 ปี	25-29 ปี	30-34 ปี	35-39 ปี	40-44 ปี	45-49 ปี	50-54 ปี	55ปี ขึ้นไป
20-24ปี	3.84	-	0.03	0.24	0.26*	0.28*	0.38*	0.82*	0.42*
25-29ปี	3.81		-	0.21	0.23*	0.25	0.35*	0.79*	0.39
30-34ปี	3.61			-	0.02	0.04	0.15	0.58*	0.18
35-39ปี	3.58				-	0.02	0.12	0.55*	0.16
40-44ปี	3.56					-	0.11	0.53*	0.14
45-49ปี	3.46						-	0.43	0.03
50-54ปี	3.02							-	0.40
55ปี ขึ้น ไป	3.42								-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย กลุ่มอายุ 20-24 ปี มีแรงจูงใจด้านบุคคล แตกต่างกับกลุ่มอายุ 35-39 ปี 40-44 ปี 45-49 ปี 50-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอายุ 25-29 ปี แตกต่างกับกลุ่มอายุ 35-39 ปี 45-49 ปี และ 50-54 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอายุ 30-34 ปี 35-39 ปี 40-44 ปี แตกต่างกับกลุ่มอายุ 50-54 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 24 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุ กับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

อายุ	\bar{x}	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55ปี
		ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ขึ้นไป
20-24ปี	4.21	-	0.06	0.19	0.31*	0.34*	0.27*	0.64*	0.74*
25-29ปี	4.15		-	0.13	0.25*	0.28*	0.21	0.57*	0.68*
30-34ปี	4.02			-	0.12	0.15	0.08	0.44*	0.55*
35-39ปี	3.90				-	0.03	-0.04	0.32*	0.42*
40-44ปี	3.87					-	-0.07	0.30	0.40*
45-49ปี	3.94						-	0.36*	0.47*
50-54ปี	3.57							-	0.10
55ปี ขึ้นไป	3.47								-

*p<0.05

จากตารางที่ 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย กลุ่มอายุ 20-24 ปี มีแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก แตกต่างกับกลุ่มอายุ 35-39 ปี 40-44 ปี 45-49 ปี 50-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอายุ 25-29 ปี แตกต่างกับกลุ่มอายุ 35-39 ปี 40-44 ปี และ 50-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอายุ 30-34 ปี 35-39 ปี 45-49 ปี แตกต่างกับกลุ่มอายุ 50-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอายุ 40-44 ปี แตกต่างกับกลุ่มอายุ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 25 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุ กับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

อายุ	\bar{X}	20-24 ปี	25-29 ปี	30-34 ปี	35-39 ปี	40-44 ปี	45-49 ปี	50-54 ปี	55ปี ขึ้นไป
20-24ปี	4.35	-	0.01	0.15	0.25*	0.28*	0.16	0.61*	0.53*
25-29ปี	4.34		-	0.14	0.24*	0.28*	0.15	0.60*	0.52*
30-34ปี	4.20			-	0.11	0.14	0.01	0.46*	0.38*
35-39ปี	4.09				-	0.03	-0.09	0.35*	0.27
40-44ปี	4.06					-	-0.13	0.33	0.24
45-49ปี	4.19						-	0.45*	0.37
50-54ปี	3.73							-	-0.08
55ปีขึ้นไป	3.82								-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย กลุ่มอายุ 20-24 ปี และ 25-29 ปี มีแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง แตกต่างกับกลุ่มอายุ 35-39 ปี 40-44 ปี 50-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอายุ 30-34 แตกต่างกับกลุ่มอายุ 50-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอายุ 35-39 ปี และ 45-49 ปี แตกต่างกับกลุ่มอายุ 50-54 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 26 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุ กับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

อายุ	\bar{X}	20-24 ปี	25-29 ปี	30-34 ปี	35-39 ปี	40-44 ปี	45-49 ปี	50-54 ปี	55ปี ขึ้นไป
20-24ปี	3.96	-	0.00	0.26*	0.12	0.32*	0.34*	0.58*	0.82*
25-29ปี	3.96		-	0.26*	0.12	0.32*	0.34*	0.58*	0.82*
30-34ปี	3.69			-	-0.15	0.06	0.08	0.32	0.55*
35-39ปี	3.84				-	0.21	0.23	0.46*	0.70*
40-44ปี	3.64					-	0.02	0.26	0.50*
45-49ปี	3.61						-	0.24	0.47*
50-54ปี	3.38							-	0.24
55ปีขึ้นไป	3.13								-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย กลุ่มอายุ 20-24 ปี และ 25-29 ปี มีแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกับกลุ่มอายุ 30-34 ปี 40-44 ปี 45-49 ปี 50-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอายุ 30-34 ปี 40-44 ปี 45-49 ปี แตกต่างกับกลุ่มอายุ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอายุ 35-39 ปี แตกต่างกับกลุ่มอายุ 50-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 27 เปรียบเทียบระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

สถานภาพ	SS	df	MS	F	p
ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม	2.52	2	1.26	6.74	.001*
ความแปรปรวนภายในกลุ่ม	74.13	397	0.19		
รวม	76.65	399			

*p<0.05

จากตารางที่ 27 แสดงผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยด้วยวิธี LSD (Least square difference)

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

แรงจูงใจ	โสด (n=266)		สมรส (n=108)		หม้าย/หย่าร้าง (n=26)		รวม		F	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
บุคคล	3.69	0.72	3.43	0.81	3.88	0.71	3.64	0.75	6.35	0.00*
กายภาพ	4.39	0.58	4.48	0.51	4.57	0.52	4.42	0.56	2.13	0.12
อารมณ์ ความรู้สึก	4.05	0.57	3.76	0.55	4.26	0.57	3.99	0.58	13.3	0.00*
พัฒนา ตนเอง	4.22	0.62	4.02	0.58	4.41	0.57	4.18	0.61	6.19	0.00*
สถานภาพ ชื่อเสียง	3.80	0.71	3.65	0.65	4.03	0.73	3.78	0.70	3.65	0.03*
วัฒนธรรม	4.03	0.60	4.01	0.60	4.04	0.52	4.02	0.59	0.05	0.95

p*<0.05

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจรายด้านในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least square difference)

ตารางที่ 29 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด	3.69	-	0.26*	-0.19
สมรส	3.43		-	-0.45*
หม้าย/หย่าร้าง	3.88			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มโสด มีแรงจูงใจด้านบุคคล แตกต่างกับกลุ่มสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มสมรส แตกต่างกับกลุ่มหม้าย หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด	4.05	-	0.28*	-0.21
สมรส	3.76		-	-0.50*
หม้าย/หย่าร้าง	4.26			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มโสด มีแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก แตกต่างกับกลุ่มสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มสมรส แตกต่างกับกลุ่มหม้าย หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 31 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด	4.22	-	0.19*	-0.20
สมรส	4.02		-	-0.39*
หม้าย/หย่าร้าง	4.41			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มโสด มีแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง แตกต่างกับกลุ่มสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มสมรส แตกต่างกับกลุ่มหม้าย หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 32 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด	3.80	-	0.15	-0.23
สมรส	3.65		-	-0.37*
หม้าย/หย่าร้าง	4.03			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มสมรส มีแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกับกลุ่มหม้าย หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 33 เปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

ระดับการศึกษา	SS	df	MS	F	p
ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม	2.18	3	0.73	3.87	0.009*
ความแปรปรวนภายในกลุ่ม	74.47	396	0.19		
รวม	76.65	399			

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 33 แสดงผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยด้วยวิธี LSD (Least square difference)

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

	มัธยมศึกษา ตอนต้น หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	รวม (n=400)	F	p
	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.		
แรงจูงใจ	-	3.33 0.57	3.88 0.87	3.67 0.71	3.44 0.88	3.64 0.75	3.53	0.02*
บุคลิก	-	3.89 0.77	4.34 0.55	4.44 0.55	4.52 0.51	4.42 0.56	5.33	0.00*
กายภาพ	-	3.84 0.57	4.27 0.64	3.99 0.57	3.87 0.55	3.99 0.58	3.63	0.01*
อารมณ์ ความรู้สึก	-	3.86 0.76	4.35 0.49	4.19 0.59	4.10 0.71	4.18 0.61	2.49	0.06
พัฒนาตนเอง	-	3.48 0.55	3.87 0.75	3.83 0.70	3.53 0.64	3.78 0.70	4.20	0.01*
สถานภาพ ชื่อเสียง	-	3.80 0.64	3.96 0.55	4.03 0.59	4.07 0.62	4.02 0.59	0.94	0.42
วัฒนธรรม	-							

p* < 0.05

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจรายด้านในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ได้แก่ ด้านบุคลิก ด้านกายภาพ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least square difference)

ตารางที่ 35 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยมศึกษา ตอนต้น หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือเทียบเท่า	3.33	-	-	-0.54*	-0.33	-0.10
อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	3.88	-	-	-	0.21	0.43*
ปริญญาตรี	3.67	-	-	-	-	0.23*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.44	-	-	-	-	-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 35 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีแรงจูงใจด้านบุคคล แตกต่างกับกลุ่มอนุปริญญาหรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และกลุ่มปริญญาตรี แตกต่างกับกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 36 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างระดับการศึกษา กับแรงจูงใจด้านกายภาพในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยมศึกษา ตอนต้น หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือเทียบเท่า	3.89	-	-	-0.45*	-0.55*	-0.63*
อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	4.34	-	-	-	-0.09	-0.18
ปริญญาตรี	4.44	-	-	-	-	-0.08
สูงกว่าปริญญาตรี	4.52	-	-	-	-	-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 36 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษา กับแรงจูงใจด้านกายภาพในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีแรงจูงใจด้านกายภาพ แตกต่างกับกลุ่มอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 37 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างระดับการศึกษา กับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยมศึกษา ตอนต้น หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือเทียบเท่า	3.84	-	-	0.42*	-0.14	-0.03
อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	4.27	-	-	-	0.28*	0.39*
ปริญญาตรี	3.99	-	-	-	-	0.11
สูงกว่าปริญญาตรี	3.87	-	-	-	-	-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษา กับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก แตกต่างกับกลุ่มอนุปริญญาหรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอนุปริญญาหรือเทียบเท่า แตกต่างกับกลุ่มปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 38 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างระดับการศึกษา กับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยมศึกษา ตอนต้น หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือเทียบเท่า	3.48	-	-	-0.39	-0.35	-0.05
อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	3.87	-	-	-	0.03	0.33*
ปริญญาตรี	3.83	-	-	-	-	0.29*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.53	-	-	-	-	-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษา กับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และกลุ่มปริญญาตรี มีแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงแตกต่างกับกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 39 เปรียบเทียบระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

อาชีพ	SS	df	MS	F	p
ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม	3.50	5	0.70	3.77	.002*
ความแปรปรวนภายในกลุ่ม	73.15	394	0.19		
รวม	76.65	399			

*p<0.05

จากตารางที่ 39 แสดงผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยด้วยวิธี LSD (Least square difference)

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

	รับราชการ (n=70)	รับจ้างเอกชน (n=164)	อิสระ/ รับจ้าง ทั่วไป (n=53)	ธุรกิจ ส่วนตัว (n=74)	นักศึกษา (n=37)	อื่น ๆ (n=2)	รวม (n=400)	F	p
แรงจูงใจ	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.		
บุคคล	3.46 0.88	3.67 0.69	3.67 0.76	3.64 0.72	3.82 0.75	2.83 0.71	3.64 0.75	1.79	0.11
กายภาพ	4.35 0.55	4.47 0.54	4.25 0.63	4.46 0.56	4.54 0.47	4.07 1.31	4.42 0.56	2.09	0.07
อารมณ์ ความรู้สึก	3.87 0.58	3.97 0.55	4.05 0.58	3.92 0.61	4.31 0.61	4.00 0.28	3.99 0.58	3.28	0.01*
พัฒนา ตนเอง	4.02 0.65	4.19 0.57	4.17 0.67	4.17 0.64	4.43 0.55	3.50 0.35	4.18 0.61	2.75	0.02*
สถานภาพ ชื่อเสียง	3.57 0.67	3.86 0.68	3.73 0.71	3.75 0.69	4.02 0.62	1.63 0.88	3.78 0.70	6.91	0.00*
วัฒนธรรม	4.05 0.67	4.06 0.58	3.84 0.55	4.07 0.54	4.01 0.65	3.90 0.14	4.02 0.59	1.30	0.26

*p<0.05

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจรายด้านในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ได้แก่ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least square difference)

ตารางที่ 41 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

อาชีพ	\bar{X}	รับราชการ	รับจ้างเอกชน	อิสระ/รับจ้างทั่วไป	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	อื่น ๆ
รับราชการ	3.87	-	-0.11	-0.19	-0.06	-0.44*	-0.13
รับจ้างเอกชน	3.97		-	-0.08	0.05	-0.33*	-0.03
อิสระ/รับจ้างทั่วไป	4.05			-	0.13	-0.25*	0.05
ธุรกิจส่วนตัว	3.92				-	-0.38*	-0.08
นักศึกษา	4.31					-	0.31
อื่น ๆ	4.00						-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มอาชีพรับราชการ รับจ้างเอกชน อิสระรับจ้างทั่วไป ธุรกิจส่วนตัว มีแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก แตกต่างกับกลุ่มนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 42 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

