

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

Factors Influencing Travel Decision-Making on Dark Tourism in Thailand

โดย

นางสาวกชพรรณ สุขผล	รหัสนิสิต 61166010029
นางสาวกาญจนาทิศา แสงจำปา	รหัสนิสิต 61166010033
นางสาวกัญชวีร์ญา เตชะโรจน์ตระกูล	รหัสนิสิต 61166010034
นางสาวชญาทิพย์ มานิกบุตร	รหัสนิสิต 61166010039
นางสาวชมพูนุช ชลותר์พย์	รหัสนิสิต 61166010042
นางสาวฐิติมา ยงค์ศิริ	รหัสนิสิต 61166010049
นางสาวปิยธิดา สุญกลาง	รหัสนิสิต 61166010061
นางสาวสุนิตา ชินแก้ว	รหัสนิสิต 61166010084

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา

รายงานการวิจัยฉบับนี้

เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา กทบ421 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว

ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้รูปแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) ซึ่งทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (t-test) และการใช้ค่าวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA) ในกรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม คณะผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ปัจจัยแรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม และแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างประสบการณ์ ด้านความคุ้มค่า ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค และด้านการสร้างความสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม, กระบวนการตัดสินใจ, การท่องเที่ยวด้านมืด, การท่องเที่ยวโศกเศร้า, แรงจูงใจทางการเดินทาง, ส่วนประสมทางการตลาด

## Abstract

The purpose of this research was to study the factors that influencing decision to travel on dark tourism in Thailand. This research was mixed method research. In term of quantitative research, the samples were 385 Thai tourists who had experiences to travel on dark tourism in Thailand by using a questionnaire as a survey tool. Semi-structured interview was used in qualitative research to collect data from 3 experts. Data was analyzed statistically by using the percentage, means ( $\bar{X}$ ), standard deviation, the test value “t” (t-test), One-Way Analysis of Variance (ANOVA), If the results had been significantly different at the level 0.05 then use The Fisher’s Least Significant Difference (LSD), Multiple Regression Analysis in Enter form, and Content Analysis. The results were as followed;

1. Tourists with different demographic characteristics of age, level of education, and occupation had statistically significant differences travel Decision – Making process on dark tourism in Thailand at 0.05 level.

2. The factors of Physical Motivation, Cultural Motivation, and Prestige and Status Motivation influencing Decision – Making process to travel on dark tourism in Thailand that has the statistically significant at 0.05 level.

3. The factors of Marketing Mix in aspect of Experience, Evangelism, Everyplace, and Exchange influencing Decision – Making process to travel on dark tourism in Thailand that has the statistically significant at 0.05 level.

**Keywords:** Dark Tourism, Decision Process, Tourism Motivation, Marketing Mix, Thana Tourism, Black Tourism

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา อาจารย์ที่ปรึกษารายงานวิจัย ซึ่งได้ให้คำปรึกษาในการแก้ไขและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งตลอดการทำงานวิจัย นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวกการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งใน รายวิชา กทบ 421 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ชมพูนุท ภาณุภาส อาจารย์ ดร.กิ่งกนก เสาวภาวงศ์ อาจารย์ ดร.อัญชัญ ตันทเทศ อาจารย์นุชรา แสงสุข และอาจารย์ ดร.พงษ์เกษม สิงห์รุ่งเรืองที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และกรุณาให้คำปรึกษาช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง คณะผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้สละเวลาให้คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ โดยได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยฉบับนี้เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนในการศึกษาเพื่อการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณความร่วมมือของนิสิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจในการทำงาน และให้ความช่วยเหลือในการทำงานตลอดรายงานการวิจัยฉบับนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณบิดา มารดาและครอบครัว ของคณะผู้วิจัยทุกท่าน ซึ่งเปิดโอกาสในการศึกษาเล่าเรียน ตลอดจนช่วยเหลือและให้กำลังใจคณะผู้วิจัยเสมอมา

คณะผู้วิจัย

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ .....	ก
Abstract .....	ข
กิตติกรรมประกาศ .....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ .....	ฉ
<b>บทที่ 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>บทนำ .....</b>	<b>1</b>
ภูมิหลัง .....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	5
ขอบเขตของการวิจัย .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	7
สมมติฐานของงานวิจัย .....	8
<b>บทที่ 2 .....</b>	<b>10</b>
<b>เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>10</b>
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว .....	10
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม .....	16
3. แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว .....	23
4. แนวคิดและทฤษฎีด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว.....	33
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	39

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
6.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจกับการเดินทาง.....	45
7. วิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51
<b>บทที่ 3 .....</b>	<b>57</b>
<b>วิธีดำเนินการวิจัย .....</b>	<b>57</b>
ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ .....	57
ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ .....	64
<b>บทที่ 4 .....</b>	<b>68</b>
<b>ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>68</b>
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม .....	68
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	69
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	73
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	82
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	87
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	92
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม.....	98
ส่วนที่ 7 การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามเพศอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค รายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	100
ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจทางการเดินทางและส่วนประสมทางการตลาดต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม...	231
ส่วนที่ 9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน .....	233

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 2 สรุปผลการสัมภาษณ์.....	235
<b>บทที่ 5 .....</b>	<b>246</b>
<b>สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>246</b>
5.1 สรุปผลการศึกษาและผลการทดสอบสมมติฐาน .....	246
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	253
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	267
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>269</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>276</b>
ภาคผนวก ก .....	277
ภาคผนวก ข .....	279
ภาคผนวก ค .....	291
ภาคผนวก ง.....	297
<b>ประวัติย่อผู้วิจัย .....</b>	<b>304</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 ประเภทพฤติกรรมนักท่องเที่ยว .....	29
ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของ 4Ps และ 4Es .....	42
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ .....	69
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ .....	69
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ .....	70
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	70
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค.....	71
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ .....	71
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	72
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม .....	73
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางและลักษณะการเดินทาง (ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว).....	74
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางและลักษณะการเดินทาง (การเดินทางจากภูมิลำเนาไปยังสถานที่ท่องเที่ยว).....	74
ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ท่องเที่ยว .....	75
ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง .....	76
ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง .....	76
ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางและสถานที่ พักแรม (ยานพาหนะ).....	77
ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางและสถานที่ พักแรม (ประเภทที่พักแรม).....	77
ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทาง.....	78
ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทาง ท่องเที่ยว .....	78



## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (ความถี่ในการวางแผนการเดินทาง) .....	79
ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (การวางแผนในการเดินทางแต่ละครั้ง).....	79
ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (สิ่งที่จัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหลัก) ..	80
ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยว .....	81
ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม .....	82
ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางกายภาพ .....	83
ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางวัฒนธรรม.....	84
ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจระหว่างบุคคล .....	85
ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง .....	86
ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม .....	87
ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์.....	88
ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคุ้มค่า .....	89
ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงผู้บริโภค .....	90
ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์.....	91
ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม .....	92
ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตระหนักถึงความต้องการ .....	93
ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูล .....	94
ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประเมินทางเลือก .....	95
ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทาง .....	96

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหลังการเดินทาง .....	97
ตารางที่ 40 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำแนกตามรายชื่อ .....	98
ตารางที่ 41 จำนวนและค่าร้อยละประเด็นความคิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ จำแนกตามรายชื่อ .....	99
ตารางที่ 42 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามเพศ.....	100
ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามเพศ.....	101
ตารางที่ 44 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามเพศ.....	102
ตารางที่ 45 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามเพศ .....	103
ตารางที่ 46 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามเพศ.....	104
ตารางที่ 47 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามเพศ .....	105
ตารางที่ 48 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามอายุ .....	106
ตารางที่ 49 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหา ข้อมูล โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	108
ตารางที่ 50 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการ ประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	109
ตารางที่ 51 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการ ตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	110
ตารางที่ 52 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม การตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามอายุ.....	111
ตารางที่ 53 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม การค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอายุ.....	114

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 54 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล รายข้อย่อยเรื่องท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	117
ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอายุ.....	118
ตารางที่ 56 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายข้อย่อยเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	121
ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามอายุ.....	122
ตารางที่ 58 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง รายข้อย่อยข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	125
ตารางที่ 59 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม พฤติกรรมหลังเดินทาง โดยจำแนกตามอายุ.....	126
ตารางที่ 60 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง รายข้อย่อยท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	129
ตารางที่ 61 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามสถานภาพ.....	130
ตารางที่ 62 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามสถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	132
ตารางที่ 63 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามสถานภาพ.....	133
ตารางที่ 64 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามสถานภาพ.....	135

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 65 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามสถานภาพ.....	137
ตารางที่ 66 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายด้านเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน จำแนกตามสถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	139
ตารางที่ 67 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายด้านเรื่อง ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน จำแนกตามสถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	140
ตารางที่ 68 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามสถานภาพ.....	141
ตารางที่ 69 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง รายด้านเรื่องข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	143
ตารางที่ 70 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม พฤติกรรมหลังการเดินทาง .....	144
ตารางที่ 71 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	146
ตารางที่ 72 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	148
ตารางที่ 73 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	148
ตารางที่ 74 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	149
ตารางที่ 75 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	150

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 76 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรม หลังการเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ..... 151	151
ตารางที่ 77 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ..... 152	152
ตารางที่ 78 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการ ตระหนักถึงความต้องการ รายข้อย่อยเรื่อง ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดย เปรียบเทียบรายคู่..... 154	154
ตารางที่ 79 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ..... 155	155
ตารางที่ 80 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหา ข้อมูล รายข้อย่อยเรื่อง ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำ เที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่..... 157	157
ตารางที่ 81 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม การประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ..... 158	158
ตารางที่ 82 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการ ประเมินทางเลือก รายข้อย่อยเรื่อง การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายัง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดย เปรียบเทียบรายคู่..... 160	160
ตารางที่ 83 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการ ประเมินทางเลือก รายข้อย่อยเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมของท่าน จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.... 161	161
ตารางที่ 84 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการ ประเมินทางเลือก รายข้อย่อยเรื่อง ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจ เดินทางของท่าน จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่ ..... 162	162
ตารางที่ 85 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ..... 163	163

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 86 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง .....	165
ตารางที่ 87 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรม หลังการเดินทาง รายชื่อย่อยเรื่อง ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น จำแนกตาม ระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่ .....	167
ตารางที่ 88 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามภูมิลำเนา.....	168
ตารางที่ 89 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามภูมิลำเนา.....	170
ตารางที่ 90 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามภูมิลำเนา .....	173
ตารางที่ 91 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามภูมิลำเนา .....	176
ตารางที่ 92 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามภูมิลำเนา .....	179
ตารางที่ 93 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการ ตัดสินใจเดินทาง รายชื่อย่อยเรื่อง ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ จำแนกตามภูมิลำเนา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	182
ตารางที่ 94 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามภูมิลำเนา .....	183
ตารางที่ 95 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามอาชีพ.....	186
ตารางที่ 96 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหา ข้อมูล โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	188
ตารางที่ 97 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการ ประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	189

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 98 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	190
ตารางที่ 99 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอาชีพ.....	193
ตารางที่ 100 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล รายข้อย่อยเรื่อง ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	196
ตารางที่ 101 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอาชีพ.....	197
ตารางที่ 102 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายข้อย่อยเรื่อง การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	200
ตารางที่ 103 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายข้อย่อยเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	201
ตารางที่ 104 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามอาชีพ.....	202
ตารางที่ 105 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง รายข้อย่อยเรื่อง ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	205
ตารางที่ 106 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามอาชีพ.....	206
ตารางที่ 107 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง รายข้อย่อยเรื่อง ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่.....	209
ตารางที่ 108 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	210

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 109 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	213
ตารางที่ 110 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	215
ตารางที่ 111 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	218
ตารางที่ 112 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล รายข้อย่อยเรื่อง ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณา ต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่ .....	221
ตารางที่ 113 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	223
ตารางที่ 114 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	226
ตารางที่ 115 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง .....	229
ตารางที่ 116 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของตัวแปรแรงจูงใจต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม.....	231
ตารางที่ 117 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของตัวแปรแรงจูงใจต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม.....	232
ตารางที่ 118 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	233



## สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 : ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์.....35

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่เป็นแหล่งเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งคืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก นำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาทนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 ซึ่งรัฐบาลของประเทศไทยได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมาโดยตลอด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพภายในประเทศ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ในหลากหลายภาคส่วนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรมที่พัก ระบบขนส่ง โลจิสติกส์ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ผู้ประกอบการบริษัทท่องเที่ยว ตลอดจนการท่องเที่ยวสามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้คนในท้องถิ่นกับผู้มาเยือน กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และสังคมในประเทศไทย

ประเทศไทยมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทั้งทางด้านธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์และทางด้านวัฒนธรรม อีกทั้งความมีมิตรไมตรีของคนไทยที่เป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (อมรรัตน์ วงศ์เป็ง, 2552) รัฐบาลไทยจึงให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งได้ดำเนินการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติมาอย่างต่อเนื่องจนถึงฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐานรวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนาทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน ในยุทธศาสตร์ที่ 4 ว่าด้วย “การสร้างสมดุลให้การท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว” ได้มีการกล่าวถึงกลยุทธ์ที่ 2 แนวทางพัฒนาส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยวและการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวสนใจพิเศษ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตที่ให้ความสำคัญกับการแสวงหาความรู้ และประสบการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ๆ ทั่วไปที่กำลังได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ และการปรับปรุง

นโยบายการตลาดการท่องเที่ยวที่สามารถให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้มากขึ้น

สถานการณ์การท่องเที่ยวมีทิศทางเติบโตโดยสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยแต่ละปี จากสถิติในปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย 22.3 ล้านคน (กรมการท่องเที่ยว, 2556) และในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 39.9 ล้านคน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.13 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ซึ่งในปี พ.ศ. 2563 การเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในภาวะทรุดตัวอย่างหนัก โดยจากสถิติมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย หดตัวลงร้อยละ 37 ซึ่งเป็นผลจากวิกฤตการณ์โรคระบาด COVID-19 ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 มีการยกเลิกกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่งผลให้เศรษฐกิจทุกภาคส่วนรวมทั้งการเดินทางท่องเที่ยวต้องหยุดลงแบบฉับพลัน และกระทบต่อเนื่องทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวปิดกิจการทั้งถาวรและชั่วคราวเป็นจำนวนมาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) แม้ว่าจะเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวซบเซาลง แต่ความต้องการในการเดินทางของนักท่องเที่ยวยังคงมีอยู่ จากผลสำรวจแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวช่วงครึ่งปีหลัง พ.ศ. 2564 จากการสำรวจพบว่าประมาณร้อยละ 49.48 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ยังมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงไตรมาส 4 (เดือนตุลาคมถึงธันวาคม) ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เผยแพร่ผลสำรวจความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย ซึ่งได้สำรวจกลุ่มเป้าหมายระหว่างวันที่ 2 – 6 มิถุนายน พ.ศ. 2564 ในจำนวนหน่วยตัวอย่าง 1,037 ตัวอย่าง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มุ่งเน้นให้เกิดการเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจุบันเกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ขึ้นที่ไม่ใช่เพียงการท่องเที่ยวตามกระแสนิยมแต่เป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก GalleMories (2564) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวกับความต้องการอื่น ๆ เพิ่มเติมเข้ามา โดยการท่องเที่ยวถูกจัดรูปแบบลักษณะอยู่ภายใต้ความสนใจของนักท่องเที่ยวหรือองค์กรที่รับผิดชอบในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีการคำนึงถึงการเสริมสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ และพัฒนาทักษะทางด้านการใช้ชีวิต โดยไม่ก่อความเสียหายต่อระบบนิเวศและสภาพแวดล้อม รวมไปถึงการให้ความเคารพวิถีชีวิต วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวบ้านในท้องถิ่นที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา
2. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานโบราณสถาน ที่เน้นความรู้เรื่องในอดีต อาจเป็นการเยี่ยมชม โบสถ์ วิหาร อนุสาวรีย์ ศาสนสถาน และพระราชวังต่าง ๆ รวมถึงชมการแสดงแสงเสียงเหตุการณ์สำคัญในอดีต
3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมและสัมผัสวิถีชีวิตเก่าแก่หาได้ยาก สถานที่ทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น เช่น การแต่งกายตามค่านิยมของท้องถิ่น การแสดงระบำพื้นบ้าน และการแสดงฝีมือหัตถกรรมของคนในท้องถิ่น 4. การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) โดยมีธรรมชาติของสถานที่ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ (วิมล จิโรจน์พันธุ์, 2548) จากข้อความที่กล่าวมาในข้างต้นมีนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม และมีความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ซึ่งมาริสซา (2556) ได้กล่าวว่าในปัจจุบันมีการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่ยังไม่เป็นที่นิยมแต่มักนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี คือ การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมหรือที่เรียกกันว่า Dark Tourism ซึ่งสอดคล้องกับโตมร สุปรีชา (2557) ที่กล่าวไว้ว่า “ตลาดการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมนั้น แม้จะเติบโตไม่มากนัก แต่เติบโตอย่างคงที่ไม่หดตัวเล็กลง ผู้คนตระเวนไปดูสถานที่ต่าง ๆ ที่เคยเกิดโศกนาฏกรรม เช่น ไปดูกราวนด์ซีโรของเวสต์เทรตเซ็นเตอร์ หรือเมื่อเกิดไฟไหม้ดับในอาร์เจนตินาจนมีผู้เสียชีวิตเกือบสองร้อยราย”

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม (Dark Tourism) ของประเทศไทย พบว่าประเทศไทยมีพื้นที่ที่ได้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ โศกนาฏกรรม สงคราม และความตายหลายแห่งที่มีชื่อเสียงและมียุทธศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจและเดินทางมาท่องเที่ยว (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2558) ปัจจุบันพบว่ามียุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีหลายรูปแบบ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) เช่น การท่องเที่ยวเชิงปรมาณู (Atomic Tourism) เป็นรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของระเบิดนิวเคลียร์ยังรวมถึงพื้นที่ที่มีการระเบิด และพายุที่บรรทุกระเบิดนั้น ๆ การท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวอาจไม่พบในเมืองไทย การท่องเที่ยวรูปแบบพื้นที่สังหารและพื้นที่ภัยพิบัติ (Black Tourism or Grief Tourism) คือ การท่องเที่ยวบริเวณที่เกี่ยวข้องกับการสังหารหรือพื้นที่เสี่ยงภัย รวมไปถึงปราสาทและสนามรบ การท่องเที่ยวภัยพิบัติ (Disaster Tourism) คือ การท่องเที่ยว ณ บริเวณที่เคยเกิดภัยพิบัติธรรมชาติโดยการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวอาจมีการช่วยเหลือผู้ประสบภัยร่วมด้วย เช่น เหตุการณ์สึนามิ รวมถึงการท่องเที่ยวเสี่ยงภัย (Extreme Tourism or Shock Tourism) คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวในสถานที่อันตราย เช่น ภูเขา ป่า ทะเลทราย หรือเหตุการณ์ที่อันตราย นอกจากนั้นยังมีการท่องเที่ยวเขตพื้นที่ทหาร (Militarism Heritage Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ทหารที่เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของทหาร เช่น ค่ายทหารเก่า เขาค้อ ภูหินร่องกล้า หรืออนุสรณ์สถานต่าง ๆ ตลอดจนการท่องเที่ยวสมรภูมิรบ (War Tourism) คือ แนวคิดการท่องเที่ยวเข้าไปในสมรภูมิรบเพื่อต้องการรับรู้บรรยากาศสงครามอย่างใกล้ชิด ลักษณะการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสงคราม อาทิ เวียดนาม (สงครามเวียดนาม) กัมพูชา เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับมาริสซา (2556) ที่ได้กล่าวว่า กระแสความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดการค้นคว้าวิจัยและตั้งเป็นสถาบัน Institute for Dark Tourism ที่มหาวิทยาลัยเซินทรัล แลนคาเชียร์ ประเทศอังกฤษ เพื่อวิจัยที่มาและผลกระทบของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ซึ่งสถานที่เหล่านี้มีบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย และ

มรณภัยที่ได้รับความนิยม ถึงแม้ว่าผู้คนจะยังเจ็บปวดกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแต่ก็ยังมึนงงท่องเที่ยวไปเยือนเป็นการทำรายได้ให้กับธุรกิจหลายประเภท

การขับเคลื่อนการพัฒนาชนบทมีการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว โดยผู้วางแผนจัดการท่องเที่ยวมีแนวคิดสร้างคุณค่าใหม่ให้สถานที่ด้วยการปรับภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมให้เป็นสวนสาธารณะหรืออุทยานประวัติศาสตร์ และใช้ประเด็นเรื่องความตายหรือเหตุการณ์โศกนาฏกรรมมาพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองกระแสชาตินิยม ทั้งนี้มีการจำลองสถานที่เสมือนที่เกิดเหตุจริงในประวัติศาสตร์เพื่อจัดงานแสดงสินค้า ซึ่งงานกลุ่มนี้จะสามารถสร้างความเชื่อมโยงให้เห็นระหว่างการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของมนุษย์กับการพัฒนาเศรษฐกิจได้ (Park, 2016) โดยเดล (Dale, 2011) ได้ยกตัวอย่างแง่มุมที่นิยมศึกษาดังเช่นในแง่มุมที่เกี่ยวข้องกับการขยายขอบเขตประเด็นการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของมนุษย์ให้กลายเป็นประเด็นระหว่างประเทศ (Internationalizing Dark) แหล่งท่องเที่ยวในลักษณะนี้มักเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นระหว่างประเทศ เช่น พื้นที่ซึ่งเคยเป็นสนามรบบริเวณชายแดนระหว่างประเทศ เป็นต้น การพัฒนาสถานที่ลักษณะนี้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของมนุษย์สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ได้หลากหลายด้าน ทั้งการสร้างสันติภาพระหว่างประเทศ การแสวงหาพันธมิตรในความขัดแย้งระหว่างประเทศ หรือกระทั่งการขยายระดับความร่วมมือทางเศรษฐกิจ เป็นต้น รวมถึงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมกับประเด็นทางการเมือง (Politicalizing Dark) แหล่งท่องเที่ยวที่เข้าข่ายลักษณะนี้มักจะนำเอา “ความตาย” มาใช้เป็นประเด็นทางการเมืองภายในประเทศโดยเฉพาะการสร้างกระแสชาตินิยมและการสร้างโฆษณาชวนเชื่อ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมนับว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการ การสงสัยใคร่รู้ และการสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไปกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เมื่อมีการนำความสูญเสียทั้งจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ ภัยสงคราม การก่อการร้าย มาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว จนกลายเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเริ่มสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จึงได้ศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย สามารถนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด และนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง แผนนโยบายการท่องเที่ยวในอนาคตด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เสริมสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย ให้มีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับในวงกว้างยิ่งขึ้น

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิสำเนา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. เพื่อวิเคราะห์แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย
4. เพื่อวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

## ขอบเขตของการวิจัย

1. **ด้านประชากร** ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
2. **ด้านพื้นที่** คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ของการทำวิจัย คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย โดยสำรวจผ่านช่องทาง Google Form
3. **ด้านเวลา** ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ อยู่ในระหว่างวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2564 ถึงวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564
4. **ด้านเนื้อหา** การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้มีการศึกษา 3 ทฤษฎี เพื่อใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย ดังนี้
  - 4.1 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของแมคอินทอชและโกลด์เลอร์ (McIntosh & Goeldler, 1986) ที่ได้กล่าวว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมี 4 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง
  - 4.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4Es (Brian, 2009) ได้แก่ การสร้างประสบการณ์ (Experience) ความคุ้มค่า (Exchange) การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) และการสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism)
  - 4.3 แนวคิดกระบวนการตัดสินใจเดินทาง ของสุวีร์ณีย์ โสภณศิริ (2554) ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) การค้นหาข้อมูล (The information search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจเดินทาง (Purchase Decision) พฤติกรรมหลังเดินทาง (Post Purchase Behavior)

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**1. นักท่องเที่ยว** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ถือสัญชาติไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่มีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