อาชีพ	\bar{X}	รับราชการ	รับจ้างเอกชน	อิสระ/ รับจ้าง ทั่วไป	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	อื่น ๆ
รับราชการ	4.02	-	-0.17*	-0.15	-0.15	-0.41*	0.52
รับจ้างเอกชน	4.19		-	0.02	0.02	-0.23*	0.69
อิสระ / รับจ้าง	4.17			-	0.00	-0.26*	0.67
ทั่วไป	4.17				-	-0.26*	0.67
ธุรกิจส่วนตัว	4.43					-	0.93*
นักศึกษา	3.50						-
อื่น ๆ							

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 42 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มอาชีพรับราชการ มีแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง แตกต่างกับกลุ่มรับจ้างเอกชน และนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มรับจ้างเอกชน อาชีพอิสระ รับจ้างทั่วไป และธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกับกลุ่มนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มนักศึกษา แตกต่างกับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 43 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

อาชีพ	\bar{X}	รับราชการ	รับจ้างเอกชน	อิสระ/ รับจ้างทั่วไป	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักศึกษา	อื่น ๆ
รับราชการ	3.57	-	-0.29*	-0.16	-0.18	-0.45*	1.94*
รับจ้างเอกชน	3.86		-	0.13	0.11	-0.16	2.23*
อิสระ/รับจ้างทั่วไป	3.73			-	-0.02	-0.28*	2.10*
ธุรกิจส่วนตัว	3.75				-	-0.27*	2.12*
นักศึกษา	4.02					-	2.39*
อื่น ๆ	1.63						-

*p<0.05

จากตารางที่ 43 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มอาชีพรับราชการ มีแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกับกลุ่มรับจ้างเอกชน กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มรับจ้างเอกชน กลุ่มนักศึกษา แตกต่างกับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอาชีพอิสระ และกลุ่มธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกับกลุ่มนักศึกษา และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 44 เปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

รายได้	SS	df	MS	F	p
ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม	3.80	5	0.76	4.11	.001*
ความแปรปรวนภายในกลุ่ม	72.85	394	0.18		
รวม	76.65	399			

*p<0.05

จากตารางที่ 44 แสดงผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X})

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยด้วยวิธี LSD (Least square difference)

ตารางที่ 45 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

	น้อยกว่า/ เทียบเท่า 15,000 (n=60)	15,001- 30,000 (n=146)	30,001- 45,000 (n=105)	45,001- 60,000 (n=58)	60,001- 75,000 (n=9)	75,001 ขึ้นไป (n=22)	รวม (n=400)	F	p
	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.	\bar{X} S.D.		
บุคคล	3.77 0.81	3.74 0.68	3.65 0.73	3.47 0.78	2.78 0.80	3.36 0.76	3.64 0.75	4.59	0.00*
กายภาพ	4.38 0.56	4.35 0.57	4.50 0.52	4.56 0.45	4.13 0.74	4.41 0.77	4.42 0.56	2.12	0.06
อารมณ์ ความรู้สึก	4.24 0.65	4.03 0.58	3.94 0.54	3.89 0.46	3.51 0.79	3.65 0.50	3.99 0.58	5.86	0.00*
พัฒนา ตนเอง	4.31 0.65	4.22 0.59	4.10 0.62	4.19 0.57	3.56 0.85	4.11 0.56	4.18 0.61	2.99	0.01*
สถานภาพ ชื่อเสียง	3.95 0.76	3.81 0.67	3.76 0.69	3.75 0.64	3.19 0.93	3.42 0.69	3.78 0.70	3.25	0.01*
วัฒนธรรม	3.99 0.62	4.02 0.55	4.03 0.63	4.12 0.61	3.76 0.65	4.00 0.54	4.02 0.59	0.76	0.58

p* < 0.05

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจรายด้านในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least square difference)

ตารางที่ 46 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

รายได้ (บาท)	\bar{X}	น้อยกว่า/ เทียบเท่า 15,000	15,001- 30,000	30,001- 45,000	45,001- 60,000	60,001- 75,000	75,001 ขึ้นไป
น้อยกว่า/เทียบ เท่า15,000	3.77	-	0.03	0.12	0.30*	0.98*	0.40*
15,001-30,000	3.74		-	0.09	0.26*	0.95*	0.37*
30,001-45,000	3.65			-	0.18	0.86*	0.28
45,001-60,000	3.47				-	0.68*	0.10
60,001-75,000	2.78					-	0.58*
75,001 ขึ้นไป	3.36						-

*p<0.05

จากตารางที่ 46 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท และ 15,001-30,000 บาท มีแรงจูงใจด้านบุคคล แตกต่างกับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-60,000 บาท กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท และ 75,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท และ 45,001-60,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 47 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านอารมณ์
ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

รายได้ (บาท)	\bar{X}	น้อยกว่า/ เทียบเท่า 15,000	15,001- 30,000	30,001- 45,000	45,001- 60,000	60,001- 75,000	75,001 ขึ้นไป
น้อยกว่า/เทียบ เท่า15,000	4.24	-	0.20*	0.29*	0.35*	0.72*	0.58*
15,001-30,000	4.03		-	0.09	0.14	0.52*	0.37*
30,001-45,000	3.94			-	0.05	0.42*	0.28*
45,001-60,000	3.89				-	0.38	0.24
60,001-75,000	3.51					-	-0.14
75,001 ขึ้นไป	3.65						-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 47 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท มีแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก แตกต่างกับทุกกลุ่มรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และ 30,001-45,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท และ 75,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 48 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

รายได้ (บาท)	\bar{X}	น้อยกว่า/ เทียบเท่า 15,000	15,001- 30,000	30,001- 45,000	45,001- 60,000	60,001- 75,000	75,001 ขึ้นไป
น้อยกว่า/เทียบเท่า15,000	4.31	-	0.09	0.21*	0.12	0.75*	0.19
15,001-30,000	4.22		-	0.12	0.03	0.66*	0.10
30,001-45,000	4.10			-	-0.09	0.54*	-0.02
45,001-60,000	4.19				-	0.63*	0.08
60,001-75,000	3.56					-	-0.55*
75,001 ขึ้นไป	4.11						-

*p<0.05

จากตารางที่ 48 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเทียบเท่า15,000 บาท มีแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง แตกต่างกับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท และ 60,001-75,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 30,001-45,000 บาท และ 45,001-60,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 49 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านสถานภาพ
ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

รายได้ (บาท)	\bar{X}	น้อยกว่า/ เทียบเท่า 15,000	15,001- 30,000	30,001- 45,000	45,001- 60,000	60,001- 75,000	75,001 ขึ้นไป
น้อยกว่า/เทียบ เท่า15,000	3.95	-	0.13	0.18	0.19	0.75*	0.52*
15,001-30,000	3.81		-	0.05	0.06	0.61*	0.39*
30,001-45,000	3.76			-	0.01	0.56*	0.34*
45,001-60,000	3.75				-	0.55*	0.33
60,001-75,000	3.19					-	-0.23
75,001 ขึ้นไป	3.42						-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 49 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท 15,001-30,000 บาท และ 30,001-45,000 บาท มีแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกับกลุ่ม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท และ 75,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-60,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้หญิงชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังและเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยตามตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้หญิงชาวไทยในประเทศไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป เคยหรือมีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปยังประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย มีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเองโดยไม่ใช้บริการนำเที่ยวของบริษัททัวร์หรือบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการเดินทาง แต่รวมถึงการเดินทางไปธุรกิจและเดินทางท่องเที่ยวระหว่างทำธุรกิจ (Business Tourism / MICE Tourism) ไม่รวมการเดินทางไปศึกษาต่อ แต่เนื่องจากไม่พบว่ามีกรบันทึกข้อมูลจำนวนผู้หญิงชาวไทยที่แบ่งไว้ตามเกณฑ์อายุ จึงใช้จำนวนของผู้หญิงชาวไทยในประเทศไทย นำมาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณตามวิธีของทาโร ยามาเน (Yamane, 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ได้จากการทบทวนเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้หญิงชาวไทยในลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ

- ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ได้แก่ จุดหมายปลายทาง จำนวนครั้ง ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง เหตุผลในการเดินทาง ประเภทหรือกิจกรรมหลัก การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การสืบค้นข้อมูล มีลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ

- ตอนที่ 3 ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ได้แก่ แรงจูงใจด้านบุคคล แรงจูงใจด้านกายภาพ แรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง แรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม มีลักษณะคำถามแบบมาตราประมาณค่า

- ตอนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย มีลักษณะคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในระดับอุดมศึกษาจำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจแบบสอบถามให้มีความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้เท่ากับ 0.89 ซึ่งถือว่าเพียงพอ มีความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้หญิงชาวไทยจำนวน 30 คน บริเวณอาคารผู้โดยสารขาเข้าภายในประเทศของท่าอากาศยานดอนเมืองและท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แล้วนำมาตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นครอนบาค ได้เท่ากับ 0.90 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ทางสถิติ มีความเที่ยงของเครื่องมือในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเอง มี 40 ข้อ ใช้เวลาตอบประมาณ 5 นาที โดยแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด แบ่งดังนี้ ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 17.00-20.00 น. เฉลี่ยวันละ 30 ชุด และวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ เวลา 13.00-16.00 น. เฉลี่ยวันละ 25 ชุด ตลอดเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2562

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ มาลงรหัส ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้วิธีทางสถิติพื้นฐานมาวิเคราะห์ หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้วิธีทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย มาวิเคราะห์ ความแปรปรวน (Analysis of Variances) แบบจำแนกทางเดียว One-Way ANOVA โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เมื่อพบว่ามีค่าแตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี LSD (Least square difference) โดยสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้หญิงชาวไทย

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ของผู้หญิงชาวไทยที่มีอายุระหว่าง 35 – 39 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 มีสถานภาพโสด จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 ประกอบอาชีพรับจ้างเอกชน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยที่เคยหรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปยังจุดหมายปลายทางในทวีปเอเชีย จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 52.51 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง 1 - 2 ครั้ง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยแต่สนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่เคยหรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังครั้งละ 2-4 วัน มีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 41.12 ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังทำให้รู้สึกอิสระ ยืดหยุ่นได้ มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 39.85 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยหรือสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังประเภทเชิงธรรมชาติ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 28.16 และเลือกแหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และส่วนใหญ่มีการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังจากอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 66.48

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทยมีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีแรงจูงใจด้านกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.42$) และมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากถึง 5 ด้าน คือ แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง ($\bar{x} = 4.18$) แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.02$) แรงจูงใจด้านอารมณ์ความรู้สึก ($\bar{x} = 3.99$) แรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียง ($\bar{x} = 3.78$) และแรงจูงใจด้านบุคคล ($\bar{x} = 3.64$)

ระดับของแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย พบว่ามีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีแรงจูงใจในระดับมาก 2 ข้อ คือ ความต้องการแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังให้กับบุคคลอื่น ($\bar{x} = 3.89$) และความต้องการสื่อสารพูดคุยกับบุคคลที่มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในลักษณะแบบเดียวกัน ($\bar{x} = 3.79$) และมีแรงจูงใจระดับปานกลางในความต้องการพบปะทำความรู้จักกับบุคคลใหม่ๆ ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ($\bar{x} = 3.24$)

ระดับของแรงจูงใจด้านกายภาพในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย พบว่ามีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.42$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีแรงจูงใจในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยค้นหาข้อมูล ติดต่อสื่อสารระหว่างการเดินทางได้รวดเร็ว

($\bar{x} = 4.52$) ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรการหรือระบบรักษาความปลอดภัยสูง ($\bar{x} = 4.51$) ระบบการเดินทางขนส่งเชื่อมต่อกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนใช้งานได้ ($\bar{x} = 4.45$) สุขอนามัยที่ดี แหล่งท่องเที่ยวสะอาด ($\bar{x} = 4.40$) สามารถเลือกกิจกรรมที่ตนเองต้องการได้หลากหลาย โดยไม่ต้องกังวลถึงคนอื่น ($\bar{x} = 4.39$) กระบวนการผ่านเข้าเมืองที่สะดวก ลดขั้นตอนที่ยุงยาก ($\bar{x} = 4.36$) ระบบการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว ($\bar{x} = 4.35$)

ระดับของแรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย พบว่ามีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีแรงจูงใจระดับมากที่สุดในการต้องการความรู้สึกที่เป็นอิสระคล่องตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่ถูกจำกัดให้เดินทางท่องเที่ยวตามรายการและเวลาที่ตนเองไม่ต้องการ ($\bar{x} = 4.33$) และมีแรงจูงใจระดับมากในการต้องการความรู้สึกที่ตื่นเต้น ท้าทาย ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เพื่อให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคณกล้าหาญ ($\bar{x} = 4.04$) เป็นการทดสอบตนเอง เพื่อเอาชนะความรู้สึกกลัวและเหงาในขณะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ($\bar{x} = 3.96$) ต้องการแสดงออกให้เห็นถึงการหลีกเลี่ยงจากความจำเจ แสวงหาความแปลกใหม่ เปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้นด้วยตนเอง ($\bar{x} = 3.81$) ทำตามความใฝ่ฝันที่ตนเองต้องการ ($\bar{x} = 3.79$)

แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย พบว่ามีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีแรงจูงใจระดับมากที่สุดในการได้ฝึกฝนและรู้จักการพึ่งพาตัวเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ($\bar{x} = 4.30$) และมีแรงจูงใจระดับมากในการมีโอกาสพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง รู้จักเรียนรู้และหาวิธีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ($\bar{x} = 4.20$) ได้เรียนรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่กับตนเอง เช่น สถานที่ใหม่ หรือเส้นทางใหม่ ๆ หรือเรื่องราวใหม่ๆ ที่ตนเองสนใจ ($\bar{x} = 4.20$) ต้องการสร้างให้เกิดเป็นประสบการณ์ใหม่ พัฒนาศักยภาพให้กับตนเอง ($\bar{x} = 4.00$)

แรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย พบว่ามีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีแรงจูงใจระดับมากในการต้องการแสดงให้เห็นว่าเพศสภาพไม่เป็นอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ($\bar{x} = 4.07$) ต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนขึ้นว่ามีความสามารถในการจัดการ หรือบริหารเวลาได้ด้วยตนเอง ($\bar{x} = 3.81$) เกิดความภูมิใจและเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกว่าตัวเองประสบความสำเร็จในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง สามารถเป็นแบบอย่างหรือแรงบันดาลใจแก่ผู้อื่น ($\bar{x} = 3.80$) ต้องการได้รับการยอมรับหรือยกย่องจากผู้อื่นว่ามีความกล้า สามารถเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ และเกิดชื่อเสียงตามมาด้วย ($\bar{x} = 3.43$)

แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย พบว่ามีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีแรงจูงใจระดับมากที่สุดในการ

การไม่มีอุปสรรคด้านภาษา เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการให้ข้อมูลหรือแสดงเส้นทางเป็นสัญลักษณ์หรือรูปภาพหรือหลายภาษา รวมถึงมีบุคคลที่สื่อสารได้หลายภาษาคอยบริการให้ความช่วยเหลือ ($\bar{x} = 4.42$) และมีแรงจูงใจระดับมากในการมีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตที่แตกต่าง และวัฒนธรรมที่แปลกใหม่จากแหล่งที่อยู่ปกติ ตลอดจนสินค้าพื้นเมือง เช่น การแต่งกาย อาหาร เป็นต้น ($\bar{x} = 4.19$) สถานที่สำคัญด้านวัฒนธรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.96$) มีแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่อยู่ในกระแสความนิยมและมีชื่อเสียง ($\bar{x} = 3.81$) มีการจัดงานเทศกาลพิเศษด้านวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญที่น่าสนใจ ($\bar{x} = 3.75$)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นหรือข้อเสนออื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ควรเลือกเที่ยวบินที่เดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางที่เป็นเวลาระหว่างวันและใช้ช่วงเวลาระหว่างวันในการท่องเที่ยวคนเดียวจะมีความปลอดภัย มากที่สุด มีจำนวน 5 คน รองลงมาคือ การค้นหาข้อมูลหรือเลือกที่พักที่เหมาะสมและปลอดภัยได้จากการอ่านข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอื่น ๆ การอ่านจาก review มีจำนวน 3 คน ควรบอกกล่าวข้อมูลตลอดการเดินทางให้ครอบครัวทราบเพื่อง่ายต่อการติดตาม มีจำนวน 2 คน ต้องมีการวางแผนการเดินทางที่ดี จัดสรรเรื่องเงินให้เพียงพอ มีจำนวน 2 คน ต้องระมัดระวังเรื่องทรัพย์สินสูญหาย ควรมีที่เก็บที่มั่นใจว่าปลอดภัย มีจำนวน 1 คน และต้องเตรียมร่างกายให้พร้อมควรทำประกันภัยการเดินทางไว้ มีจำนวน 1 คน

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ผู้หญิงชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันจะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังที่แตกต่างกัน

ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจ ด้านบุคคล ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจใน

การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีแรงจูงใจ ด้านบุคคล ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแรงจูงใจ ด้านบุคคล ด้านกายภาพ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจ ด้านบุคคล ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย อภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้หญิงชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย ส่วนใหญ่มีอายุ 35-39 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้างเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยหรือสนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ส่วนใหญ่เลือกทวีปเอเชียเป็นจุดหมายปลายทาง เคยเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังจำนวน

1-2 ครั้ง ระยะเวลาเฉลี่ยครั้งละ 2-4 วัน เหตุผลที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังเพราะรู้สึกถึงความอิสระ ยืดหยุ่นได้ โดยส่วนใหญ่เลือกประเภทหรือกิจกรรมหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รองลงมาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้ มีการสืบค้นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต และครอบครัวคนใกล้ชิด สอดคล้องกับภัทรพงศ์ ชาร์เมืองกุล (2557) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศโดยไม่เลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาท ปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเนื่องจากการมีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน เป็นตัวช่วยในการสร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น และธนิศา แสงพรพรค (2559) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้หญิงโสดวัยทำงานที่เดินทางท่องเที่ยว พบว่ามีพฤติกรรมในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นประจำ และชอบการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้หญิงชาวไทย

จากการทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย แรงจูงใจด้านบุคคล แรงจูงใจด้านกายภาพ แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึก แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง รวมถึงแรงจูงใจด้านวัฒนธรรม (Swarbrooke and Horner, 2007) มาวิเคราะห์แรงจูงใจของผู้หญิงชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าแรงจูงใจด้านกายภาพ มีเกณฑ์ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และแรงจูงใจที่มีเกณฑ์ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึก แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง แรงจูงใจด้านบุคคล ตามลำดับ โดยอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

แรงจูงใจด้านกายภาพในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย มีแรงจูงใจด้านกายภาพในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอยู่ในระดับมากที่สุด และมีแรงจูงใจรายชื่ออยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยค้นหาข้อมูลติดต่อสื่อสารระหว่างการเดินทางได้รวดเร็ว ความต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรการหรือระบบรักษาความปลอดภัยสูง มีระบบการเดินทางขนส่งเชื่อมต่อถึงกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนใช้งานได้ สุขอนามัยที่ดี แหล่งท่องเที่ยวสะอาด สามารถเลือกกิจกรรมที่ตนเองต้องการได้หลากหลายโดยไม่ต้องกังวลถึงคนอื่น กระบวนการผ่านเข้าเมืองที่สะดวกลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก และระบบการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยจะเป็นสิ่งจูงใจ และกระตุ้นให้เลือกเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยว

ตามลำพังจะมีความต้องการความปลอดภัยทั้งร่างกายและทรัพย์สิน ในขณะที่เดียวกันแรงจูงใจทางกายภาพข้ออื่น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดของสมบัติ กาญจนกิจ (2557) อธิบายว่า แรงจูงใจเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว มีแรงกระตุ้นที่สำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้ เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การคมนาคมขนส่งสะดวกรวดเร็ว มีที่พักค้าง มีความปลอดภัย มีราคาเหมาะสมสามารถใช้บริการได้ เช่นเดียวกับชนิตว์ปียา แสงเย็นพันธุ์ (2554) และเลิศพร ภาரசกุล (2555) อธิบายถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยมีการวางแผนจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น สืบเนื่องมาจากการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ได้ มีช่องทางการหาข้อมูลช่องทางการขาย และช่องทางการชำระเงิน เพื่อสืบค้นแหล่งท่องเที่ยว ชมรีวิวความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งนี้ สุวัฒน์ จูชาภรณ์ (2544) ได้กล่าวถึงสิ่งที่เป็นแรงสนับสนุนการท่องเที่ยว ได้แก่ การมีเทคโนโลยีระบบการสื่อสารทันสมัยที่ให้บริการทั่วถึง ในการเชื่อมต่อและครอบคลุมทุกพื้นที่ ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว การกำหนดมาตรการเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ไม่ให้เกิดอันตรายกับนักท่องเที่ยวจากการก่ออาชญากรรม การประท้วง การวางระเบิด การก่อการร้าย หรือภาวะสงคราม มีการประกันภัยการเดินทาง ประกันชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการการเดินทางท่องเที่ยวให้ความร่วมมือในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้ได้รับอันตราย มีระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมต่อถึงกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางหรือขนส่งเคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้สะดวกและรวดเร็ว มีความสะดวก ปลอดภัยและตรงเวลา เชื่อมโยงโครงข่ายให้เข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำสาธารณะ สะอาดถูกสุขอนามัย มีไฟส่องสว่างตามที่สาธารณะ ที่ทิ้งขยะมูลฝอย มีสัญญาณโทรศัพท์ที่เชื่อมต่อสามารถติดต่อถึงกันได้ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเข้าเมือง เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องผ่านขั้นตอนที่ยุงยากที่ทำให้เสียเวลาในการเดินทาง เช่น ท่าอากาศยานระหว่างประเทศ สำนักตรวจคนเข้าเมือง ด่านตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร ประกอบด้วย ระเบียบพิธีการเข้าเมือง การทำวีซ่า การตรวจลงตรา ผ่านพิธีการศุลกากร การขนส่งกระเป๋าเดินทาง เป็นต้น

แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย มีแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอยู่ในระดับมาก และมีความต้องการได้ฝึกฝนและรู้จักการพึ่งพาตัวเองอยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ความต้องการที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีโอกาสพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง รู้จักเรียนรู้และหาวิธีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ได้เรียนรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่กับตนเอง เช่น สถานที่ใหม่หรือเส้นทางใหม่ ๆ หรือเรื่องราวใหม่ๆ ที่ตนเองสนใจ และต้องการสร้างให้เกิดเป็นประสบการณ์ใหม่พัฒนาศักยภาพให้กับตนเอง ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงเป็นการ

เดินทางเพียงคนเดียวที่ต้องเลือกหรือตัดสินใจด้วยตนเองในหลาย ๆ เรื่อง การที่จะพึ่งพาบุคคลแปลกหน้าอาจกระทำไม่ได้ไม่สะดวก ดังนั้น การพึ่งพาตนเองจะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาตนเองได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Swarbrooke (2007) กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปิดโลกกว้าง จะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ เพิ่มทักษะ รวมถึงการผจญภัย Buhalis (2000) กล่าวว่า สิ่งที่จะสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ คือ ความต้องการทดสอบว่าตัวเองมีความสามารถ ต้องการความแปลกใหม่ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวอาจจะต้องได้รับการพัฒนาทักษะเบื้องต้นก่อน หรือมีผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์คอยแนะนำและดูแล เช่น กระโดดร่ม ไรยตัว ปีนหน้าผา ดำน้ำ ล่องแก่ง ล่องแพ เป็นต้น หรือการท่องเที่ยว ชมนก ส่องสัตว์ รวมถึง กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว Wilson and Harris (2006) ศึกษาถึง การเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความหมายของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังโดยมีจุดมุ่งหมายในการพักผ่อน พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิด การค้นหาค้นหาตนเอง เกิดพลังขึ้นกับตนเอง เกิดการเชื่อมโยงกันระหว่างกลุ่มประชากรบนโลก ช่วย พัฒนาการรับรู้สำหรับผู้หญิง ทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น มีโอกาสได้สัมผัสกับสังคม ได้รู้จักบุคคลอื่นใน ระหว่างการเดินทาง และนำประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตต่อไปได้ เช่นเดียวกับ Konu and Laukkanen (2010) พบว่า แรงจูงใจที่เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง ได้แก่ การได้รับประสบการณ์ การเรียนรู้สิ่งใหม่ และเกิดความคิดสร้างสรรค์

แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย มีแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอยู่ในระดับมาก และการไม่มีอุปสรรคด้านภาษา เช่น สถานที่ท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลหรือแสดงเส้นทาง เป็นสัญลักษณ์หรือรูปภาพหรือหลายภาษา รวมถึงมีบุคคลที่สื่อสารได้หลายภาษาคอยบริการให้ความช่วยเหลืออยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ความต้องการที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การมีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตที่แตกต่างและวัฒนธรรมที่แปลกใหม่จากแหล่งที่อยู่ปกติ ตลอดจนสินค้าพื้นเมือง เช่น การแต่งกาย อาหาร สถานที่สำคัญด้านวัฒนธรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่อยู่ในกระแสความนิยมและมีชื่อเสียง มีการจัดงานเทศกาลพิเศษด้านวัฒนธรรม และมีประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญที่น่าสนใจ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะภาษาที่ใช้สื่อสารในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้หญิงสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ หากไม่สามารถอ่านหรือสื่อสารได้ จะทำให้เกิดความไม่สะดวก หรือไม่เข้าใจในวัฒนธรรม ประเพณี ที่สำคัญได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญเรือน พุ่มจำเนียร (2555) ที่ศึกษาถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีปัญหาด้านภาษา จะมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และภาษาไม่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง ขณะที่สมบัติ กาญจนกิจ (2557) อธิบายถึงสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการหรือสนใจเดินทางท่องเที่ยว จะประกอบด้วย กิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เช่น

วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะดนตรี อาหาร หัตถกรรม เป็นต้น Pearce et al. (1988) กล่าวถึง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจที่จะได้พักผ่อน สัมผัสสิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมที่ดี ทำกิจกรรมที่ตนเองสนใจ มีสุขภาพดี มีเพื่อนใหม่ พบปะคนท้องถิ่น ได้เรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ วัฒนธรรมท้องถิ่นหรือประเทศอื่น สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ศิลปะ ประติมากรรม หัตถกรรม ประเพณี ความเชื่อ เทศกาล ดนตรี ภาษา วรรณกรรม การแสดง ละคร ภาพยนตร์ มหรสพ วัฒนธรรมท้องถิ่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน เป็นต้น เช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน ความหมายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าด้านศิลปะและ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้ริเริ่ม ยึดถือ ปฏิบัติและสืบทอดต่อกันมา ได้แก่ วิถีชีวิต งานประเพณี การแสดงด้านศิลปะ วัฒนธรรม ภาษา ชนเผ่า การแต่งกาย สินค้าพื้นเมือง เป็นต้น

แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย มีแรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังระดับมาก และมีความต้องการความรู้สึกที่เป็นอิสระคล่องตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่ถูกจำกัดให้เดินทางท่องเที่ยวตามรายการและเวลาที่ตนเองไม่ต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่แรงจูงใจในระดับมาก ได้แก่ ต้องการความรู้สึกที่ตื่นเต้น ทำหาย ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เพื่อให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนกล้าหาญ เป็นการทดสอบตนเองเพื่อเอาชนะความรู้สึกกลัวและเหงา ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ต้องการแสดงออกให้เห็นถึงการหลีกเลี่ยงจากความจำเจ แสวงหา ความแปลกใหม่ เปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้นด้วยตนเอง ทำตามความใฝ่ฝันที่ตนเองต้องการ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญ เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว การวางแผนการเดินทางด้วยตนเองจะยืดหยุ่นได้มากกว่าการที่ถูกจำกัดตามตารางที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญเรือน พุ่มจำเนียร (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เลือกลงเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง ปัจจัยที่มีผลให้นักท่องเที่ยวประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวล่าสุด เกิดจากแรงจูงใจด้านนันทนาการ ความอิสระในการเดินทาง ต้องการเดินทางด้วยตนเอง และวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวมีรายการท่องเที่ยวไม่ตรงกับความต้องการ มีข้อจำกัด และไม่ยืดหยุ่น ดวงทอง สรประเสริฐ (2559) พบว่า ผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมีความเป็นอิสระ สามารถทำสิ่งใดก็ได้ที่ตนเองต้องการ หลีกหนีจากความจำเจทำให้ตัวเองรู้สึกเหนื่อยหน่ายจากชีวิตประจำวัน เพื่อค้นหาหรือได้พบเจอกับสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยประสบมาก่อน ทั้งนี้ Jang And Cai (2002) กล่าวว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เกิดจากแรงผลักดันให้เกิดความต้องการได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน ตื่นเต้น จากการทำกิจกรรมที่มีความหลากหลาย โดยที่ Obenour (2005) พบว่าผู้หญิงที่

เดินทางตามลำพังเกิดความกล้าที่จะปลดปล่อยตัวเองออกจากความกลัว สามารถเอาชนะความกลัว ในการเดินทางตามลำพังได้ สามารถต่อสู้กับการเผชิญหน้าหรือถูกจับตามองเกี่ยวกับเรื่องเพศ เนื่องจากเป็นผู้หญิง

แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย มีแรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียงในการ เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอยู่ในระดับมาก และมีแรงจูงใจรายช้อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ต้องการ แสดงให้เห็นว่าเพศสภาพไม่เป็นอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ต้องการส่งเสริม ภาพลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนขึ้นว่ามีความสามารถในการจัดการ หรือบริหารเวลาได้ด้วยตนเอง เกิดความภูมิใจและเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกว่าตัวเองประสบความสำเร็จในการเดินทางท่องเที่ยวตาม ลำพัง สามารถเป็นแบบอย่างหรือแรงบันดาลใจแก่ผู้อื่น ต้องการได้รับการยอมรับหรือยกย่องจากผู้อื่น ว่ามีความกล้า สามารถเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ และเกิดชื่อเสียงตามมาด้วย ผู้วิจัยมีความเห็น ว่าแรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการได้รับความชื่นชม ยกย่องว่าเก่ง และกล้าหาญ ในการ เดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิง และอาจเป็นแบบอย่างให้คนอื่นอยากทำตามได้ เป็นแรง กระตุ้นที่สำคัญที่บุคคลต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของวารุณี ต้นดวงศ์ วาณิชและคณะ (2546) กล่าวถึง พฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นได้ต้องมีแรงขับ หรือมีแรงจูงใจ มีความต้องการ เช่น การยอมรับ การยกย่อง ทั้งนี้ หากความต้องการมีไม่มากพอ บุคคลจะยังไม่ทำ ตามความต้องการนั้นทันที จนกว่าความต้องการนั้นจะมีแรงกระตุ้นมากพอที่เป็นแรงจูงใจให้บุคคล แสดงพฤติกรรมออกไป ขณะที่ รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) พบว่า แรงจูงใจ เป็นสิ่งที่ผลักดันให้เกิด พฤติกรรม เป็นแรงกระตุ้นที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยจะสนองตอบต่อสิ่งดังกล่าวเมื่อมีความ ต้องการได้รับสิ่งตอบแทน ได้แก่ ชื่นชม ยกย่อง ชื่อเสียง มีเกียรติ รางวัล ทรัพย์ เงิน ตำแหน่งหน้าที่ การงาน การยอมรับจากสังคม Swarbrooke and Horner (2007) พบว่า แรงจูงใจด้านสถานภาพ ชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งเสริมภาพลักษณ์ และมีความภูมิใจจากการเลือก เดินทางท่องเที่ยว เช่น เกิดความทันสมัย โดดเด่น ได้รับการยอมรับหรือยกย่อง

แรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบ แบบสอบถามเป็นผู้หญิงชาวไทย มีแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอยู่ในระดับ มาก และมีแรงจูงใจรายช้อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความต้องการแบ่งปันประสบการณ์การเดินทาง ท่องเที่ยวตามลำพังให้กับบุคคลอื่น และต้องการสื่อสารพูดคุยกับบุคคลที่มีความสนใจเดินทาง ท่องเที่ยวตามลำพังในลักษณะแบบเดียวกัน มีแรงจูงใจรายช้อยู่ในระดับปานกลาง คือ ความ ต้องการพบปะทำความรู้จักกับบุคคลใหม่ๆ ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ผู้วิจัยมีความเห็น ว่าแรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงนั้น เป็นแรงขับที่ทำให้ผู้หญิง

สามารถสื่อออกมาในรูปแบบของการเข้าไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์หรือลงรูปในสื่อสังคม และอาจได้สื่อสารกับผู้หญิงที่เคยหรือมีความสนใจที่จะเดินทางตามลำพังได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐธา อุ่มมานะชัย (2556) กล่าวถึง บุคคลสามารถจุดใจหรือโน้มน้าว แบ่งปันและถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจ เป็นผู้นำทางความคิด เป็นผู้ที่มีความรู้ในข้อมูลเชิงกว้างและเชิงลึก มีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ มีความรอบรู้แตกต่างจากคนอื่น ทั้งนี้ ผู้นำทางความคิดอาจเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในสังคมวงกว้าง เช่น นักแสดง บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ หรือเป็นการรวมกลุ่มของบุคคลที่มีประสบการณ์การใช้สินค้าหรือบริการประเภทเดียวกัน รวมถึงกลุ่มบุคคลที่มีความคิดเห็นบางอย่างต่อสินค้าหรือบริการ แล้วใช้พื้นที่ในสังคมออนไลน์เพื่อติชมสินค้าหรือบริการ จนทำให้มีผู้ติดตาม รู้สึกเชื่อและคล้อยตามได้ ทั้งนี้ Mayfield (2008) กล่าวถึง บุคคลที่สนใจหรือต้องการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แบ่งปันข้อมูลกัน การรวมกันหรือสร้างเป็นกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องที่คล้ายกัน ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) เป็นการสื่อสารสองทาง สามารถโต้ตอบสนทนาสื่อสารถึงกันได้ โดยที่ Bakan (1966) พบว่า พฤติกรรมของผู้หญิงจะแสดงออกมาในการกระทำและความสนใจในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ยอมรับบุคคลอื่น ชอบช่วยเหลือ เป็นมิตร และมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น Fluker and Turner (2004) พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวแบบล่องแก่งนั้น นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางท่องเที่ยวแบบนี้ ก่อนการเดินทางมาจะมีแรงจูงใจในการค้นหาประสบการณ์ใหม่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว จะมีแรงจูงใจเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ และพบปะเพื่อนใหม่ ซึ่งแตกต่างกับผู้หญิงชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ที่มีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเองไว้แล้ว และเป็นการเดินทางคนเดียว อาจไม่คุ้นเคยหรือต้องระมัดระวังการพบปะคนแปลกหน้าบ้าง จึงพบว่า มีแรงจูงใจในการพบปะทำความรู้จักคนใหม่ ๆ ในระดับปานกลาง

ผลการเปรียบเทียบระหว่างอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

จากการทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) และ (Swarbrooke and Horner, 2007) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านกายภาพ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านสถานภาพ ชื่อเสียง และด้านวัฒนธรรม โดยอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุของผู้หญิงชาวไทยที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกัน และมีแรงจูงใจรายด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านอารมณ์

ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกัน สอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) อธิบายเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีอายุมาก จะมีความคิดแบบอนุรักษ์นิยม มีความระมัดระวัง แตกต่างกับบุคคลที่มีอายุน้อยมีความคิดแบบเสรีนิยม มองโลกในแง่ดี อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2543) อธิบายว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุเป็นตัวแปรที่สำคัญ อายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2552) อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ภัทรพงศ์ ชาร์เมืองกุล (2557) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไม่เลือกใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว พบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นที่ต่างกันในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร ด้านประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ ด้านศักยภาพในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว Torkildsen (2005) อธิบายว่า ในการเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจที่มีส่วนช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นนั้น ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกกิจกรรมนันทนาการที่แตกต่างกันได้ Swarbrooke and Horner (2007) เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุของนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน การเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะมีแรงจูงใจในการเลือกสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุน้อยจะมีแรงจูงใจในการเลือกเรียนรู้สิ่งใหม่ และมีความต้องการอยากรู้ อยากเห็น

ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพของผู้หญิงชาวไทยที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกัน และมีแรงจูงใจรายด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกัน สอดคล้องกับศุภลักษณ์ อัครางกูร (2552) อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน สถานภาพโสดจะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้จำนวนครั้งมากกว่า และพักค้างแรมที่ยาวนานกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส เนื่องจากกลุ่มสถานภาพโสดไม่มีภาระครอบครัวในฐานะสามีหรือภรรยา หรือมีบุตรที่ต้องดูแล จึงตัดสินใจได้ตามลำพังและมีโอกาสเดินทางตามลำพังได้ ในขณะที่กลุ่มสถานภาพสมรสจะมีการเดินทางในลักษณะครอบครัว และเดินทางจำนวนครั้งน้อยกว่ากลุ่มสถานภาพโสด Seccombe (1994) พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรส มีความแตกต่างกับสถานภาพโสด ในการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม สถานภาพโสดจะแสดงออกด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมากกว่า ทั้งในเรื่องการแยกตัวเองอยู่ตามลำพังและมีความกระตือรือร้นมาก Swarbrooke and

Horner (2007) เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน การเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด หย่าร้างหรือหม้าย จะมีแรงจูงใจจากการตัดสินใจได้รวดเร็ว มีความสะดวก สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่าและง่ายกว่าสถานภาพสมรส

ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของผู้หญิงชาวไทยที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกัน และมีแรงจูงใจรายด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านกายภาพ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) อธิบายเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูง จะเป็นผู้บริโภคที่มีความเข้าใจและรับสารที่น่าเชื่อถือ ต้องมีหลักฐานและเหตุผลรองรับ ไม่หลงเชื่อง่าย ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2552) อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน กลุ่มที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าจะมีโอกาสประกอบอาชีพและมีรายได้มากกว่า และมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้จำนวนครั้งมากกว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า Swarbrooke and Horner (2007) เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน การเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูง จะมีแรงจูงใจและมีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาน้อย

ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของผู้หญิงชาวไทยที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกัน และมีแรงจูงใจรายด้าน ได้แก่ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกัน สอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) อธิบายเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน มีปฏิกริยาของผู้ส่งสารและผู้รับสารที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมาย และประสบการณ์ ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2552) อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน กลุ่มที่มีอาชีพหน้าที่การงานในระดับสูง จะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้จำนวนครั้งมากกว่า กลุ่มที่มีอาชีพอื่น ในขณะที่ขวัญเรือน พุ่มจำเนียร (2555) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ ไม่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้หญิงชาวไทยที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกัน และมีแรงจูงใจรายด้าน ได้แก่

ด้านบุคคล ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านสถานภาพ ชื่อเสียง แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) อธิบายเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน มีปฏิกริยาของผู้ส่งสารและผู้รับสารที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมาย และประสบการณ์ ที่แตกต่างกัน อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) อธิบายว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นตัวแปรที่สำคัญ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง จะมีอำนาจซื้อและการเลือกใช้บริการสูง สมบัติ กาญจนกิจ (2557) อธิบายว่าการที่นักท่องเที่ยวจะวางแผนเดินทางท่องเที่ยวได้ จะต้องมีความส่งเสริม สนับสนุนให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ คือ ต้องมีเวลาว่าง และรายได้ เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในรูปของตัวเงิน จึงจำเป็นที่นักท่องเที่ยวควรมีรายได้เพื่อใช้สำหรับการเดินทาง ซึ่งเป็นรายได้ที่เหลือหลังจากหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินชีวิตประจำวันหรือเพื่อการดำรงชีวิตตามปกติ ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2552) อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง จะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้จำนวนครั้งมากกว่า และเดินทางไกลได้มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า เนื่องจากมีทุนทรัพย์และมีอำนาจซื้อมากกว่า Swarbrooke and Horner (2007) เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน การเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง จะมีแรงจูงใจในการตอบสนองความต้องการ ความท้าทาย ความตื่นเต้น ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. จากการวิจัยพบว่าผู้หญิงชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างการเดินทางได้รวดเร็วจากอินเทอร์เน็ต (Internet) ทังเว็บไซต์ (Website) สื่อสังคม (Social Media) ทำให้เห็นว่าความสนใจในการใช้สื่อออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด และมีการพัฒนาในหลายรูปแบบเพื่อแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันหรือเลือกซื้อบริการการเดินทางท่องเที่ยวได้ การเพิ่มเว็บไซต์ (Website) หรือมี Blog ท่องเที่ยวของหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามลำพัง เน้นเรื่องวิธีการวางแผนเดินทาง การเตรียมตัว การป้องกันภัย การลงรูปสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รูปภาพการเดินทางของ

ผู้หญิงที่ท่องเที่ยวคนเดียว เป็นต้น จะช่วยดึงดูดให้ผู้หญิงหันมาให้ความสนใจมากขึ้น และได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากขึ้น สามารถหาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมและอยากทำตามแบบผู้หญิงที่เคยเดินทางตามลำพัง

2. จากการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม พบว่ายังมีผู้หญิงชาวไทยอีกเป็นจำนวนมากที่สนใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เพื่อเป็นการรองรับการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับประเทศ หรือระหว่างประเทศได้ มีความเห็นว่าเป็นหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อม มีการเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัย ระบบการเดินทางขนส่งเชื่อมต่อถึงกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนใช้งานได้สุขอนามัยที่ดี แหล่งท่องเที่ยวสะอาด มีกระบวนการผ่านเข้าเมืองที่สะดวกลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก และมีระบบการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว

3. การแจ้งบอกกล่าวให้ครอบครัวได้ทราบถึงข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว เช่น จุดหมายปลายทาง สถานที่พักค้าง จำนวนวันเวลาที่ผู้หญิงมีการเดินทางคนเดียวเป็นเรื่องจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถติดตามได้ หากเกิดเหตุฉุกเฉิน ถึงแม้ว่าผู้หญิงจะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังคนเดียวก็ตาม แต่ก็ควรให้ความสำคัญกับครอบครัวด้วย

4. ผู้หญิงที่เดินทางคนเดียวควรมีการทำประกันภัยการเดินทาง เช่น ประกันอุบัติเหตุ ประกันสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันพบว่าการเสนอขายประกันสุขภาพสำหรับผู้หญิง แต่เป็นการเน้นการคุ้มครองโรคที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่เดียวกันผู้หญิงที่เดินทางคนเดียวก็ควรเตรียมร่างกายให้พร้อมเพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพด้วย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานของรัฐควรเน้นมาตรการการดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งต่อร่างกายและทรัพย์สิน ให้มีความเข้มงวด จัดมาตรฐานการให้บริการต่าง ๆ ให้ชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เกิดความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสนุกสนาน เพลิดเพลิน ลดความวิตกกังวลจากภัยอันตรายที่อาจเกิดขึ้น

2. ควรสนับสนุน ประชาสัมพันธ์ การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของรัฐ ซึ่งปัจจุบันพบว่าการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดใจโดยเน้นเฉพาะกลุ่มผู้หญิงที่มีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวเท่านั้น โดยไม่เน้นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

3. ควรส่งเสริมให้มีความร่วมมือกับกลุ่มบัตรเครดิต สายการบิน ที่พัก ร้านอาหาร แอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการการท่องเที่ยว ให้ราคาพิเศษหรือสิทธิพิเศษสำหรับผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เพื่อดึงดูดใจให้ใช้บริการมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวผู้หญิงชาวไทยที่ท่องเที่ยวตามลำพังภายในประเทศไทย เพื่อทราบแรงจูงใจและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ
2. ควรศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวผู้หญิงชาวต่างประเทศที่ท่องเที่ยวตามลำพังมายังประเทศไทย เพื่อทราบแรงจูงใจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปพัฒนาด้านบริการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้
3. ควรศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมายังประเทศไทย เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจและความคาดหวัง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปปรับปรุงให้สอดคล้องกับความรู้สึกรักพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้และเกิดการเพิ่มจำนวนการเยี่ยมชมเยือนมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **มาตรการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว**. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: https://www.secretary.mots.go.th>ewt>article_20171128144640.pdf.
[28 มีนาคม 2562]
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). **สถิติการสำรวจครัวเรือนที่มีสมาชิกอยู่คนเดียว**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.service.nso.go.th>files> [มกราคม 2561]
- กระทรวงมหาดไทย.(2560). **สถิติประชากรและบ้าน**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php. [29 กันยายน 2561]
- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: วังอักษร.
- กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์. (2560). **ภาพรวมสถานการณ์และแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวโลกอาเซียนและไทย**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.citu.tu.ac.th>public>upload>pdf>. [20 มิถุนายน 2561]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). **ประเภทแหล่งท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.thailandtourismcouncil.org>TCT_new_file_th_2012-07-28_10-58-55.pdf. [24 พฤษภาคม 2561]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). **แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในปี 2014** [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <https://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2014/menu-2014-Oct-dec/619-42557-trend-2014>. [24 พฤษภาคม 2561]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). **TAT review 2(4) October-December 2559** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.etatjournal.files.wordpress.com/2016/10/tat420161.pdf>. [29 มิถุนายน 2561]
- ชนิษฐา วิเศษสาธิต และ มุกดา ศรียงค์. (2537). **จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ขวัญเรือน พุ่มจำเนียร. (2555). **ปัจจัยที่มีผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพฯปรินณฑลเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ขวัญหทัย ยิ้มละม้าย. (2556). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์ทางการศึกษา**. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- จันทร์ ชุ่มเมืองปัก. (2546). **แรงจูงใจและการจูงใจสร้างปฎิหาริย์**. กรุงเทพมหานคร: ดอกหญ้า.
- จิราพร พูลสวัสดิ์. (2550). **การนำเสนอภาพสตรีไทยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรสตรีในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุไรรัตน์ จันทร์ธำรง. (2538). **แนวคิดการพัฒนาสตรี**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). **การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2554). **การท่องเที่ยวมิติแห่งศาสตร์บูรณาการ**. **วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร** 7(1): 1-4.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2556). **แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทิชา วรรณถนอม. (2552). **การวางแผนและการจัดนำเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- ชนิตวีปียา แสงเย็นพันธุ์. (2554). **ผลของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐฐา อู่ยามานะชัย. (2556). **ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์กับพลังการบอกต่อ**. **วารสารนักบริหาร** 3: 47-51.
- ดวงทอง สรประเสริฐ. (2559). **กระบวนการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โตมร ศุขปรีชา. (2558). **เรื่องมหัศจรรย์ของผู้หญิง**. **จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย** 3(กรกฎาคม - กันยายน).
- เทพพนม เมืองแมน. (2540). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช,
- ธนิศา แสงพรรค. (2559). **แรงจูงใจการแสวงหาข้อมูลและการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้บริโภคหญิงโสดวัยทำงาน**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงเยาว์ เนาวรัตน์. (2556). **การศึกษาพฤติกรรมธรรมเบื้องต้น**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นพรัตน์ วงศ์กลุตุต. (2531). **โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นรินทร์สิริ เชียงพันธ์ และ รัศมีพงศ์ วงศาโรจน์. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร**. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ** 13(2): 105-123.

- นวพร บุญประสม. (2559). มิติใหม่แห่งการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้หญิงโสด. **วารสาร เซาร์อีสท์บางกอก** 2: 124-132.
- นันทา พันธุ์เจริญ (2538). **ความคาดหวังและความพึงพอใจในการทำงานของนักข่าวสตรีใน องค์การหนังสือพิมพ์รายวัน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิภา แก้วศรีงาม. (2532). **จิตวิทยาองค์การ พฤติกรรมมนุษย์**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิตา ชัชกุล. (2557). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2552). **ความหมายของนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: เพรสแอนด์ดีไซท์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: เพรสแอนด์ดีไซท์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2556). **ประเภทของนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: เพรสแอนด์ดีไซท์.
- บุรินทร์ เกล็ดมณี. (2553). **บทบาทของการตลาดออนไลน์ การจัดการการตลาดธุรกิจโรงแรม**. กรุงเทพมหานคร: สมาคมโรงแรมไทย.
- ปราโมชน์ รอดจำรัส. (2549). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา. (2542). **จิตวิทยาการศึกษาพฤติกรรมกลุ่ม**. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- พรจิต สมบัติพานิช. (2553). **ยุทธวิธีการวางแผนสื่อโฆษณา**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรณรัตน์ จิระวัฒนาศักดิ์. (2550). **พฤติกรรมการใช้วิดีโอคลิป์มือถือและผลกระทบต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครในเรื่องเพศและความรุนแรง**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรวิไล เลิศวิชา. (2544). **แนวทางการพัฒนามัลติมีเดียเพื่อการศึกษา**. **วารสารไอทีปริทัศน์** 3 (มีนาคม) : 12.
- พวงเพชร วัชรอยู่. (2537). **แรงจูงใจกับการหางาน**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- พิศมัย จัตูรัตน์. (2546). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เพ็ชรี รูปะวิเชตร์. (2554). **การจัดการข้ามวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร: ดวงกลมพ์บลิชซิ่ง.
- ภัทรพงศ์ ชาร์เมื่องกุล. (2557). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไม่เลือกใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ภัทริน วิสูตรานุกุล. (2542). **บทบาททางเศรษฐกิจของผู้หญิงกับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม: ศึกษากรณีของหมู่บ้านซับพริกจังหวัดสระบุรี**. วิทยานิพนธ์มานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). **การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น
- ยุทธ ไกยวรรณ และ กุสุมา ผลพรม. (2553). **พื้นฐานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี.
- รวีวรรณ โปยรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- รัตนาภรณ์ มหาศรานนท์. (2546). **การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- เลิศพร ภาரசกุล. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรางคณา รัตนประสิทธิ์. (2550). **การรับรู้ภาพลักษณ์และการนำเสนอตนเองในด้านหน้าที่การงานของผู้หญิงโสด**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์. (2553). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- วันทนี วาสิกะสิน. (2543). **สังคมสงเคราะห์แนวสตรีนิยม ทฤษฎีการปฏิบัติงาน**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วารุณี ตันติวังศ์วานิช และคณะ. (2546). **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วารุณี ภูริสินสิทธิ์. (2545). **ขบวนการและแนวคิดทางสังคมแห่งศตวรรษที่ 20**. กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดพิมพ์คปไฟ.
- ศรินทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). **แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดน่าน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศุภมณฑา สุภานนท์. (2557). **การสื่อสาร อัตลักษณ์ และประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2552). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2557). **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2561). **SME ท่องเที่ยวต้องปรับสู่ดิจิทัล**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [https:// www.depa.or.th/en/article/sme-ท่องเที่ยวต้องปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล](https://www.depa.or.th/en/article/sme-ท่องเที่ยวต้องปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล). [มกราคม 2561]

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). **โครงการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน**.
[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.nso.go.th/site/2014/pages/สำรวจ/ด้านสังคม/รายได้/รายจ่ายครัวเรือน/ภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน.aspx> [มกราคม 2461]
- สิทธิ ชีรสรณ์. (2552). **เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ นิภานันท์. (2553). **พฤติกรรมองค์การ**. กรุงเทพมหานคร: สุภาการพิมพ์.
- สุชีลา ตันชัยนันท์. (2540). **ผู้หญิงในทัศนะจิตวิทยาสังคมและแนวคิดสตรีศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุธีรา ทอมสัน และเมทินี พงษ์เวช. (2539). **สิทธิสตรีไทยในรัฐธรรมนูญ**. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมสถานภาพสตรี.
- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2552). **พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ แนวคิด และทฤษฎี**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรางค์ โค้วตระกูล. (2553). **จิตวิทยาการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรรัตน์ เตชาทิวรรณ. (2545). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุวัฒน์ จุฑากรณ์. (2557). **ชุดความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อริยา คูหา. (2545). **แรงจูงใจและอารมณ์**. ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อารี พันธุ์มณี. (2546). **จิตวิทยาสร้างสรรค์การเรียนการสอน**. กรุงเทพมหานคร: ไยใหม่.