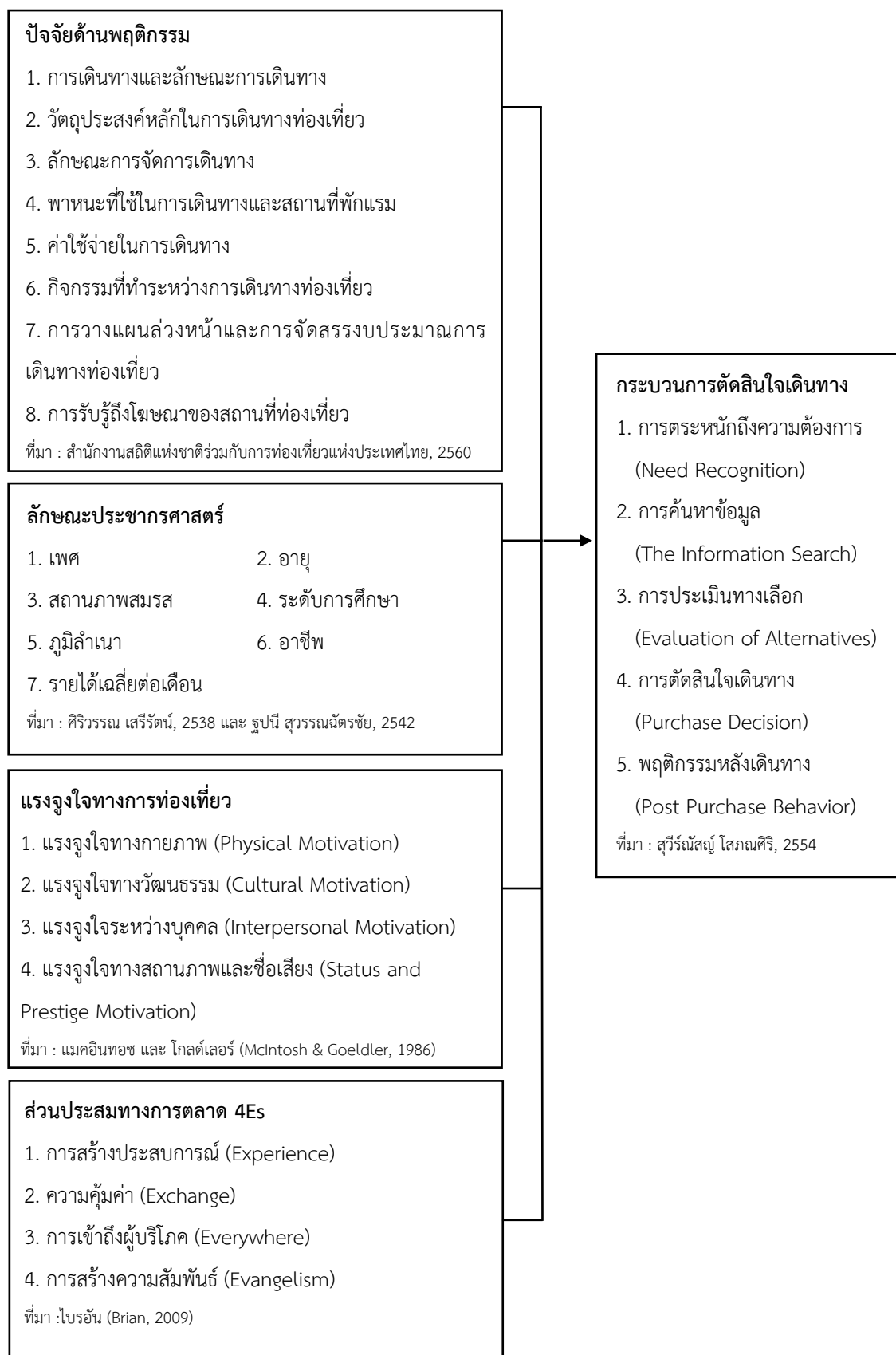
**2. การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม** หมายถึง การท่องเที่ยวในสถานที่ที่เกิดหายนะและโศกนาฏกรรมของมวลมนุษยชาติ ทั้งที่เกิดจากความโหดร้ายของมนุษย์ เช่น การทำสงคราม รวมถึงร่องรอยความสูญเสียที่เกิดขึ้นจากภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

**3. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว** หมายถึง แรงกระตุ้นที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งสามารถจำแนกแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง

**4. ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่นำมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยเครื่องมือทางการตลาดนี้เรียกว่า 4Es ได้แก่ การสร้างประสบการณ์ (Experience) ความคุ้มค่า (Exchange) การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) และการสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism)

**5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว** หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง พาหนะในการเดินทาง การใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ลักษณะการเดินทาง การรับข่าวสารการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว การพักผ่อน และการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

## กรอบแนวคิดในการวิจัย





## สมมติฐานของงานวิจัย

### 1. สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน

### 2. สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 8 แรงจูงใจทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 9 แรงจูงใจทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 10 แรงจูงใจระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 11 แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

### 3. สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างประสบการณ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านความคุ้มค่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 14 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการเข้าถึงนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างความสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม
3. แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเดินทาง
7. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (องค์การสหประชาชาติ, 2506 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยว จากการจัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ ดังนี้

1. ต้องมีการเดินทาง (Travel) การท่องเที่ยวนั้นต้องมีการเดินทางและเป็นการเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะเดินทางระยะไกลหรือใกล้

2. ต้องมีจุดหมายปลายทาง (Destination) การท่องเที่ยวต้องมีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว และต้องเดินทางกลับมาอยู่ภูมิลำเนาเดิม

3. ต้องมีความมุ่งหมาย (Purpose) การท่องเที่ยวต้องมีความมุ่งหมายในการเดินทางที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งความมุ่งหมายในการเดินทางจึงสามารถมีมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

องค์การท่องเที่ยวโลก (2506) (World Tourism Organization : W.T.O) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวโดยไม่เกิน 1 ปีติดต่อกันและเป็นการเดินทางด้วยความเต็มใจ การพักผ่อน ติดต่อรูขะและวัตถุประสงค์ใดก็ตาม แต่ไม่ใช่เพื่อหารายได้หรือการประกอบอาชีพ

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546, อ้างถึงใน มลฤดี ศรีรักษา, ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน คลายความเครียด และแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่

โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนี้จะต้องเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว และผู้เดินทางมีการเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ถูกบังคับ

นิตา ชัชกุล (2550) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยนับตั้งแต่จุดหมายเริ่มต้นจนถึงจุดหมายปลายทาง ประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ การเดินทาง การพักค้างคืน และการรับประทานอาหารนอกบ้าน

ฐิรชญา มณีเนตร (2552) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยของตนไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวตามความสมัครใจ และเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางไปชมการแข่งขันกีฬา อาทิ งานกีฬาซีเกมส์ งานกีฬาโอลิมปิก งานกีฬาฟุตบอล เป็นต้น การเดินทางเพื่อการศึกษาหาความรู้ การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาธุรกิจ หรือการเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เป็นต้น

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยวที่กล่าวไว้ในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง แสวงหาสภาพแวดล้อมที่แปลกใหม่และแตกต่างจากเดิม โดยมีจุดประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ การศึกษาหาความรู้ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม หรือเดินทางเพื่อประชุมสัมมนาธุรกิจ เป็นการเดินทางเพียงครั้งคราวและพำนักไม่เกิน 1 ปี ซึ่งจะต้องไม่ใช้การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ และต้องเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกการบังคับ

## 1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญหลายด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในด้านของเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เป็นส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2564) ซึ่งได้รายงานข้อมูลสรุปผลรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2558 – 2563 ไว้ว่าในปี พ.ศ. 2562 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 1.91 ล้านล้านบาท จากข้อมูลของสำนักข่าวอิศรา (2563) คือ รายได้เงินตราต่างประเทศในประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.05 เมื่อเทียบกับในปี พ.ศ. 2561 โดยนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่สร้างรายได้สูงสุดประเทศ 5 อันดับแรก ประกอบด้วย จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น รัสเซีย อินเดีย ซึ่งสอดคล้องกับ พิพัฒน์ รัชกิจประการ (2563) ที่ได้เคยกล่าวไว้ว่า “แม้ในปี พ.ศ. 2561 การท่องเที่ยวของประเทศไทยจะได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจและสงครามการค้า การแข็งตัวของค่าเงินบาท การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดท่องเที่ยวโลก รวมถึงการชะลอตัวของเศรษฐกิจไทยซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและระดับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมก็ตาม” ทำให้รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกระจายเข้าสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง จากการวิจัยการสร้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศ 1 คน มีส่วนสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมเฉลี่ยประมาณ 1 คน เช่นกัน และมีบทบาทกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด

นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังไม่มีขีดจำกัดในการผลิต เนื่องจากผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพฝนฟ้าอากาศ รวมถึงไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่ายและบริการ เนื่องจากประชากรโลกเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา จึงมีความต้องการใช้สินค้าและบริการมากขึ้นเช่นกัน โดยทางด้านการคมนาคมสามารถให้บริการผู้โดยสารได้จำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีราคาถูกลง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เมื่อการท่องเที่ยวเป็นสื่อในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เจ้าของท้องถิ่นได้ตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางศิลปวัฒนธรรม ร่วมกันฟื้นฟู อนุรักษ์ และมีความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีบทบาทที่ทำให้เกิดความเจริญ และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในท้องถิ่น เมื่อมีความเจริญเข้าถึงจึงเป็นส่วนช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ เช่น เกิดการจัดตั้งกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมสันติภาพ สัมพันธไมตรี ที่ทำให้ผู้คนได้พบปะ ทำความรู้จัก และทำความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองหลวงด้วยการมีอาชีพที่มั่นคงและมีรายได้ดีตามแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น อีกทั้งก่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษา การค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีโลกทัศน์กว้างขวาง รวมถึงเป็นประโยชน์ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกรวดเร็วให้แก่แหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวอีกด้วย (สุกัญญา พรหมบุตร, 2555)

### 1.3 รูปแบบการท่องเที่ยว

ดำเกิง โถทอง (2550) ได้กล่าวถึงการจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้เป็นกิจกรรมนันทนาการ การเรียนรู้ในโลกกว้างตลอดจนเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว หรือการศึกษาดูงานในหน่วยงานบูรณาการหลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้ประเภทของการท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวกล่าวคือ การจำแนกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Type of Destination) และสามารถแบ่งกลุ่มหรือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการสังเกตการณ์ การแสดงออกทางขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม อีกทั้งเป็นแบบแผนการใช้ชีวิตของบุคคลต่างชาติพันธุ์ รวมถึงการไปเยี่ยมเยียนภูมิลำเนาบ้านเกิด หรือการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาต่าง ๆ

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าไปสัมผัสหรือมีส่วนร่วมในการใช้ชีวิตแบบดั้งเดิมที่หาได้ยากในปัจจุบัน โดยมีการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจัดงานเทศกาลอาหาร การแต่งกายตามประเพณี การรำพื้นบ้าน การแสดงงานหัตถกรรมไว้ให้บริการ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และสถานที่เก่าแก่ เช่น โบสถ์เก่า โบราณสถาน เป็นต้น ที่เน้นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีต ซึ่งเป็นการเยี่ยมชมเยือนอนุสาวรีย์ วิหารโบราณ วัด พระราชวัง รวมถึงยังมีการแสดงแสง สี เสียงที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในอดีต เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจโดยใช้สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติแทนที่จะเน้นเรื่องเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ รวมถึงการกลับคืนสู่ธรรมชาติและ ความชื่นชมระหว่างความสัมพันธ์ของผู้คนกับธรรมชาติก็จัดอยู่ในกลุ่มนี้ อีกทั้งการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์ถือเป็นกิจกรรมในรูปแบบการท่องเที่ยวนี้เช่นกัน

5. การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมหรือเข้าชมการแข่งขันกีฬา แช่น้ำพุร้อนที่มีแร่ธาตุในการรักษาโรค การอาบแดด และการเข้าร่วมสมาคมเพื่อผ่อนคลายจิตใจตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น หาดทราย ชายทะเล ชายหาด สนามกอล์ฟชั้นนำ หรือ สนามเทนนิสที่ทันสมัย เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลให้แก่พนักงานบริษัทหรือบุคคลใช้แรงงานต่าง ๆ ของบริษัท และเป็นสวัสดิการของพนักงานในหน่วยงานนั้น ทั้งนี้เพื่อการดูงานประชุมสัมมนา ศึกษาหาความรู้ต่าง ๆ และเพื่อสันทนาการ โดยหน่วยงานหรือบริษัทจะเป็นผู้จัดการดูแลเกี่ยวกับงบประมาณค่าใช้จ่ายในการจัดงานทั้งหมด

7. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ในการประชุมหารือ พบปะกัน หรือประชุมสัมมนา ซึ่งมักจะเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามารวมไว้ด้วยกัน แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งจะมีการท่องเที่ยวหลายประเภท เช่น แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการและจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวจาก UNWTO (1997) และซ็ชรพล เพ็ญโฉม (2563) มาสรุปได้ว่า กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในสถานที่ทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงมีแหล่งวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ มีการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น เพื่อสร้างจิตสำนึกในการรักษาระบบนิเวศให้เกิดความยั่งยืน

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในสถานที่ทางธรรมชาติทางทะเลที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางทะเล ผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo - Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงดงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก รวมถึงศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่าง ๆ และฟอสซิล ทำให้ได้ความรู้ และรับประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมโดยคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชมความสวยงาม ความเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

5) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล ทำให้มีความรู้ เกิดความประทับใจ และได้รับประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมโดยคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