ภาษาอังกฤษ

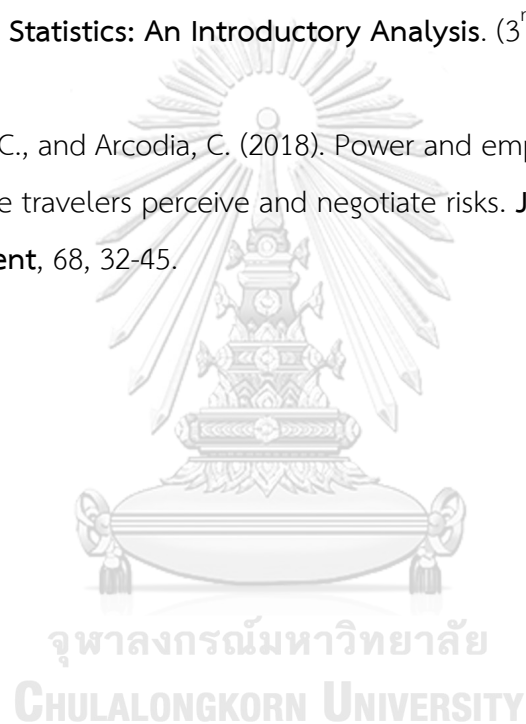
- Azizan, M., Chin, T. L., and Razak, A. A. (2012). What Women Want: Hotel Characteristics Preferences of Women Travelers. **Strategies for tourism Industry Micro and Macro Perspectives**, 143-163.
- Bakan, D. (1966). **The duality of human existence**. Chicago: Rand McNally.
- Beard, J.G., and Ragheb, M.G. (1983). Measuring Leisure Motivation. **Journal of Leisure Research**, 15, 219-228.

- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. **Tourism Management**, 21, 97-116.
- Chen, C.F. & Wu, C.C. (2008). **How motivations: Constraints and demographic factors predict seniors' overseas travel propensity**. Nan Hua: Nan Hua University.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. **Social Research**, 39(1), 164-182.
- Cohen, E. (1979). Rethinking the Sociology of Tourism. **Annals of Tourism Research**, 6(1), 18-35.
- Crompton, J.L. and McKay, S.L. (1997). Motive of Visitors Attending Festival Events. **Annals of Tourism Research**, 24(2), 425-439.
- Deci, E.L. and Ryan, R.M. (1980). **The Empirical Exploration of Intrinsic Motivational Process**. Australian Catholic University, Strathfield: Australia.
- Ellsworth, M.V. (1995). **Marketing on Internet: Multimedii: Strategies for the World Wide Web**. New York: John Wiley & Son.
- Fluker, M.R., and Turner, L.W. (2000). Needs, Motivations, and Expectations of a Commercial Whitewater Rafting Experience. **Journal of travel research**, 38(4), 380-389.
- Fridgen, J.D. (1996). **Dimensions of Tourism**. Educational Institute of the American Hotel and Motel Association, East Lansing.
- Gibson, H., Jordan, F., and Shirley V. (1998). **The Experiences of Solo Women Travelers**. Paper presented at the fifth World Congress of the World Leisure and Recreation Association. Sao Paulo: Brazil Press.
- Goeldner, C.R., and Ritchie, J.B. (2003). **Tourism: Principles Practices Philosophies** (9th ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Gumaste, R., and Borkar, S. (2013). To study the facilities and amenities offered for a single lady traveler in the five star and midscale hotel in Mumbai and Pune. **Tactful Management research journal**, 1-5.
- Henderson, K. A., Bialeschki, M.D., Shaw, S.M., and Freysinger, V.J. (1989). **A Leisure of one's own: A feminist perspective on women's leisure**. Toronto: Venture Publishing Inc.

- Jang, S., And Cai, L. (2002). Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. **Travel and Tourism Marketing**, 13(3), 111-133.
- Kolesnik, W.B. (1978). **Motivation: Understanding and Influencing Human Behavior**. Boston MA: Allyn and Bacon.
- Konu, H., and Laukkanen, T. (2010). Predictors of Tourists' Wellbeing Holiday Intentions in Finland. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 17(1), 144-149.
- Loudon, D.L., and Bitta, A.L. (1988). **Consumer Behavior: Concept and Applications**. New York: McGraw-Hill Book.
- Mak, A.H.N., Wong, K.K.F., and Chang, R.C.Y. (2009). Health or Self-indulgence? The motivations and characteristics of spa-goers. **International Journal of tourism Research**, 11(2), 72.
- Maslow, A.H. (1977). **Motivation and Personality**. New York: Harper and Row.
- Matsangou, E. (2018). **The Rising Popularity of Solo Travel**. (Online). Retrieved September 29,2018, from Business Destination Website: <https://www.businessdestinations.com/featured/the-rising-popularity-of-solo-travel-and-the-women-benefitting-from-the-trend/>
- Mayfield, A. (2008). **What is Social Media**. London: I-crossing.
- McArthur, M. (1999). **Out of place: Gender identity and the experiences of solo women travelers**, Peterborough: Trent University.
- McArthur, S. (1989). **Working Hard to Be a Solo Man: An Investigation of the Facets and Ramifications of Group Size, as it Relates to Adventure Tourism in Whitewater Rafting**. Northern Rivers, Lismore: University of New England.
- McCelland, D.C. (1987). **Human Motivation**. New York: Cambridge University Press.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., and Ritchie, J.B. (1995). **Pleasure Travel Motivation**. In **Tourism Principles, Practice, Philosophies**, (7th Ed.), 167-190.
- Myers, D., Abell, J., Kolstad, A., and Sanj, F. (2010). **Social psychology**. New York: McGraw Hill.

- Myers, L.M. (2010). **Women's Independent Travel Experiences in New Zealand: Solo Women Travelers**. Doctoral Dissertation, Sunderland: University of Sunderland.
- Navare, P., and Zagadge, S. (2015). Single lady traveler – A new concept with respect to Pune city. **Abhinav International Monthly Refereed Journal of Research in Management and Technology**, (4), 1-6.
- Obenour, W. L. (2005). The Journeys of Independence for Female Backpackers. **Tourism Review International**, 9(2), 213-227.
- Pearce, D. G. (1992). **Tourist Organizations**. Harlow: Longman.
- Pearce, D.G. (1988). **Tourism Today: A Geographical Analysis**. Essex: Longman.
- Perreault, W. B., Darden, D.K., and Darden, W.R. (1977) A Psychological Classification of Vacation Lifestyles, **Journal of Leisure Research**, 9, 208-224.
- Petri, H.L. (1991). **Motivation: Theory research and applications**. Belmont: Wadsworth Publishing.
- Plog, S. (1977) "Why destination areas rise and fall in popularity," in Kelly, E. (Ed), **Domestic and International Tourism**, Institute of Certified. Travel Agents, Wellsbury, MA.
- Sayre, S., and King, C. (2003). **Entertainment and Society**. Thousand Oaks: California Sage Publications.
- Schiffman, L.G., and Kanuk, L.L. (1994). **Consumer Behavior**, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Seccombe, K., and Ishiikuntz, M. (1994). Gender and social relationships among the never-married: *Sex Roles.*, 30(7-8), 585-603.
- Smith, V. L. (1977). **Hosts and guests: The anthropology of tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Solomon, M.R. (1996). **Consumer Behavior**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice.
- Spence, J.T., and Helmreich, R.L. (1979). **Masculinity and Femininity: Their Psychological Dimensions, Correlates, and Antecedents**. Austin: University of Texas.
- Swarbrooke, J., and Horner, S. (2007). **Consumer Behavior in Tourism** (2nd Ed.). Oxford: Butterworth Heinemann.

- Tawil, R.F., and Altamimi, A.M. (2013). Understanding Chinese Tourists' Travel Motivations: Investigating the Perceptions of Jordan Held by Chinese Tourists. **International Journal of Business and Social Science**, 4(17), 164.
- Torkildsen, G. (2005). **Leisure and Recreation Management**, London: Routledge.
- Urry, J. (2002). **The Tourist Gaze** (2nd Ed.). London: Sage.
- Wilson, E., and Harris, C. (2007). Meaningful travel: women independent travel and the search for self and meaning, **Tourism**, 54(2), 161-172.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd Ed.). New York.: Harper and Row.
- Yang, E.L., Khoo L.C., and Arcodia, C. (2018). Power and empowerment: How Asian solo female travelers perceive and negotiate risks. **Journal of Tourism Management**, 68, 32-45.



ภาคผนวก



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย
อาจารย์ประจำแขนงวิชาการจัดการการศึกษา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล
อาจารย์ประจำแขนงวิชาการจัดการการศึกษา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. อาจารย์ ดร. รุจน์ เลาทักดี
อาจารย์ประจำแขนงวิชาการส่งเสริมสุขภาพ
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. รองศาสตราจารย์ มันทน์ ยมจินดา
อาจารย์เกษียณอายุราชการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. อาจารย์ ดร. กิ่งกนก เสาวภาวงศ์
อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา กลุ่มภารกิจวิชาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ว.๑๒๔๖

วันที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๓. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวอรุณญา เกரியโกรโชค นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย” (THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภคโยธุมธ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณี คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์พิบูลย์)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยงานจัดการศึกษา กลุ่มภารกิจวิชาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐
 ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ว.๑๒๔๖ วันที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๑
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย ฉัตรบุญญกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวอรุณญา เกียรติไกรโชค นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย" (THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภโคยอุดม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณี คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์พิบูลย์)
 ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา กลุ่มภารกิจวิชาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ว.๑๒๔๖

วันที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.รุจน์ เลหาภักดิ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวอรุณญา เกรียงไกรโชค นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย" (THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โกลิยอุคม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์พิบูลย์)
ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๑๒๕๓



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ เขตปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๓ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์มนตรี ยมจินดา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวอรุณญา เกียรติไกรโชค นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย” (THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ ภาณุอุทม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกาครั้งนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ขอเรียนขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์พิบูลย์)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา กลุ่มภารกิจวิชาการ
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๑๒๕๓



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ เขตปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๓ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.กิงกนก เสาวภาวงศ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวอรุณญา เกียรติไกรโชค นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย” (THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภคิยอุตม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์ทิบูลย์)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา กลุ่มภารกิจวิชาการ
โทร. ๐-๒๒๑๘-๓๐๕๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๕๐

ภาคผนวก ข

เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



คณะวิทยาศาสตร์ศึกษา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เลขที่หนังสือรับ 001894
วันที่ 18 ก.พ. 62 เวลา 16.27

บันทึกข้อความ

ส่วนงาน คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 โทร.0-2218-3202
 ที่ จว ๑๗/2562 (อ) วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2562
 เรื่อง แจ้งผลผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณา

ตามที่นิสิต/บุคลากรในสังกัดของท่านได้เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นั้น ในการนี้ กรรมการผู้ทบทวนหลักได้เห็นสมควรให้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยได้ ดังนี้

โครงการวิจัยที่ 299.1/61 เรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย (THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES) ของ นางสาวอริญญา เกரியงไกรโชค โดยมีข้อสังเกต คือ ควรระบุความเชี่ยวชาญของผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจเครื่องมือให้ครบทุกท่าน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

พิมพ์ วัฒนภักดี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรี ชัยชนะวงศาโรจน์)

กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน
 กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรียน คณบดี คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา (อ.ดร.จิ๋วชัย)

เพื่อโปรด

- ทราบ และดำเนินการต่อไป
 พิจารณา
 ลงนาม
 อนุมัติ

ลงชื่อ *[Signature]*
 18 ก.พ. 2562

กิติเม กณนสี

บัณฑิตกิตติ กท.กท.ที่ศูนย์รพ.โท

อ.ที่ปรึกษาทางคณะสัตวแพทย์

ทศพร

20 ก.พ. 62

ดำเนินการต่อ

[Signature]

20/2/62



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสถาบัน ชุตที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
254 อาคารจามจุรี 1 ชั้น 2 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์/โทรสาร: 0-2218-3202 E-mail: eccu@chula.ac.th

AF 01-12

COA No. 042/2562

ใบรับรองโครงการวิจัย

โครงการวิจัยที่ 299.1/61 : แรงแจ้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย
ผู้วิจัยหลัก : นางสาวอรุณญา เกียรติกร โสภ
หน่วยงาน : คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสถาบัน ชุตที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ได้พิจารณา โดยใช้หลัก ของ The International Conference on Harmonization – Good Clinical Practice
(ICH-GCP) อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวได้