## 2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวทางานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อเข้ามาสัมผัสวัฒนธรรมและเยี่ยมชมประเพณีท้องถิ่นที่ได้จัดขึ้น โดยที่นักท่องเที่ยวจะรับความเพลิดเพลินทางด้านสุนทรียศาสตร์ สัมผัสกับวิถีความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ หรือพิธีกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ยังช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม การได้รับประสบการณ์ใหม่ที่อยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอาศัยความร่วมมือจากคนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวนี้

2) การท่องเที่ยวเพื่อชมวิถีชีวิตในหมู่บ้านชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อเยี่ยมชมชุมชนในชนบทที่มีลักษณะโดดเด่นในด้านวิถีชีวิต หรือการสร้างผลงานจากภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งมีความโดดเด่น โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินจากการดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นที่อยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยอาศัยความร่วมมือจากคนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวตามรูปแบบความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อนและศึกษาวิธีการดูแลสุขภาพ ทั้งทางกายและจิตใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน รวมไปถึงการได้รับความรู้ต่อการรักษาคุณค่าและการมีคุณภาพชีวิตที่ดี การมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอาศัยความร่วมมือจากคนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพนี้อาจจัดรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health, Beauty and Spa) ได้เช่นกัน

2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu - Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางที่มีจุดประสงค์เพื่อการทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนและเรียนรู้ปรัชญาทางศาสนา การเดินทางเพื่อแสวงหาความรู้ สัจธรรมของชีวิต การฝึกทำสมาธิเพื่อให้ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่ที่เพิ่มขึ้น การมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยอาศัยความร่วมมือจากคนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การท่องเที่ยวประเภทนี้อาจจะรวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่าง และงานศิลปหัตถกรรมไทย เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีน้ำ เป็นต้น ให้ความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้ว มีความสนุกสนาน ตื่นเต้น ผจญภัย หวาดเสียว เกิดความทรงจำ ความปลอดภัย และมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้ได้สัมผัส

5) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Homestay & Farmstay) หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าไปศึกษาและเรียนรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยการเข้าไปเยี่ยมเยียนและใช้ชีวิตร่วมกับครอบครัวในท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด โดยคำนึงถึงจิตสำนึกของการรักษาวัฒนธรรมของท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม ซึ่งชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

6) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุจากการทำงาน ที่เดินทางท่องเที่ยวและต้องการใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ 5 ของชีวิต คือ การท่องเที่ยวโดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 - 4 ครั้งต่อปี อย่างน้อย 1 เดือน



7) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M = Meeting / I = Incentive / C = Conference / E = Exhibition) เป็นการจําหน่ายให้แก่อุ้มนักค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจําหน่ายเที่ยวก่อนการประชุม (Pre - Tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post - Tour) โดยการจําหน่ายท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ อาจเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือรูปแบบการท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน 2 - 4 วัน โดยมีการคิดราคาแบบเหมาจ่ายค่าอาหารและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยมอบบริการให้กับผู้ที่มาเข้าร่วมการประชุมหรือผู้ร่วมเดินทางมาพร้อมกับผู้เข้าประชุม เช่น ภรรยาของผู้เข้าประชุม

8) การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน คือ หนึ่งในรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ถูกจัดสรรมาจากการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ถูกกล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาทำเป็นรูปแบบการนำเที่ยว โดยมีระยะเวลาตั้งแต่ 2 - 7 วันหรือมากกว่านั้น ซึ่งจะได้รับความรู้สึกที่แตกต่างไปจากเดิมในระหว่างการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco - Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro - Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco - Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo - Historical Tourism) รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro - Cultural Tourism) เป็นต้น

9) การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม (Dark Tourism) การท่องเที่ยวในสถานที่ที่เกิดหายนะและโศกนาฏกรรมของมวลมนุษยชาติ ทั้งที่เกิดจากความโหดร้ายของมนุษย์ เช่น การทำสงคราม รวมถึงร่องรอยความสูญเสียที่เกิดขึ้นจากภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวมีลักษณะแบ่งตามประสบการณ์การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ การจําแนกจุดหมายปลายทาง ความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลายซึ่งสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ในปัจจุบันมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ทางคณะผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความสูญเสียทั้งจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ ภัยสงคราม การก่อการร้าย เช่น ทางรถไฟสายมรณะที่สร้างขึ้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยใช้แรงงานเชลยศึกฝ่ายสัมพันธมิตร ซึ่งมีผู้เสียชีวิตจำนวนมากจากเหตุการณ์นี้ โดยนักท่องเที่ยวสามารถรำลึกเรื่องราวความเป็นมาจากสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยเกิดเหตุการณ์เลวร้ายในอดีตได้อีกด้วย การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมถือเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ซึ่งเป็นการเดินทางเพื่อไปสัมผัสบรรยากาศ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ รวมถึงมีการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ควบคู่ไปด้วย อีกทั้งยังเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีความต้องการที่จะไปสัมผัสประสบการณ์ด้วยตนเอง

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

### 2.1 ความหมายการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

โรเจ็ค (Rojek, 1993 อ้างถึงใน มนัสสินี บุญศรีสง่า, 2557) ได้เสนอคำว่า Black Spots Tourism หมายถึง สถานที่ฝังศพ สถานที่ที่ผู้เสียชีวิต หรือเป็นสถานที่ที่คนจำนวนมากเสียชีวิตจากอุบัติเหตุในเหตุการณ์สำคัญ และได้รับการพัฒนาในเชิงพาณิชย์หรือเพื่อการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ที่ James Dean เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถยนต์ หรือ สถานที่จุดเทียนที่ระลึก Elvis Presley ที่ Graceland

ซีตัน (Seaton, 1996) ได้เสนอคำว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม มีประวัติที่ยาวนานตั้งแต่สมัยยุคกลาง แต่มีการพัฒนาอย่างมากในช่วงปลายศตวรรษที่ 18 ถึงต้นศตวรรษที่ 19 เช่น การเดินทางไป Battlefield of Waterloo นอกจากนี้ยังได้มีการนำเสนอคำว่า Thana Tourism หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่ง ๆ ซึ่งมีแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องทั้งหมดหรือเกี่ยวข้องเพียงบางส่วนที่ต้องการเข้าไปสัมผัสกับความตายอย่างแท้จริงหรือในเชิงสัญลักษณ์ (Actual or Symbolic Encounter with Death)

เลนนอนและโฟเลย์ (Lennon & Foley, 2000 อ้างถึงใน Mckinney, 2019) ได้ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เกิดขึ้นครั้งแรกในปี 1996 การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม หรือ Thana tourism ที่มาจาก Thanatos จากภาษากรีก ซึ่งหมายถึง ความตายอันรุนแรง (โตมร ศุขปรีชา, 2557) บางครั้งถูกอ้างถึงในเชิงวิชาการ หมายถึง สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับความตาย

วีเวอร์และลอร์ดตัน (Weavor & Lawton, 2006 อ้างถึงใน สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ, 2554) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่ที่เคยเกิดโศกนาฏกรรมขึ้นโดยสถานที่ส่วนใหญ่มักจะเป็นสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับความตายหรือความทรมาน

โจฮันสัน (Johanson, 2012 อ้างถึงใน Abhishek, 2020) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมักจะมีเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้ากับกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ รวมถึงการสู้รบ การเสียชีวิต การประหารชีวิต และความตาย

ซัซรพล เพ็ญโฉม (2563) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม คือ การท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่เกิดหายนะและโศกนาฏกรรมของมวลมนุษยชาติ ไม่ว่าจะเป็นความโหดร้ายที่เกิดจากมนุษย์เช่นฆ่ากันเองจากการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ การก่อการร้ายหรือการทำสงคราม และร่องรอยความสูญเสียจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ

บลอม (Blom, 2000 อ้างถึงใน มนัสสินี บุญศรีสง่า, 2557) ได้เสนอคำว่า Morbid Tourism หมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในเรื่องของการเสียชีวิตกะทันหันและเกี่ยวข้องกับผู้คนจำนวนมาก

โฮเฮนเฮาส์ (Hohenhaus, n.d.) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ถือเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับความตายหรือภัยพิบัติในทางใดทางหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับทาร์โลว์ (Tarlow, 2005 อ้างถึงใน Griffiths, 2015) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นการไปเยือนสถานที่ที่มีโศกนาฏกรรมหรือการเสียชีวิตที่น่าจับตามองในอดีตและยังคงส่งผลกระทบต่อชีวิตของเรา โดยโคเฮน (Cohen, 2011 อ้างถึงใน Griffiths, 2015) กล่าวถึงแง่มุมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมผ่านกระบวนการทัศนของความเป็นจริงทางพื้นที่และความรู้สึกของเหยื่อ การท่องเที่ยวเชิง

โศกนาฏกรรมอาจเรียกโดยทั่วไปว่า การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับความตาย ความทุกข์ทรมานหรือสิ่งที่ดูน่าขนลุก (Stone, 2006 อ้างถึงใน Griffiths, 2015)

ก๊อตแธม (Gotham, 2015 อ้างถึงใน Stainton, 2020) ได้นิยาม การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ว่าเป็นการหมุนเวียนของผู้คนไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่มีลักษณะเป็นทุกข์ โศกเศร้า เศร้าโศกและเจ็บปวด ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม คือ การท่องเที่ยวภัยพิบัติ หมายถึง สถานการณ์ที่สินค้าทางการท่องเที่ยวถูกสร้างขึ้นภายในและจากผลลัพธ์ของภัยพิบัติหรือเหตุการณ์ที่กระทบกระเทือนจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับกริฟฟิธส์ (Griffiths, 2015) ที่ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติ คือ การเดินทางไปยังพื้นที่ที่เพิ่งประสบภัยธรรมชาติหรือภัยที่มนุษย์สร้างขึ้น บุคคลที่เข้าร่วมในการเดินทางประเภทนี้มักจะอยากรู้อยากเห็นผลของภัยพิบัติและมักจะเดินทางเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มที่มีการจัดการ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม คือ การท่องเที่ยวที่มีวิวัฒนาการมาจากคำว่า Thana Tourism หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับความตาย โดยการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม คือ การเดินทางไปยังสถานที่ที่เกิดหายนะและโศกนาฏกรรมของมนุษย์ทั้งที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ เช่น เหตุการณ์สึนามิ ภูเขาไฟระเบิด แผ่นดินไหว เป็นต้น หรือที่มนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้นเอง เช่น การทำสงคราม พื้นที่ขัดแย้งทางศาสนา การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ การก่อการร้าย การระเบิดของโรงงานนิวเคลียร์ รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่อันตราย เช่น ภูเขา ป่า ทะเลทราย หรือเหตุการณ์ที่อันตราย ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสามารถเชื่อมโยงการเดินทางนี้เข้ากับประวัติศาสตร์ได้ ด้วยความอยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการไปสัมผัสบรรยากาศ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรำลึกถึงเรื่องราวความเป็นมาจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมได้อีกด้วย โดยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตส่งผลให้เกิดการปรับปรุงพื้นที่จนกลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและพัฒนาเป็นตราสินค้าทางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

## 2.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ซีตัน (Seaton, 1996) ได้กล่าวถึงรูปแบบของ Thana Tourism ที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 5 รูปแบบ ดังนี้

1. การเดินทางไปเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ที่แสดงความตายหรือสัญลักษณ์แห่งความตายในทางใดทางหนึ่ง เช่น พิพิธภัณฑ์คุกใต้ดิน อาทิตู คูกใต้ดินที่ลอนดอนและปารีสที่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชม หวนรำลึกถึงความน่าสะพรึงกลัวที่เคยเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ของเมือง

2. การเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ที่เคยมีคนจำนวนมากเสียชีวิตในอดีต เป็นรูปแบบการเดินทางที่พบบ่อยที่สุดของ Thana Tourism ซึ่งครอบคลุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่อาจจะเดินทางไปยังสถานที่ที่มีคนตายเป็นจำนวนมาก เช่น ค่ายกักกันเอาชวิตซ์ (Auschwitz) พิพิธภัณฑ์ Culloden Battlefield สนามกีฬาโบราณโคลอสเซียม (The Colosseum in Rome) และจัตุรัสล็อกเกอร์บี (Lockerbie) หรือไปยังสถานที่ที่มีคนที่มีชื่อเสียงเสียชีวิต เช่น ห้องเก็บหนังสือในดัลลัส (Dallas) ซึ่งเคนเนดี

ถูกลอบสังหาร ห้องที่เจ้าชายในหอคอยแห่งลอนดอนถูกสังหาร และถนนที่บุคคลที่มีชื่อเสียงถูกสังหาร เช่น มาร์ค โบลาน (Marc Bolan) เจมส์ ดีน (James Dean) และเอ็ดดี้ คอเครน (Eddie Cochrane)

3. การเดินทางไปยังสถานที่ที่กักกันและอนุสรณ์สถานของผู้เสียชีวิต การท่องเที่ยว Thana Tourism ประเภทนี้รวมถึงการไปเยี่ยมชมสุสาน สุสานใต้ดิน อนุสรณ์สถานสงคราม และอนุสาวรีย์ ในศตวรรษที่ 18 สุสานที่สร้างระลึกถึงความตาย การจากไปของอาชญากรในอดีตที่มักมาพร้อมกับความพึงพอใจอย่างลับ ๆ ของผู้คนที่ได้รับผลกระทบหรือสะเทือนใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตอย่างไม่ได้ตั้งใจ ในศตวรรษที่ 19 ความนิยมในการทำแผ่นป้ายจารึกบนหลุมศพในสุสาน องค์ประกอบการท่องเที่ยวของ Thana Tourism มีความแตกต่างกันไป ตามที่ผู้มาเยือนรู้จักกันดี คือ สุสานและอนุสรณ์สถานบางแห่งเป็นที่ฝังศพของบุคคลที่มีชื่อเสียงทำให้คนนิยมเดินทางมาเยี่ยมชม เช่น สุสานของกษัตริย์และราชินีของสเปน (El Escorial) สุสานชาวยิวในปรากที่เป็นที่ฝังศพของคาฟคา (Kafka) และอนุสรณ์สถานสงครามจำนวนมาก เช่น ประตูกุ Menin ในเบลเยียม และอนุสาวรีย์สตาลินกราด ที่ได้รับความสำคัญทางวัฒนธรรมในระดับชาติหรือในระดับนานาชาติ

4. การเดินทางไปคู่อร่อยหลักฐานที่สำคัญหรือเป็นสัญลักษณ์แทนความตาย สถานที่ที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดย Thana Tourism ประเภทนี้มุ่งตรงไปยังสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับคนตาย มีการรวบรวมหลักฐานหรือสถานที่จำลองความตาย เช่น พิพิธภัณฑที่จัดแสดงอาวุธ เสื้อผ้าของเหยื่อฆาตกรรม และสิ่งประดิษฐ์อื่น ๆ

5. การเดินทางเพื่อชมการจำลองประวัติศาสตร์หรือการจำลองการตาย การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ในช่วงศตวรรษที่ 20 ส่วนใหญ่จะถูกจำกัดไว้เฉพาะในการนำเสนอทางศาสนาที่รื้อฟื้นการสิ้นพระชนม์ของพระเยซูหรือบุคคลอื่น ๆ ในศาสนาคริสต์ โดยจะนำรูปจำลองของพระเยซูไปตามถนน นับตั้งแต่การเกิดสงครามได้มีการพัฒนาในรูปแบบของการจำลองประวัติศาสตร์ของการสู้รบที่จัดฉากโดยกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับสงคราม เช่น สมาคมสงครามกลางเมืองอังกฤษได้จัดกิจกรรม Murder Weekends ขึ้นเพื่อเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถรวมตัวกันเพื่อไขคดีการฆาตกรรม

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมตามที่สโตน (Stone, 2006 อ้างถึงใน Stainton, 2020) ได้แบ่งประเภทการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. จำลองสถานการณ์โรงงานแห่งความมืด สถานที่ที่จำลองและออกแบบให้เป็นโรงงานที่มีความสนุกสนานเป็นศูนย์รวมของเล่น แม้ว่าสิ่งเหล่านี้มักเกี่ยวข้องกับเด็ก แต่ก็สามารถมุ่งเป้าไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่ได้เช่นกัน เช่น มีห้องหลบหนีซึ่งคิดค้นให้เกี่ยวข้องกับความมืด การไล่ล่าขอมบี้หรือกิจกรรมการแสดงละครที่ทั้งหมดเกิดขึ้นในโรงงานแห่งความมืด

2. นิทรรศการแห่งความมืด มีนิทรรศการแห่งความมืดที่แตกต่างกันมากมายทั่วโลกที่มุ่งเน้นไปที่ความหายนะ เช่น นิทรรศการยุคเขมรแดงในกัมพูชา รวมถึงนิทรรศการที่เกี่ยวกับสงครามเวียดนาม เป็นต้น นิทรรศการแห่งความมืดเป็นโอกาสที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ที่เลวร้ายหรือได้ตระหนักถึงเหตุการณ์ในสถานที่นั้น ๆ

3. คุกใต้ดิน สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งได้เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม สิ่งเหล่านี้อาจคงอยู่ในรูปแบบเดิมหรืออาจมีการเปลี่ยนแปลงสำหรับทำการจัดแสดง เช่น คุกใต้ดินลอนดอนกลายเป็นสถานที่จัดแสดงในลักษณะของการรวมเอานักแสดงมาทำการแสดงสด กิจกรรมทางประสาทสัมผัส และเครื่องเล่นต่าง ๆ ไว้ด้วยกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

4. สถานที่พักผ่อนแห่งความมืดมน ในลักษณะของสุสาน แม้ว่าการเยี่ยมชมสุสานอาจไม่ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวมากนัก แต่ก็ยังมีนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเข้าไปเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง สุสานที่มีชื่อเสียง เช่น ภูเขามะกอกเทศ (Mount of Olive) ในกรุงเยรูซาเล็ม สุสานเรโคเลตา (Recoleta Cemetery) ในอาร์เจนตินา และสุสานเลนิน (Lenin's Mausoleum) ในมอสโก

5. เทวสถานแห่งความมืดมน มีเทวสถานหลายแห่งทั่วโลกเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม เทวสถานที่มีชื่อเสียง คือ โดมศิลา (Dome of the Rock) ในกรุงเยรูซาเล็ม เทวสถานเป็นที่นิยมโดยเฉพาะในประเทศแถบเอเชีย

6. สถานที่ที่เกิดสงคราม สถานที่ที่มีความขัดแย้งมักกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เมื่อเหตุการณ์ในอดีตจบลงก็จะได้รับการฟื้นฟูในช่วงเวลาที่เหมาะสม สถานที่ที่เกิดสงครามที่มีชื่อเสียง เช่น อุโมงค์กูจี้ (Cu Chi Tunnels) ในเวียดนามและชายหาดนอร์ม็องดี ในฝรั่งเศส เป็นต้น

7. ค่ายกักกันของการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ มีการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์หลายพื้นที่ซึ่งกลายเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว แม้ว่าจะเห็นได้ชัดว่าเป็นประวัติศาสตร์ที่น่าเศร้า นักท่องเที่ยวก็ยังเลือกที่จะเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ เช่น เอาชวิทซ์ (Auschwitz) และคารากันดา (Karaganda) ในคาซัคสถาน เพื่อเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับประวัติศาสตร์

8. สถานที่ที่เกิดภัยพิบัติ ไม่ว่าเหตุการณ์จะเกิดภายหลังหรือหลังจากผ่านไประยะหนึ่ง ก็เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม คือ การท่องเที่ยวที่เกิดจากภัยพิบัติที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทำให้ช่วยสร้างความตระหนักรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ได้มีการกล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมหลายรูปแบบ เช่น

1. การท่องเที่ยวเชิงปรมาณู (Atomic Tourism) เป็นรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของระเบิดนิวเคลียร์ยังรวมถึงพื้นที่ที่มีการระเบิดและพายุหิมะที่บรรทุกระเบิดนั้น ๆ การท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวอาจไม่สามารถพบในเมืองไทยแต่ที่เห็นชัด คือ การเยี่ยมชมเมืองฮิโรชิมาและนางาซากิ ซึ่งเมืองทั้งสองเคยถูกทิ้งระเบิดนิวเคลียร์ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2

2. การท่องเที่ยวรูปแบบพื้นที่สังหารและพื้นที่ภัยพิบัติ (Black Tourism or Grief Tourism) คือ การท่องเที่ยวบริเวณที่เกี่ยวข้องกับการสังหารหรือพื้นที่เสี่ยงภัย รวมไปถึงปราสาทและสนามรบ เช่น สมรภูมิมิลโลเดน (Culloden) ในสกอตแลนด์ บริเวณที่เกิดภัยพิบัติทั้งที่เกิดจากน้ำมือมนุษย์หรือธรรมชาติ เช่น กราวด์ ซีโร่ (Ground zero) เหตุการณ์ 9/11 ในนิวยอร์ก

3. การท่องเที่ยวภัยพิบัติ (Disaster Tourism) คือ การท่องเที่ยว ณ บริเวณที่เคยเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติหรืออาจมีการช่วยเหลือผู้ประสบภัยร่วมด้วย เช่น เหตุการณ์สึนามิ

4. การท่องเที่ยวเสี่ยงภัย (Extreme Tourism or Shock Tourism) คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบเน้นการท่องเที่ยวในสถานที่อันตราย เช่น ภูเขา ป่า ทะเลทราย ถ้ำ หรือเหตุการณ์ที่อันตราย ในบางครั้ง (Extreme Tourism) คล้ายกับรูปแบบ (Extreme Sport) เนื่องจากรูปแบบทั้งสองได้เน้นไปที่การหลั่งอะดรีนาลีนของร่างกาย (Adrenaline Rush)

5. การท่องเที่ยวเขตพื้นที่ทหาร (Militarism Heritage Tourism) คือ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ทหาร หมายถึง การเดินทางเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของทหาร เช่น ค่ายทหารเก่า เขาค้อ ภูหินร่องกล้า หรืออนุสรณ์สถานต่าง ๆ

6. การท่องเที่ยวสมรภูมิรบ (War Tourism) คือ การท่องเที่ยวเข้าไปในสมรภูมิรบเพื่อสัมผัสบรรยากาศสงครามอย่างใกล้ชิด ซึ่งลักษณะการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวในช่วงเวลาที่ผ่านมา มีจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสงคราม เช่น สงครามเวียดนามหรือสงครามในกัมพูชา เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยแบ่งประเภทจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งเคนเดิล (Kendle, n.d. อ้างถึงใน สุวีริณัสญ์ โสภณศิริ, 2554) กล่าวไว้ว่ามี 5 รูปแบบ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงเศร้าโศก (Grief Tourism) การเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ที่มีความเศร้าโศกเกิดขึ้นในอดีต ส่วนใหญ่เป็นสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับสงคราม เช่น สถานที่กักกันที่จักรวรรดินาซีสร้างขึ้นเพื่อใช้สังหารหมู่ชาวยิวด้วยวิธีรมแก๊ส สนามรบ สุสานทหารศึก บริเวณกราวด์ซีโร่ (Ground Zero) ซึ่งเคยเป็นที่ตั้งของตึกเวิร์ลเทรดเซนเตอร์ (World Trade Center)

2. การท่องเที่ยวเชิงภัยพิบัติ (Disaster Tourism) การเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ที่เกิดหายนะหรือภัยพิบัติ ซึ่งคร่าชีวิตคนเป็นจำนวนมาก เช่น สถานที่ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ เมืองนิวออร์ลีนในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้รับผลกระทบจากเฮอริเคนแคทริน่า (Hurricane Katrina) เมืองปอมเปอี (Pompeii) ซึ่งได้รับผลกระทบจากการระเบิดของภูเขาไฟวิสุเวียส (Mount Vesuvius)

3. การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความยากจน (Poverty Tourism) การเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ที่ประชากรมีความยากจนแร้นแค้นและมีคุณภาพชีวิตที่ต่ำกว่ามาตรฐาน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อไปสัมผัสความเป็นอยู่ที่แตกต่างจากที่นักท่องเที่ยวคุ้นเคย ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางมาจากประเทศที่พัฒนาแล้วเพื่อไปเยือนยังประเทศด้อยพัฒนา แม้ว่าจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวแบบนี้จะเกิดขึ้นเพราะความสงสัยใคร่รู้ว่าผู้คนที่มีความยากจนนั้นมีชีวิตต่างจากตัวนักท่องเที่ยวเช่นไร แต่หลังจากที่นักท่องเที่ยวได้เห็นสภาพความเป็นอยู่ที่ยากแค้นของผู้คนที่อาศัยอยู่ในสถานที่ดังกล่าวก็อาจจะเกิดแรงบันดาลใจที่จะช่วยคนเหล่านั้นให้พ้นทุกข์ด้วยการบริจาคทุนทรัพย์หรือแม้กระทั่งมีการรับอุปการะคนในชุมชนดังกล่าวก็ได้ ตัวอย่างของการไปเที่ยวในรูปแบบนี้ ได้แก่ การไปเที่ยวที่สลัมในประเทศอินเดีย เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อฆ่าตัวตาย (Suicide Tourism) นักท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมประเภทนี้มีอยู่สองกลุ่มหลัก ๆ โดยกลุ่มแรกจะเป็นผู้ที่เดินทางไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียงเพื่อฆ่าตัวตาย เช่น การเดินทางไปกระโดดตึกที่มีชื่อเสียงเพื่อฆ่าตัวตาย ในปัจจุบันยังไม่ทราบสาเหตุแน่ชัดว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความตั้งใจที่จะเดินทางไปเพื่อฆ่าตัวตายโดยเฉพาะหรือเป็นการเดินทางไปเที่ยวทั่วไป ซึ่งโดยปกติส่วนใหญ่จะลงเอยด้วยการฆ่าตัวตาย ซึ่งอาจสันนิษฐานได้ว่าเนื่องจากบรรยากาศโดยรอบที่พาไปสู่การฆ่าตัวตาย อีกกลุ่มหนึ่งเป็นผู้ป่วยที่ทุกข์ทรมานจากโรคที่รักษาไม่หายเดินทางไปยังประเทศที่มีกฎหมายซึ่งอนุญาตให้ผู้ป่วยชั้นรุนแรงสามารถตัดสินใจจบชีวิตตนเองได้ด้วยวิธีการุณยฆาต (Euthanasia) เพื่อให้หลุดพ้นจากความทรมาน โดยประเทศที่ได้มีการอนุญาตให้สามารถฆ่าตัวตายโดยใช้วิธีนี้ได้แก่ ประเทศเบลเยียม ประเทศลักเซมเบิร์ก ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และบางรัฐในประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น รัฐโอเรกอนและรัฐวอชิงตัน