ลงนาม.....
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ปริดา ทักสินประคิมฐ)
ประธาน

ลงนาม.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนิ่นทรี ชัยชนะวงศาโรจน์)
กรรมการและเลขานุการ

วันที่รับรอง : 8 กุมภาพันธ์ 2562

วันหมดอายุ : 7 กุมภาพันธ์ 2563

เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

- 1) โครงการวิจัย
- 2) ข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
- 3) ผู้วิจัย
- 4) แบบสอบถาม



เลขที่โครงการวิจัย 299.1/61
วันที่รับรอง - 8 ก.พ. 2562
วันหมดอายุ - 7 ก.พ. 2563

เงื่อนไข

1. จัดทำรับทราบว่าเป็นการคิดจริยธรรม หากดำเนินการยื่นข้อมูลการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย
2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องยุติ เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 1 เดือน พร้อมส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ใน โครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
4. ใช้เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น
5. หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลที่ขออนุมัติจากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณาใบรับรองก่อนดำเนินการ
7. โครงการวิจัยไม่เกิน 1 ปี ส่งมอบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย (AF 03-12) และบทคัดย่อผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น สำหรับโครงการวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ให้ส่งบทคัดย่อผลการวิจัย ภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

ข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรในการวิจัย

โครงการวิจัย (โครงร่างวิทยานิพนธ์)

ชื่อเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย
 ชื่อผู้วิจัย นางสาวอรุณญา เกียรติไกรโชค นิสิตบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท
 สถานที่ติดต่อผู้วิจัย 62 ซอยพัฒนาการ 39 ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร
 โทรศัพท์มือถือ 0804436668 E-mail : arunyapedcu@gmail.com

1. ก่อนที่กลุ่มประชากรจะตัดสินใจเข้าร่วมในการวิจัย ผู้วิจัยจะแจ้งให้ทราบและเพื่อให้เข้าใจว่างานวิจัยนี้ทำขึ้นโดยเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวผู้หญิงชาวไทยที่ท่องเที่ยวตามลำพังและเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยตามตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผู้วิจัยได้รับอนุญาตจาก บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) ให้เข้ามาเก็บข้อมูลแล้ว โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มประชากรใช้เวลาในการอ่านข้อมูลอย่างละเอียดรอบคอบและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่ขัดแย้งได้ตลอดเวลา

2. ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบสำรวจ ประเภทการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำเป็นแบบสอบถาม เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวผู้หญิงชาวไทยที่ท่องเที่ยวตามลำพังและเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยตามตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

3. รายละเอียดของกลุ่มประชากรในการวิจัย

ลักษณะของกลุ่มประชากรในการวิจัย จะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์คุณสมบัติผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น กล่าวคือ เป็นผู้หญิงสัญชาติไทยมีอายุ 20 ปีขึ้นไป เคยหรือมีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปยังประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย มีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเองโดยไม่ใช้บริการนำเที่ยวของบริษัททัวร์หรือบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการเดินทาง แต่รวมถึงการเดินทางไปธุรกิจและเดินทางท่องเที่ยวระหว่างทำธุรกิจ (Business Tourism / MICE Tourism) ไม่รวมการเดินทางไปศึกษาต่อ สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้ มีความสมัครใจในการเข้าร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มจากนักท่องเที่ยวผู้หญิงชาวไทย ในบริเวณพื้นที่ให้บริการนั่งพักภายในอาคารผู้โดยสารออกระหว่างประเทศ ทำอากาศยานตอนเมืองและทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ที่มีความสมัครใจและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เลขที่โครงการวิจัย ๒๑๔.๑/๖๑
 วันที่รับรอง - 8 ก.พ. 2562
 รัชมงคลอายุ - 7 ก.พ. 2563



4. กระบวนการในการวิจัย

- ผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอให้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย มีจำนวนทั้งหมด 40 ข้อ ใช้เวลาตอบประมาณ 5 นาที
- ตั้งแต่ปลายเดือนมกราคม พ.ศ.2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เป็นเวลา 4 สัปดาห์ เก็บในระหว่างวันจันทร์-ศุกร์วันละ 10 ชุด และเสาร์-อาทิตย์ วันละ 25 ชุด

5. กระบวนการให้ข้อมูลแก่กลุ่มประชากรในการวิจัย

ผู้วิจัยจะอธิบายรูปแบบการตอบแบบสอบถามและการเก็บข้อมูล ที่มาและวัตถุประสงค์ รวมถึงรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย โดยชี้แจงให้ผู้เข้าร่วมการวิจัยทราบรายละเอียดโดยตลอดจนเข้าใจเป็นอย่างดีแล้ว

6. การเข้าร่วมในการวิจัยของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นไปโดยสมัครใจ และสามารถปฏิเสธที่จะเข้าร่วมหรือถอนตัวจากการวิจัยได้ทุกขณะ โดยไม่ต้องให้เหตุผลและไม่สูญเสียประโยชน์ที่พึงได้รับ

7. การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลโดยไม่ระบุชื่อผู้ตอบ ไม่ขอข้อมูลอื่น ๆ ที่สามารถสืบค้นกลับไปยังผู้ตอบแบบสอบถามได้ และเป็นการตอบเพียงครั้งเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามจึงไม่จำเป็นต้องลงนามแสดงความยินยอมเข้าร่วมงานวิจัยนี้ ซึ่งผู้วิจัยสามารถขอขงเว้นไปโดยยินยอมได้ เนื่องจากการเข้าร่วมการวิจัยนี้มีอันตรายหรือความเสี่ยงน้อยมาก อาจจะรบกวนเวลาส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มาก และข้อมูลที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามนี้จะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการ ส่วนรวมและส่วนบุคคล ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและการบริการอาจได้ข้อมูลแรงจูงใจดังกล่าวไปประยุกต์และนำเสนอการบริการเสริมที่สอดคล้องกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ โดยปรับหรือประยุกต์ให้สอดคล้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ส่วนธุรกิจด้านความปลอดภัยเช่นบริษัทประกันภัยอาจพัฒนาหรือนำเสนอการให้บริการที่สอดคล้องกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

8. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ตอบแบบสอบถามจะเก็บเป็นความลับ หากมีการเสนอผลการวิจัยจะเสนอเป็นภาพรวม ไม่มีข้อมูลใดที่สามารถระบุถึงผู้ตอบแบบสอบถามได้ และจะไม่ปรากฏในรายงาน

9. หากผู้เข้าร่วมการวิจัยมีข้อสงสัย สามารถสอบถามเพิ่มเติมโดยติดต่อกับผู้วิจัยได้ตลอดเวลา

10. ไม่มีการจ่ายค่าพาหนะ ค่าชดเชยการเสียเวลา หรือของที่ระลึกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม



AF 04-07

11. หากผู้เข้าร่วมการวิจัยไม่ได้รับการปฏิบัติตามข้อมูลดังกล่าว สามารถร้องเรียนได้ที่
 คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสถาบันชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 254
 อาคารจามจุรี 1 ชั้น 2 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 0-2218-3202 E-mail:
 eccu@chula.ac.th

กุลพิชญ์ ไข่มุกด์
 (อาจารย์ ดร. กุลพิชญ์ โกโคษอุดร)
 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
 วันที่ 23 / 11.ค. / 62



อรุณษา เกรัมย์ไกรโชค
 (นางสาวอรุณษา เกรัมย์ไกรโชค)
 ผู้วิจัยหลัก
 วันที่ 23 / 11.ค. / 62

เลขที่โครงการวิจัย ๒๑๓.1/61
 วันที่รับรอง - 8 ก.พ. 2562
 หมดอายุ - 7 ก.พ. 2563

ภาคผนวก ค
หนังสืออนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่ ศธ.๐๕๓๒.๒๔/๐๐๕๓



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงปทุมวัน กทม. ๑๐๑๓๐

๒๔ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย
เรียน กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาววิญญา เกียรติไชยกร นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย" (THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงได้ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาววิญญา เกียรติไชยกร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามแก่ผู้หญิงสัญชาติไทยที่มีอายุตั้งแต่ ๒๐ ปีขึ้นไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. ผู้เก็บข้อมูลวิจัย จำนวน ๓ คน ได้แก่ นางสาววิญญา เกียรติไชยกร
๒. แบบสอบถาม จำนวน ๔๐๐ ชุด ใช้เวลาตอบชุดละประมาณ ๕ นาที
๓. สถานที่และช่วงเวลาเก็บข้อมูล

๑. ท่าอากาศยานดอนเมือง ที่ตั้ง ๒๒๒ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสนามบิน เขตดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร บริเวณอาคารที่ให้บริการนั่งพักของผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศ อาคาร ๑ ชั้น ๓ โดยกำหนดช่วงเวลาการเก็บข้อมูล ดังนี้

- วันที่ ๙ - ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ ระหว่างเวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. (เฉลี่ยวันละ ๒๕ ชุด)
- วันที่ ๑๑ - ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ ระหว่างเวลา ๑๓.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. (เฉลี่ยวันละ ๓๐ ชุด)


๒. ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่ตั้ง ๕๓๕ หมู่ ๓ ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ บริเวณอาคารที่ให้บริการนั่งพักของผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศชั้น ๔ โดยกำหนดช่วงเวลาการเก็บข้อมูล ดังนี้

- วันที่ ๑๖ - ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ ระหว่างเวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. (เฉลี่ยวันละ ๒๕ ชุด)
- วันที่ ๑๘ - ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ ระหว่างเวลา ๑๓.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. (เฉลี่ยวันละ ๓๐ ชุด)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะประสานในรายละเอียดการเก็บข้อมูลการวิจัยต่อไป หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถติดต่อได้ทางอีเมลล์ anunyapedu@gmail.com หรือโทรศัพท์หมายเลข ๐๘๐-๕๘๓๖๒๖๖๘

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์ทิปุลย์)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา กลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรี

โทร.๐-๒๒๖๘-๓๐๕๐

โทรสาร : ๐-๒๒๖๘-๓๐๕๐



๙ กุมภาพันธ์ 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย
เรียน คณะคณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อ้างถึง หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ ศธ.0512.24/0091 ลงวันที่ 24 มกราคม 2562

ตามหนังสือที่อ้างถึง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แจ้งความประสงค์ ขออนุญาตให้นักศึกษาชั้นปีที่ 2
ควบคุมโดย อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภคิยอุดม เข้าดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้โดยสาร โดยแจกแบบสอบถาม
เพื่อการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย" (THE MOTIVE TO
TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES) ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง (ทตม.) ระหว่างวันที่ 9 - 15 กุมภาพันธ์ 2562
ดังกล่าวแล้ว นั้น

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) โดย ทตม.พิจารณาแล้ว อนุญาตให้ นางสาวอรุณญา
เกรียงไกร โชค ซึ่งเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฯ ชั้นปีที่ 2 เข้าดำเนินการแจกแบบสอบถามดังกล่าว บริเวณห้อง
โถงผู้โดยสารขาออกภายในประเทศ ชั้น 3 อาคาร 2 ทตม. ระหว่างวันที่ 9 - 15 กุมภาพันธ์ 2562 โดยกรดำเนินการ
ดังกล่าวจะต้องไม่กีดขวาง และรบกวนการใช้บริการของผู้โดยสารและผู้ให้บริการท่าอากาศยาน รวมทั้งจะต้อง
ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของ ทอท. ทุกประการ ทั้งนี้ ก่อนเข้าดำเนินการ ขอให้ติดต่อประสานรายละเอียดกับ
นายทวารศน นิมนวล เจ้าหน้าที่บริการท่าอากาศยาน 4 ส่วนบริการท่าอากาศยาน ฝ่ายการท่าอากาศยาน ทตม.
โทรศัพท์หมายเลข 09 1556 6226 เพื่ออำนวยความสะดวกให้ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

พร้อม คสท.บส
พรศ.กอนจ้งนโธธา
และ อ.ร.พ.กจททท

นาย อนันต์ อรรถกฤษณ์ (อส.อ. นิสิต ทอท.)
ผู้รับ
[Handwritten signature and date 17 Feb 2019]

ขอแสดงความนับถือ

เรืออากาศโท

(สัมพันธ์ ขุทรานนท์)

รองผู้อำนวยการท่าอากาศยานดอนเมือง ปฏิบัติงานแทน
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่

[Handwritten signature and date 2/5/62]

ท่าอากาศยานดอนเมือง
โทรศัพท์ 0 2535 2500
โทรสาร 0 2535 2750

* ขอเน้นย้ำ พื้นที่จากถนนดอนเมือง-บางเขน บริเวณห้องโถงผู้โดยสารขาออก ภายในพื้นที่อาคาร 2
พื้นที่ห้องโถงผู้โดยสารขาออกบริเวณพื้นที่อาคาร 1 (1st floor) อาคาร 1 ชั้น 1 อาคาร 1 ชั้น 2, 3, 4 ชั้น 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11



บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
Reports of Thailand Public Company Limited

ที่ ทอท. 2069 /2562

13 กุมภาพันธ์ 2562

เรื่อง การขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน คณะบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อ้างถึง หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ ศษ.0512.24/0091 ลงวันที่ 24 มกราคม 2562

สิ่งที่ส่งมาด้วย ระเบียบปฏิบัติการแจกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการทำวิจัย

๗ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 1 แผ่น

ตามหนังสือที่อ้างถึง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ขออนุญาต บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) พิจารณาให้ นางสาวรัฐญา เกரியไกรโชค นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ 2 แผนกวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา เข้าไปแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้โดยสารเพื่อประกอบการจัดทำโครงการวิจัย เรื่อง “แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวความถนัดของผู้หญิงชาวไทย (THE MOTIVE TO TRAVEL SOLO OF THAI FEMALES)” ดังความละเอียดทราบแล้ว นั้น

ทอท.พิจารณาแล้ว ยินดีอนุญาตให้นิสิตมหาวิทยาลัยฯ เข้ามาดำเนินการตามที่แจ้งขอได้ บริเวณพื้นที่นอกเขตห้าม ห้องใจผู้โดยสารขาออก อาคารผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ทสภ.) ตั้งแต่วันที่ 16 ถึงวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2562 โดยขอให้ปฏิบัติตามระเบียบการแจกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการทำวิจัย ๗ ทสภ.ตามสิ่งที่ส่งมาด้วยอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ นิสิตมหาวิทยาลัยฯ สามารถติดต่อโดยตรงที่ส่วนบริการอาคารผู้โดยสาร ฝ่ายการท่าอากาศยาน ชั้น 3 อาคารสำนักงาน ทสภ. โทรศัพท์ 0 2132 9273 เพื่ออำนวยความสะดวกให้ต่อไป

อนึ่ง ทอท.พิจารณาแล้วเห็นว่า ผลการสำรวจวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้จะประโยชน์ต่อการดำเนินการกิจการของ ทอท. ดังนั้น จึงขอให้มหาวิทยาลัยฯ ส่งสำเนาผลการวิจัยให้กับ ทอท.เมื่อดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

พันตรี

(กมล วงศ์สมบูรณ์)

รองผู้อำนวยการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ปฏิบัติงานแทน
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่

ฝ่ายการท่าอากาศยาน

โทรศัพท์ 0 2132 9230 โทรสาร 0 2132 9219

ภาคผนวก ง
เครื่องมือในการวิจัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตัวอย่างแบบสอบถาม

เรื่อง: แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แบ่งออกเป็น 4 ตอน รวมเป็น 40 ข้อ โดยจะนำคำตอบของท่านไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวหญิงชาวไทย (จำนวน 5 ข้อ)

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง โดยตอบแบบสอบถามของท่านตามความเป็นจริงให้มากที่สุด

1. อายุ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. อายุ 20 - 24 ปี | <input type="checkbox"/> 2. อายุ 25 - 29 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. อายุ 30 - 34 ปี | <input type="checkbox"/> 4. อายุ 35 - 39 ปี |
| <input type="checkbox"/> 5. อายุ 40 - 44 ปี | <input type="checkbox"/> 6. อายุ 45 - 49 ปี |
| <input type="checkbox"/> 7. อายุ 50 - 54 ปี | <input type="checkbox"/> 8. อายุ 55 ปีขึ้นไป |

2. สถานภาพ

- | | |
|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. โสด | <input type="checkbox"/> 2. สมรส |
| <input type="checkbox"/> 3. หม้าย / หย่าร้าง | |

3. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า
2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
3. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
4. ปริญญาตรี
5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รับราชการ | <input type="checkbox"/> 2. รับจ้างเอกชน |
| <input type="checkbox"/> 3. อิสระ/รับจ้างทั่วไป | <input type="checkbox"/> 4. ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> 5. นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |



สาขาที่โครงการวิจัย..... ๑๑๑.๑/๒๑
 วันที่รับรอง..... - 8 ก.พ. 2562
 หน้กထေဟု..... - 7 ก.พ. 2563

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท 2. จำนวน 15,001 - 30,000 บาท
 3. จำนวน 30,001 - 45,000 บาท 4. จำนวน 45,001 - 60,000 บาท
 5. จำนวน 60,001 - 75,000 บาท 6. จำนวน 75,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหญิงชาวไทย (จำนวน 7 ข้อ)

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง โดยตอบแบบสอบถามของท่านตามความเป็นจริงให้มากที่สุด

6. จุดหมายปลายทางที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังหรือสนใจวางแผนจะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ทวีปเอเชีย (ไม่รวมถึงประเทศไทย) 2. ทวีปยุโรป
 3. ทวีปอเมริกาเหนือ 4. อเมริกาใต้
 5. ออสเตรเลีย 6. แอฟริกา
 7. แอนตาร์กติกา

7. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

1. 1- 2 ครั้ง 2. 3 - 4 ครั้ง
 3. 5 ครั้งขึ้นไป 4. ยังไม่เคย แต่สนใจวางแผนจะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

8. ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังหรือสนใจวางแผนจะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. 2 - 4 วัน 2. 5 - 7 วัน
 3. 8 - 10 วัน 4. 11 วันขึ้นไป

9. เหตุผลที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. มีเวลาว่างระหว่างการเดินทางไปเยี่ยมเยียนญาติ 2. มีเวลาว่างในระหว่างการเดินทางไปประชุม สัมมนา หรือธุรกิจ
 3. มีวันหยุด/วันว่างไม่ตรงกับคนอื่น 4. การเดินทางตามลำพังทำให้รู้สึกอิสระ ยืดหยุ่นได้
 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....



เลขที่โครงการวิจัย ๒๑๑.๑/๖๑
 วันที่รับรอง - ๖ ก.พ. 2562
 - 7 ก.พ. 2563

10. ประเภทหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวหลักที่ท่านเคยหรือสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เจริญประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน
วัด โบสถ์ พิพิธภัณฑ | <input type="checkbox"/> 2. เจริญวัฒนธรรม เช่น ภาษา
การแต่งกาย อาหาร |
| <input type="checkbox"/> 3. เจริญธรรมชาติ/อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น
ทะเล ภูเขา ป่าไม้ | <input type="checkbox"/> 4. เดินทางเยี่ยมเยือนญาติและมี
เวลาว่างจึงท่องเที่ยวตามลำพัง |
| <input type="checkbox"/> 5. ผจญภัย เช่น ปีนหน้าผา ใต้เขา ฯลฯ | <input type="checkbox"/> 6. ชม/เล่นกีฬา เช่น กอล์ฟ สกีน |
| <input type="checkbox"/> 7. พื้นฟูสุขภาพ / สปา / อาบน้ำแร่ | <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

11. สิ่งแรกที่ทำให้ท่านคำนึงถึงในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น | <input type="checkbox"/> 2. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง |
| <input type="checkbox"/> 3. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ | <input type="checkbox"/> 4. มีความคุ้มค่าในการใช้จ่าย |
| <input type="checkbox"/> 5. มีความปลอดภัยต่อร่างกายและ
ทรัพย์สิน | <input type="checkbox"/> 6. มีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและยานพาหนะ |

12. ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ท่านสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวจาก (ตอบได้มากกว่า 1
ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ครอบครัว/คนใกล้ชิด | <input type="checkbox"/> 2. นิตยสารท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 3. ไปรษณีย์ / หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> 4. วิทยุ/โทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> 5. อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

ตอนที่ 3 ระดับของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย (จำนวน 28
ข้อ)

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับของแรงจูงใจเพียงข้อละหนึ่งระดับที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ตามเกณฑ์ที่ได้แบ่งไว้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ระดับของแรงจูงใจมากที่สุด, ระดับ 4 หมายถึง ระดับของแรงจูงใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง ระดับของแรงจูงใจปานกลาง, ระดับ 2 หมายถึง ระดับของแรงจูงใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับของแรงจูงใจน้อยที่สุด



เลขที่โครงการวิจัย ๒๑๑.๑/๖๑
- 8 ก.พ. 2562
วันที่รับรอง.....
- 7 ก.พ. 2563
ทั้งหมดขอ.....

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	ระดับของแรงจูงใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
แรงจูงใจด้านบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย					
13. มีโอกาสพบปะทำความรู้จักกับบุคคลใหม่ๆ ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง					
14. มีความต้องการแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังให้กับบุคคลอื่น					
15. มีความต้องการสื่อสารพูดคุยกับบุคคลที่มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในลักษณะแบบเดียวกัน					
แรงจูงใจด้านกายภาพในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย					
16. สามารถเลือกกิจกรรมที่ตนเองต้องการได้หลากหลาย โดยไม่ต้องกังวลถึงคนอื่น					
17. ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรการหรือระบบรักษาความปลอดภัยสูง					
18. มีกระบวนการผ่านเข้าเมืองที่สะดวก ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก					
19. มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยค้นหาข้อมูลติดต่อสื่อสารระหว่างการเดินทางได้รวดเร็ว					
20. มีสุขอนามัยที่ดี แหล่งท่องเที่ยวสะอาด					
21. มีระบบการเดินทางขนส่งเชื่อมต่อกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนใช้งานได้					
22. มีระบบการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว					
แรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึกในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย					
23. ต้องการแสดงออกให้เห็นถึงการหลีกเลี่ยงจากความจำเจ แสวงหาความแปลกใหม่ เปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้นด้วยตนเอง					
24. ทำตามความใฝ่ฝันที่ตนเองต้องการ					



เลขที่โครงการวิจัย. 29๓.1/61

วันที่รับรอง. - 8 ก.พ. 2562

วันหมดอายุ. - 7 ก.พ. 2563

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	ระดับของแรงจูงใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
25. ต้องการความรู้สึกรู้สึกที่เป็นอิสระคล่องตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่ถูกจำกัดให้เดินทางท่องเที่ยวตามรายการและเวลาที่ตนเองไม่ต้องการ					
26. ต้องการความรู้สึกรู้สึกที่ตื่นเต้น ทำทาย ในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง เพื่อให้รู้สึกว่าคุณเองเป็นคนกล้าหาญ					
27. เป็นการทดสอบตนเอง เพื่อเอาชนะความรู้สึกกลัวและเหนงาในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง					
แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย					
28. มีโอกาสพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง รู้จักเรียนรู้และหาวิธีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้					
29. ได้ฝึกฝนและรู้จักการพึ่งพาตัวเองในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง					
30. ได้เรียนรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่กับตนเอง เช่น สถานที่ใหม่ หรือเส้นทางใหม่ ๆ หรือเรื่องราวใหม่ๆ ที่ตนเองสนใจ					
31. ต้องการสร้างให้เกิดเป็นประสบการณ์ใหม่ พัฒนาศักยภาพให้กับตนเอง					
แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียงในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงชาวไทย					
32. เกิดความภูมิใจและเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกว่าตัวเองประสบความสำเร็จในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง สามารถเป็นแบบอย่างหรือแรงบันดาลใจแก่ผู้อื่น					
33. ต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนขึ้นว่ามีความสามารถในการจัดการหรือบริหารเวลาได้ด้วยตนเอง					



ศูนย์โครงการวิจัย ๒๙๑-๑/๖๑
- 8 ก.พ. 2562
ผู้ทำแบบสอบถาม
- 7 ก.พ. 2563

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	ระดับของแรงจูงใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
34. ต้องการได้รับการยอมรับหรือยกย่องจากผู้อื่นว่ามีความกล้า สามารถเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังได้ และเกิดชื่อเสียงตามมาด้วย					
35. ต้องการแสดงให้เห็นว่าเพศสภาพไม่เป็นอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง					
แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงชาวไทย					
36. มีแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่อยู่ในกระแสมความนิยมและมีชื่อเสียง					
37. สถานที่สำคัญด้านวัฒนธรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว					
38. มีการจัดงานเทศกาลพิเศษด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญที่น่าสนใจ					
39. มีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตที่แตกต่าง และวัฒนธรรมที่แปลกใหม่จากแหล่งที่อยู่ปกติ ตลอดจนสินค้าพื้นเมือง เช่น การแต่งกาย อาหาร เป็นต้น					
40. ไม่มีอุปสรรคด้านภาษา เช่น สถานที่ท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลหรือแสดงเส้นทางเป็นสัญลักษณ์หรือรูปภาพหรือหลายภาษารวมถึงมีบุคคลที่สื่อสารได้หลายภาษาคอยบริการให้ความช่วยเหลือ					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นหรือข้อแนะนำอื่น ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย



เลขที่โครงการวิจัย ๒๑๑-๑/๖๑
 วันที่รับรอง - 8 ก.พ. 2562
 วันหมดอายุ - 7 ก.พ. 2563

ขอขอบคุณที่สละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้อย่างครบถ้วน

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวอรุณญา เกรียงไกรโชค
วัน เดือน ปี เกิด	5 พฤษภาคม 2509
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการโฆษณา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ปีการศึกษา 2551. บริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ปีการศึกษา 2553. บริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ปีการศึกษา 2556. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2561.
ที่อยู่ปัจจุบัน	62 ซอยพัฒนาการ39 ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