5. การท่องเที่ยวก่อนวันโลกาวินาศ (Doomsday Tourism) การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมชมสถานที่ที่อาจหายไปจากโลกในอนาคตอันใกล้ ที่อาจเกิดจากความเชื่อที่ว่าวันโลกาวินาศกำลังจะมาถึงทำให้คนต้องรีบไปเที่ยวในสถานที่ที่จะหายสาบสูญไปตลอดกาล เช่น การไปเที่ยว 100 สถานที่ที่น่าจะจางก่อนที่จะหายไปอันเกิดจากภาวะโลกร้อน

จากที่กล่าวมาข้างต้นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง Thana Tourism เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญรูปแบบหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ซึ่งจะเห็นได้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมักมีความเกี่ยวข้องกับความตาย ความสูญเสีย ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีเหตุการณ์เสียชีวิตของคนจำนวนมากหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑที่แสดงถึงความตาย อนุสรณ์สถานของผู้เสียชีวิต สุสานของผู้เสียชีวิต รวมถึงการเดินทางจำลองประวัติศาสตร์ โดยในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่เดินทางไปสถานที่ที่เคยเกิดภัยพิบัติขึ้น เพื่อสัมผัสบรรยากาศ รำลึกและตระหนักถึงเหตุการณ์เหล่านั้น อาจเดินทางไปยังสถานที่ที่ยังคงเกิดเหตุการณ์อยู่เพื่อเข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยอีกด้วย รูปแบบการเดินทางที่เดินทางไปยังสถานที่ที่เกิดสงคราม สถานที่ที่มีความขัดแย้ง เพื่อสัมผัสถึงเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต และเรียนรู้ประวัติศาสตร์ รวมถึงคุกใต้ดิน ค่ายกักกัน ที่เป็นผลพวงมาจากสงคราม ก็เป็นสถานที่ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมอีกด้วย รูปแบบการเดินทางเพื่อสัมผัสความยากจน เป็นการเดินทางเพื่อเข้าไปชมสภาพความเป็นอยู่ที่ย่ำแย่ของผู้คนที่อาศัยอยู่ในสถานที่ด้อยพัฒนา อาจรวมไปถึงการบริจาคทุนทรัพย์หรือการรับอุปการะคนในชุมชน รวมถึงรูปแบบการเดินทางเพื่อฆ่าตัวตาย เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียงเพื่อฆ่าตัวตาย หรือเดินทางไปยังประเทศที่อนุญาตให้ทำการการุณยฆาต โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการที่แตกต่างกัน อีกทั้งการเลือกทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวก็แตกต่างกันจึงทำให้เกิดรูปแบบการเดินทางที่หลากหลายขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

### 3. แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

#### 3.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว

หฤทัย พันธุ์จุล (2560) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางเพื่อความรื่นรมย์ สนุกสนาน เพลิดเพลิน และพึงพอใจ ซึ่งเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่มีมาแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หลัง สงครามโลกครั้งที่ 1 พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติได้ให้มติในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ได้มีการพิจารณาบทนิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เสนอ ให้องค์การสหประชาชาติประกาศให้ทุกประเทศทั่วโลกใช้ในความหมายเดียวกัน ดังนี้

1. ผู้มาเยือน ได้แก่ บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนไม่ได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม ไม่ใช่เพื่อไปประกอบอาชีพ หรือเพื่อหารายได้

2. นักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวค้างคืน ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พำนักอยู่ในประเทศที่มาจากเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และเดินทางมาเยือนเพื่อการพักผ่อน พักฟื้น ทัศนศึกษา ประกอบศาสนกิจ รวมถึงการแข่งกีฬา ติดต่อธุรกิจและเรื่องการประชุมสัมมนา

3. นักทัศนาจรหรือนักท่องเที่ยวไม่ค้างคืน ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2503, อ้างถึงในหฤทัย พันธุ์จุล, 2560) ได้นิยามคำศัพท์ นักท่องเที่ยวไว้ว่า ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ บุคคลที่ไม่ได้มีที่พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย

2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยในแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน ไม่เกิน 60 วัน

3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยไม่ได้ค้างคืน

4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง

สแตนตัน (Stainton, 2020) ได้สรุปว่า องค์การสหประชาชาติกำหนดให้นักท่องเที่ยวต้องอยู่ห่างจากสภาพแวดล้อมที่พำนักเป็นเวลามากกว่า 1 คืน แต่ไม่น้อยกว่า 1 ปี โดยคุณสมบัตินักท่องเที่ยว ได้แก่ บุคคลที่เดินทางออกจากที่ที่พวกเขาอาศัยอยู่เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมยามว่างหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่แตกต่างกันไป รวมถึงนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนค้างคืน นักท่องเที่ยวภายในประเทศ นักท่องเที่ยวจากประเทศถูกจัดประเภทเป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนค้างคืน

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยว คือ บุคคลที่เดินทางออกจากที่พำนักของตนเอง มีทั้งเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อีกทั้งยังมีรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวแบบค้างคืนและไม่ค้างคืน เพื่อพักผ่อนหรือเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน หลีกหนีความเครียดจากงาน หรือเป็นนักท่องเที่ยวค้างคืนเพื่อทัศนศึกษา ร่วมการแข่งขันกีฬา



และติดต่อรูทกิจ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องเดินทางออกจากที่พักมากกว่า 1 คืนแต่น้อยกว่า 1 ปี

### 3.2 ความหมายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เอลเลียต (Elliot, 2015) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่นักท่องเที่ยว แสดงออกทั้งที่สังเกตได้และไม่สามารถสังเกตได้ เมื่อเกิดการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยว โดยการรับรู้ที่เปลี่ยนแปลงและเป็นพลวัต ตลอดจนทางกายภาพและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาดและแหล่งท่องเที่ยวในด้านการตลาด พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งธุรกิจท่องเที่ยวต้องพยายามทำความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวอยู่ที่ใด เมื่อใด และเพราะอะไร เพื่อนำมาวิเคราะห์ประยุกต์ใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จูวาน (Juvan, 2017) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นบริบทของพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อ การเลือกใช้บริการท่องเที่ยว หรือบริการต่าง ๆ ถือเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งทำให้ยากต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นของนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2555, อ้างถึงใน ปณีสยา สิริรุ่งโรจน์กนก, 2559) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติกหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในการแสดงออกขณะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเป็นคำพูด หรือการกระทำ การแสดงสีหน้า ท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูปรับประทานอาหาร ซึ่งการแสดงออกเหล่านั้น อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการพื้นฐานของแต่ละคนที่อาจคล้ายคลึงหรือแตกต่าง หรืออาจมาจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่ได้รับขณะนั้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำของนักท่องเที่ยวที่มุ่งตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งสามารถสังเกตได้และสังเกตไม่ได้ เช่น การกระทำ การแสดงสีหน้า ท่าทาง คำพูด โดยในการเลือกใช้บริการและของนักท่องเที่ยวจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับความสนใจของนักท่องเที่ยวและค่านิยมในสังคม ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กับการจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อจัดทำแผนการตลาดให้ตอบโต้ความต้องการของนักท่องเที่ยว

### 3.3 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ปณีสยา สิริรุ่งโรจน์กนก (2559) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่ามีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ
2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง
5. การตอบสนอง หมายถึง การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุผลตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ โดยจะต้องมีการจัดการดำเนินการไว้ล่วงหน้า รวมถึงวางแผนการเดินทาง เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยการกำหนดกิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก และกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา หมายถึง ผลที่มาจากการกระทำบางอย่าง อาจได้ผลลัพธ์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ หรือ อาจตรงกันข้ามกับเป้าหมายที่ตั้งไว้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ

สำนักงานสถิติแห่งชาติร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) ได้ทำการสำรวจและเก็บข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ซึ่งสรุปได้ว่าสามารถแบ่งพฤติกรรมกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้ออกเป็น 8 ประการ ดังนี้

1. การเดินทางและลักษณะการเดินทาง เกี่ยวกับการเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำในจังหวัดหนึ่งไปยังสถานที่อยู่ในอีกจังหวัดหนึ่งเป็นการชั่วคราว อาจมีการพักค้างคืนหรือเดินทางแบบ One Day Trip
2. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปพักผ่อน เยี่ยมครอบครัว ประชุมหรือสัมมนา เล่นหรือดูกีฬา ประกอบพิธีทางศาสนา รวมทั้งเดินทางเพื่อไปรับการรักษาตัว หรือประกอบภารกิจอื่น ๆ ไม่รวมการเดินทางไปทำงาน หรือไปศึกษาเป็นประจำ และการเดินทางไปซื้อสินค้ามาจำหน่าย
3. กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางเป็นไปตามรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางตามความสนใจ เช่น การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การพักผ่อนในที่พักหรือไม่ทำกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น โดยมีกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทาง เช่น การอุดหนุนร้านค้า สินค้า

และบริการท้องถิ่น การเข้าร่วมงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น รวมถึงสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการเดินทางท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิตท้องถิ่น วัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ ภาษา อาหาร ดนตรีและภูมิปัญญาชาวบ้าน

4. ลักษณะการจัดการเดินทาง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว เดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งการตัดสินใจเลือกการเดินทางที่ไปกับครอบครัว นักท่องเที่ยวมักจะตัดสินใจด้วยตนเอง โดยลักษณะการเดินทางนั้นส่วนใหญ่มีการจัดการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด หรือมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงบริษัทนำเที่ยวจัดการให้ ส่วนวันที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นในวันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดเทศกาลเป็นหลัก

5. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางและสถานที่พักแรม พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ผู้เดินทางท่องเที่ยวนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสาร รถตู้ รถเช่าต่าง ๆ เช่น รถบัส รถไฟและเครื่องบิน เป็นต้น

6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามงบประมาณของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนคืนที่พักแรม ระยะทางการเดินทาง ค่าครองชีพของแต่ละท้องถิ่น และค่านิยมส่วนบุคคล

7. การวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวจะมีการเดินทางที่วางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรเงินกับการเดินทางที่ไม่ได้มีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวไว้

8. การรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะรับรู้การประชาสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยวได้หลายช่องทางผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ เว็บไซต์ ป้ายโฆษณา และสื่อออนไลน์ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวกระทำออกมาโดยอาจจะตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจก็ตาม ซึ่งปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ค่านิยม แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ความคาดหวังต่อการเดินทาง ทักษะคิด การรับรู้ ความพึงพอใจ รวมถึงความไว้วางใจและความจงรักภักดี อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังแสดงพฤติกรรมออกมาเมื่อเกิดผลลัพธ์ เช่น จุดมุ่งหมาย การแปลความหมาย และปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ช่วยให้นักธุรกิจหรือนักการตลาด สามารถเรียนรู้และวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อสามารถพัฒนาการตลาด สินค้าและบริการให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน

### 3.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยทางคณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวคิดของสกอตต์และคณะ (Scott et al., 2014) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าสามารถแบ่งออกเป็น 9 ปัจจัย ดังนี้

1. กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ที่ซับซ้อน รวมถึงอาจมีการวางแผนหรือไม่ได้วางแผนไว้ และเกิดการกระตุ้นในการตัดสินใจ
2. ค่านิยม มีอิทธิพลอย่างมากต่อการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกสินค้าและบริการ
3. แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจทางการตลาด เช่น การแบ่งส่วน การพัฒนาสินค้าและบริการ การโฆษณา และการวางตำแหน่ง
4. แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง อิทธิพลที่มีต่อภาพลักษณ์ การเลือกจุดหมายปลายทาง ความตั้งใจในการเดินทาง และบุคลิกภาพถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง
5. ความคาดหวังต่อการเดินทาง โดยประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ตรงกับความคาดหวังหรือเกินความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะยังคงอยู่ในความทรงจำในเชิงบวก ความคาดหวังขึ้นอยู่กับประสบการณ์รับรู้ที่ผ่านมา เช่น คำบอกเล่า การโฆษณา ลักษณะส่วนบุคคล และแรงจูงใจ
6. ทักษะคิด เป็นความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางกับความเข้าใจในแง่ของอารมณ์และค่านิยมของนักท่องเที่ยว
7. การรับรู้ ของนักท่องเที่ยวมุ่งเน้นไปที่การรับรู้ความเสี่ยงและความปลอดภัยเป็นหลัก ซึ่งรวมถึงการรับรู้อาชญากรรม และการรับรู้การก่อการร้ายหรือการระบาดของโรคบางชนิด
8. ความพึงพอใจ นั้นเกี่ยวข้องกับการประเมินการเลือกซื้อสินค้าและบริการหรือการประเมินองค์ประกอบแต่ละรายการของการซื้อ
9. ความไว้วางใจและความจงรักภักดี เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค โดยนักท่องเที่ยวสามารถจงรักภักดีต่อผู้ให้บริการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ พร้อมกันได้มากกว่าหนึ่งธุรกิจ จากภาคการท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน โดยค่านิยมของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลอย่างมากในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ความคาดหวังการเดินทางที่เกิดจากคำบอกเล่า โฆษณาและภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางก็สามารถทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกมา เช่น ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความจงรักภักดีในการกลับไปเยือนสถานที่เหล่านั้น

### 3.5 ทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะต้องทำการศึกษาเกี่ยวกับพื้นฐานพฤติกรรมผู้บริโภคที่ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้น ทิศทางความต้องการของผู้บริโภคที่นักธุรกิจไม่สามารถคาดการณ์ได้ รวมถึงการตอบกลับของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นต้นแบบที่แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยทฤษฎีตัวแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior Model) ของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) สามารถแบ่งตัวแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Marketing and Other Stimuli) คือ สิ่งกระตุ้นภายนอกที่อยู่ล้อมรอบตัวนักท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการสินค้าทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด คือ สิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด และเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถควบคุมได้ แบ่งออกได้ดังนี้

ก) แรงกระตุ้นด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว เป็นแรงกระตุ้นด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งออกแบบและกำหนดคุณภาพ ตั้งชื่อสินค้าและบริการเพื่อกระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข) แรงกระตุ้นด้านราคาสินค้าทางการท่องเที่ยว เป็นแรงกระตุ้นด้านราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งกำหนดราคาให้สอดคล้องกับประเภทของบริการ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

ค) แรงกระตุ้นด้านการจัดจำหน่ายสินค้าทางการท่องเที่ยว เป็นแรงกระตุ้นด้านการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ได้จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม

ง) แรงกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว เป็นแรงกระตุ้นของสื่อต่าง ๆ ที่เผยแพร่สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการ

2) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ คือ สิ่งกระตุ้นภายนอกที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่

ก) แรงกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของนักท่องเที่ยว ราคา น้ำมัน ค่าครองชีพ เป็นต้น

ข) แรงกระตุ้นด้านเทคโนโลยี เช่น ระบบการจำหน่ายสินค้าและบริการด้วยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์หรือเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น

ค) แรงกระตุ้นด้านกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายการเสียภาษีสำหรับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นและลดลง เป็นต้น

ง) แรงกระตุ้นด้านวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรม ประเพณี และขนบธรรมเนียม ส่งผลต่อความต้องการ รวมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2. กล่องดำนักท่องเที่ยว (Tourist's Black Box) เปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายสินค้าทางการท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าถึงหรือทราบความคิดของนักท่องเที่ยวได้ จึงต้องพยายามค้นหาให้ทราบจนได้

3. การตอบกลับของนักท่องเที่ยว (Tourist's Response) คือ การตกลงใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว การเลือกตราสินค้า การตัดสินใจซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใด จะซื้อในปริมาณเท่าไร อัตราการใช้เวลาที่จะรับบริการและวิธีการชำระเงินจากการรับบริการ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะสามารถเห็นได้ว่าการศึกษาทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทำให้เข้าใจถึงปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน โดยปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่อยู่รอบตัวของนักท่องเที่ยว เจ้าของธุรกิจสามารถจัดสรรและควบคุมเพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยภายในเปรียบเสมือนกล่องคำของนักท่องเที่ยวที่เจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องทำความเข้าใจและเข้าถึง เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว ซึ่งเจ้าของธุรกิจจะสามารถผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้ตอบสนองตรงความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ตัวแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยังสามารถบอกถึงสิ่งกระตุ้นของนักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมาย การเมือง และวัฒนธรรม ซึ่งการศึกษาตัวแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนี้นี้ช่วยให้เจ้าของธุรกิจสามารถผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

### 3.6 ประเภทพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาประเภทนักท่องเที่ยวที่จำแนกตามพฤติกรรมการเดินทาง โดยสามารถจำแนกรูปแบบประเภทนักท่องเที่ยวออกเป็น 23 ประเภท ซึ่งสรุปเป็นตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 ประเภทพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผู้เขียน	ประเภทพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
Dalen (1989)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Modern Materialists</b> ต้องการมีผิวสีแทนเพื่ออวดผิวเมื่อกลับจากการท่องเที่ยว ชอบสังสรรค์และให้ความสำคัญกับอาหารและเครื่องดื่ม</li> <li>2. <b>Modern Idealist</b> แสวงหาความตื่นเต้นและบันเทิง ไม่ชอบการท่องเที่ยวแบบมวลชนหรือการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดแผนการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน</li> <li>3. <b>Traditional Idealist</b> ต้องการคุณภาพ วัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ความสงบ และความปลอดภัย</li> <li>4. <b>Traditional Materialists</b> มักจะมองหาข้อเสนอพิเศษและราคาต่ำ ๆ และมีความห่วงใยเกี่ยวกับความปลอดภัยของคนอย่างมาก</li> </ol>

ผู้เขียน	ประเภทพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
Plog (1977)	<p><b>5. Allocentrics</b> กล้าเสี่ยง แสวงหาการท่องเที่ยวที่ตื่นเต้นท้าทาย ชอบสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ ชอบเที่ยวคนเดียว</p> <p><b>6. Psychocentrics</b> ไม่ชอบเสี่ยง เลือกที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวที่คุ้นเคยหรือมีชื่อเสียง</p>
Perreault & Darden (1979)	<p><b>7. Budget Travelers</b> มีรายได้ปานกลางแต่แสวงหาการท่องเที่ยวราคาถูก</p> <p><b>8. Adventurous Tourist</b> มีการศึกษาดีและร่ำรวย หลงใหลในการท่องเที่ยวที่มีความตื่นเต้นท้าทาย</p> <p><b>9. Homebody Tourist</b> ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่ปรึกษาใครและใช้เวลาในการวางแผนค่อนข้างจำกัด</p> <p><b>10. Vacationers</b> ใช้เวลาอย่างมากในการจินตนาการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวครั้งต่อไป เป็นคนกระตือรือร้นในตำแหน่งที่มีรายได้ต่ำ</p> <p><b>11. Moderates</b> มีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวสูงแต่ไม่สนใจวันหยุดสุดสัปดาห์หรือกีฬา</p>
Westvlaams (1986)	<p><b>12. Active Sea Lovers</b> นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบทะเลที่กระตือรือร้นที่ต้องการพักผ่อนริมทะเลที่มีชายหาดอยู่ใกล้ ๆ</p> <p><b>13. Contact - minded holiday makers</b> นักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนในวันหยุด ให้ความสำคัญกับการได้รู้จักเพื่อนใหม่ในวันหยุด และคนในท้องถิ่นให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น</p> <p><b>14. Nature Viewers</b> นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว</p> <p><b>15. Rest-seekers</b> นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ ในวันหยุด</p> <p><b>16. Discovers</b> นักค้นหา ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่ ๆ</p> <p><b>17. Family - orientated</b> นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดด ทะเลและชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว</p> <p><b>18. Traditionalists</b> นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม ชอบเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย</p>

ผู้เขียน	ประเภทพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
Cohen (1979)	<p><b>19. Recreational Tourist</b> นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย</p> <p><b>20. Diversionary Tourist</b> นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามค้นหาแนวทางเพื่อลืมนความจำเจในชีวิตประจำวัน</p> <p><b>21. Experiential Tourist</b> นักท่องเที่ยวแบบมุ่งหาประสบการณ์ที่แท้จริง ชอบสนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงจากการท่องเที่ยว</p> <p><b>22. Experimental Tourist</b> นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบพูดคุยติดต่อกับคนในท้องถิ่นเพื่อทำการเรียนรู้ ทำความเข้าใจชีวิตความเป็นอยู่และปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น</p> <p><b>23. Existential Tourist</b> นักท่องเที่ยวแบบใช้ชีวิตเหมือนคนท้องถิ่น เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตกับคนท้องถิ่น จะใช้เวลาอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน</p>

(ที่มา: Swarebrooke & Horner, 1999; Cohen, 1979 อ้างถึงใน สุวีร์นัสญ์ โสภณศิริ, 2554; เทิดชาช่วยบำรุง, ม.ป.ป.; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าประเภทพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกันจากลักษณะความชอบในการเดินทาง เช่น นักท่องเที่ยวที่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติกับนักท่องเที่ยวที่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวแบบมีความทันสมัย ชมเมือง ชมความเจริญของบ้านเมือง เป็นต้น อีกทั้งยังมีความแตกต่างกันทางความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับประสบการณ์ที่ตื่นเต้น ทำหายกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับความผ่อนคลายจากการท่องเที่ยว เป็นต้น รวมถึงยังมีความแตกต่างกันด้านค่านิยมของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง เช่น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มชอบเที่ยวกระแสนิยมกับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มชอบเที่ยวแบบสนใจพิเศษ เช่น นักท่องเที่ยวที่ชอบท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมในพื้นที่ชนบท เป็นต้น ซึ่งประเภทพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนี้เป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจถึงพื้นฐานพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการตัดสินใจเดินทางได้

### 3.7 แนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์กับการท่องเที่ยว

#### 3.1.1 ความหมายของประชากรศาสตร์



กิลลาร์ด (Guillard, 1855 อ้างถึงใน พนิตดา เทคนิยม, 2532) ได้กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ คือ ประวัติศาสตร์ธรรมชาติ และสังคมของมนุษย์ คือ ความรู้ทางคณิตศาสตร์ของประชากร การเปลี่ยนแปลงประชากร รวมทั้งสภาพของร่างกาย การเมือง ปรัชญา และศีลธรรมของประชากร

โบค (Bogue, 1969 อ้างถึงใน พนิตดา เทคนิยม, 2532) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ เป็น การศึกษาในเชิงสถิติและคณิตศาสตร์ เกี่ยวกับขนาด องค์ประกอบ และการขยายตัวของประชากร และการเปลี่ยนแปลงในเรื่องเหล่านี้ตามกาลเวลา โดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ คือ การเจริญพันธุ์ (Fertility) การตาย (Mortality) การสมรส (Marriage) การย้ายถิ่น (Migration) และการเลื่อนฐานะทางสังคม

สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537, อ้างถึงใน ญัฐพัศพนธ์ แสงทรัพย์, 2561) ประชากรศาสตร์ คือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้น ได้แก่ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิต ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม

วชิรวัชร งามละม่อม (2558, อ้างถึงใน สุณิสา ตรงจิตร, 2559) ได้กล่าวว่า ลักษณะ ประชากรศาสตร์ ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะ โครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจาก อดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคลนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรม การแสดงออกที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่แตกต่างกันที่มีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางลักษณะ ประชากรศาสตร์หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นเกณฑ์ที่เหมาะสม มักใช้ในการจัดกลุ่มลูกค้า ผู้บริโภค การแบ่งตลาด เนื่องจากตัวแปรด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ ที่ช่วยบ่งชี้ตลาดเป้าหมายได้อย่างชัดเจน และเป็นตัวชี้วัดด้านประชากรศาสตร์ที่มีความง่าย ชัดเจน และ สะดวกต่อการจัดกลุ่ม ดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละช่วงอายุจะมีความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ต่างกัน นักการตลาดสามารถใช้ประโยชน์จากการแบ่งอายุของผู้บริโภคในการกำหนดกลยุทธ์ หรือศึกษาความต้องการ รวมถึงการตัดสินใจ การซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคได้ เช่น วัยเด็ก จะมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่ต่างกับวัยสูงอายุ เด็กในวัยเรียน มีความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างจากวัยทำงาน

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรสำคัญในการแบ่งส่วนทางการตลาด ซึ่งความแตกต่างของเพศ เป็นตัวแปรสำคัญที่บ่งชี้ถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เพราะลักษณะของเพศที่แตกต่างกัน ของผู้บริโภค สามารถอธิบายและแยกแยะการตอบสนองของผู้บริโภคที่แตกต่างกันได้ค่อนข้างชัดเจน เนื่องจากเพศชายและเพศหญิงจะมีค่านิยม วิธีคิด และวิธีการตัดสินใจที่แตกต่างในการตัดสินใจเลือกซื้อ สินค้าและบริการ

3. สถานภาพ (Marital Status) ประเภทของสถานภาพจะมีผลต่อการ

ตัดสินใจของบุคคล เนื่องจากวิถีคิด ทักษะคิด ความจำเป็น แนวทางการตัดสินใจ หรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิดของบุคคลจะมีความแตกต่างกันตามแต่ละสถานภาพ เช่น บุคคลที่สภาพภาพโสด จะมีอิสระทางความคิด สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเองเพียงลำพัง การตัดสินใจต่าง ๆ ได้ใช้อิสระและใช้เวลาไม่น้อยกว่าคนที่สมรสแล้ว เป็นต้น

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) การแบ่งส่วนทางการตลาดโดยใช้เกณฑ์รายได้อย่างเดียวอาจจะไม่เหมาะสมต่อการศึกษา รายได้จะกลายเป็นตัวชี้วัดการมีหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้าหรือบริการ ในความเป็นจริงนั้นการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการอาจมาจากรูปแบบของการดำรงชีวิต อาชีพ การศึกษา ทัศนคติส่วนตัว เป็นต้น นักการตลาดส่วนใหญ่จึงมักใช้ตัวแปรด้านรายได้ร่วมกับตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์อื่น ๆ เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5. ภูมิลำเนา (Domicile) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม อันเนื่องมาจากสังคมรอบข้างมักมีอิทธิพลต่อความคิดของและการกระทำของบุคคลเสมอ โดยในแต่ละพื้นที่ย่อมมีแนวคิดวิธีการปฏิบัติตัวที่ต่างกันออกไป (ฐปณี สุวรรณฉัตรชัย, 2542 อ้างถึงใน นรินทร์สิริ เชียงพันธ์, 2560)

จากแนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อคุณลักษณะของทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดนี้มาใช้ประกอบการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย โดยนำปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมาศึกษา เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางได้

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

##### 4.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะภายในของบุคคลหรือความต้องการบางอย่างของบุคคล ซึ่งส่งผลให้พวกเขากระทำหรือประพฤติในลักษณะเฉพาะและกระตุ้นให้มนุษย์สามารถขับเคลื่อนชีวิตต่อไปได้ (Decrop, 2006; George, 2004) ถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การ์ตเนอร์ (Gartner, n.d. อ้างถึงใน Vuuren, 2011) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ สิ่งที่ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ โดยแรงจูงใจนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวไม่สามารถพบความต้องการของตนเองได้ขณะพักอาศัยอยู่ที่พักของตน เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการตอบสนองความต้องการของตนเองจึงทำให้เกิดแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญมาก

แรงจูงใจ หมายถึง แรงขับเคลื่อนจากภายในที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ โดยผ่านการซื้อสินค้าและบริการ (Berkman et al., 1996 อ้างถึงใน สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ,

2554) ซึ่งสอดคล้องกับที่ วีเวอร์และลอร์ดตัน (Weaver & Lawton, 2006 อ้างถึงใน สุวีริณัสน์ โสภณศิริ, 2554) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจ ไว้ว่า คือ แรงขับจากภายในที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเที่ยว ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่งหรือเลือกที่จะใช้บริการที่พัก ณ แห่งใดแห่งหนึ่ง โดยแรงจูงใจนี้มักมีพื้นฐานมาจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นเพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งแรงจูงใจนั้นเกิดขึ้นจากเหตุผลภายใน (Intrinsic Reasons) ต่วนักท่องเที่ยวที่แตกต่างจากวัตถุประสงค์ที่เป็นเพียงเหตุผลจากภายนอก (Extrinsic Reasons)

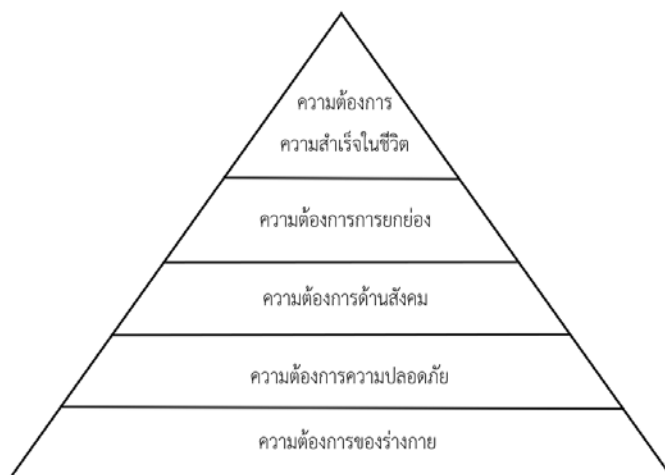
แดน (Dann, 1981) กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับปัจจัย 2 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยที่เกิดจากบุคคลและจากสภาพแวดล้อมที่พื้กอาศัยตลอดจนปัจจัยที่เกิดจากจุดหมายปลายทางที่เลือกซึ่งสามารถนำเสนอมุมมองที่แตกต่างกันออกเป็น 6 ประการ ดังนี้

1. การเดินทางเพื่อตอบสนองต่อสิ่งที่ยังขาดอยู่ เช่น สภาพแวดล้อมการทำงาน
2. จุดหมายปลายทางที่ผลักดันเพื่อตอบสนองต่อแรงกระตุ้น สถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถโน้มน้าวใจให้แต่ละคนเลือกจุดหมายปลายทางเฉพาะได้ ปัจจัยผลักดันปลายทาง เช่น อากาศแจ่มใส โรงแรมที่สะดวกสบาย คนในท้องถิ่นที่เป็นมิตร เป็นต้น
3. แรงจูงใจที่เพื่อฝัน นักท่องเที่ยวพยายามหลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิตประจำวันและตอบสนองจินตนาการทั้งหมดด้วยการออกเดินทางท่องเที่ยว
4. แรงจูงใจปัจเจกบุคคล นักท่องเที่ยวมักเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ เช่น ธุรกิจ ความเพลิดเพลิน การซื้อของ การเรียน เป็นต้น
5. แรงจูงใจทางอุดมคติ เป็นแรงจูงใจทางอุดมคติของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป
6. แรงจูงใจและประสบการณ์การท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความปรารถนาที่จะได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงและไม่เหมือนใคร
7. แรงจูงใจทางสัญชาตญาณ เป็นวิธีบ่งบอกถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกอย่างเห็นได้ชัด

จากความหมายของแรงจูงใจที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าแรงจูงใจ หมายถึง แรงขับเคลื่อนจากภายในที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างของบุคคล ซึ่งส่งผลให้เกิดการกระทำและกระบวนการตัดสินใจ โดยผ่านการซื้อสินค้าและบริการ และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนประกอบที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมากที่สุด จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ขณะอยู่ที่พัก ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยเกิดแรงกระตุ้นจากจุดหมายปลายทาง ซึ่งแรงจูงใจนั้นเกิดขึ้นจากเหตุผลจากภายในตัวนักท่องเที่ยวที่แตกต่างจากวัตถุประสงค์ที่เป็นเพียงเหตุผลจากภายนอก

## 4.2 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

### 4.2.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์



ภาพที่ 1 : ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ ปี ค.ศ. 1954

ที่มา : มาสโลว์ (Maslow, 1954)

จากภาพที่ 1 มาสโลว์ (Maslow, 1954 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ว่ามีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปสูง 5 ขั้น ดังนี้

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น มีความต้องการปัจจัย 4 และความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์มีความต้องการเพิ่มในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ เป็นต้น

3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belongingness Needs) ทั้งในแง่ของการให้และการได้รับ ซึ่งความรักและความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการให้ความยอมรับในหมู่คณะ เป็นต้น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการยกย่องส่วนตัว (Self-Esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคม และมีชื่อเสียงในสังคม เป็นต้น

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่จะเป็นนักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder) ของเพียร์ซ (Pearce, n.d. อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder) เป็นทฤษฎีที่คิดขึ้นบนพื้นฐานของทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (The Hierarchy of Needs) ของ Maslow ด้วยความต้องการที่จะขยายความต้องการในแต่ละขั้น กล่าวคือความต้องการขั้นพื้นฐานต้องได้รับการตอบสนองจนพึงพอใจก่อนที่มนุษย์จะมีความต้องการขั้นสูงต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเหมาทังหลิน (Mao-Tang Lin, 2018) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ถ้านักท่องเที่ยวไม่มีประสบการณ์ด้านการเดินทาง อาจนิยมซื้อโปรแกรมนำเที่ยวจากบริษัทท่องเที่ยวมากกว่าเนื่องจากกังวลปัญหาด้านความปลอดภัย แต่เมื่อมีประสบการณ์มากขึ้นนักท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนความต้องการไปเป็นนักท่องเที่ยวเดินทางอิสระ โดยความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ คือ ความต้องการทางกายภาพ เช่น ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ คลายเครียด เมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานถูกตอบสนองจนพึงพอใจแล้ว จะนำไปสู่ลำดับความต้องการที่สูงขึ้น ทำให้แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนจากความต้องการทางกายภาพไปเป็นความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวที่มากขึ้น และมีการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยสรุปแล้วนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวเพราะรูปแบบหรือภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่นักท่องเที่ยวเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการและแรงจูงใจของตน ซึ่งศรายุ จิตสว่าง (2558) ได้ขยายความหมายของทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทางว่า มนุษย์มีแรงจูงใจหลายแบบในการค้นหาประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่เดินทางท่องเที่ยวฮ่องกง อาจมีสิ่งจูงใจ คือ ความตื่นตัวกับแสง สี เสียง อาหารและวัฒนธรรมในฮ่องกง โดยลำดับขั้นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวครั้งนี้มีมากกว่า 1 ขั้น รวมกันเป็นแรงจูงใจทางภาพรวม อย่างไรก็ตามแรงจูงใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในเวลาและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวชาวไต้หวันที่เคยเดินทางท่องเที่ยวมาหลายครั้งแล้ว 1 ครั้งอาจเดินทางอีกครั้งเพื่อเพิ่มระดับความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าที่จะค้นหาอาหารที่อร่อยหรือความทันสมัยของบ้านเมือง สำหรับทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทางแล้วสถานที่ท่องเที่ยวเปรียบเสมือนฉากที่มีประสบการณ์ หลากหลายรูปแบบซึ่งสามารถหาได้จากสถานที่นั้น แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจเป็นสิ่งที่มียุทธูปในการค้นหาสิ่งที่ต้องการจากสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่สถานที่ท่องเที่ยวต่างมีความหลากหลาย ทำให้เกิดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

4.2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของแมคอินทอชและโกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1984 อ้างถึงใน Bansal, n.d.) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการเดินทางโดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. แรงจูงใจทางกายภาพ รวมถึงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนทางกายภาพ การมีส่วนร่วมในกีฬา ความต้องการพักผ่อนที่ชายหาดและแรงจูงใจเหล่านั้นมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับร่างกายของบุคคล รวมถึงความเป็นอยู่ที่ดี การดูแลทางการแพทย์หรือการรักษาและการจัดการด้านสุขภาพเฉพาะทางการดูแลสุขภาพซึ่งสอดคล้องกับ ซีซันนอลทริป (Seasonal Trip, n.d.) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความสุขอาจเป็น

แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดและเป็นความปรารถนาของบุคคลและความต้องการความสุขที่บริสุทธิ์ นักท่องเที่ยวมักนิยมการเดินทางที่สนุกสนาน ตื่นเต้น และมีช่วงเวลาที่ดี ซึ่งสิ่งนี้ถูกนำมาใช้พัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการท่องเที่ยว กิจกรรมการพักผ่อนและการสำรองที่พัก เนื่องจากอุตสาหกรรมและการขยายตัวของเมือง สำหรับนักท่องเที่ยวที่จะหลีกเลี่ยงจากบรรยากาศที่วุ่นวายเพื่อให้ร่างกายและจิตใจแข็งแรง เช่น การพักผ่อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการเล่นกีฬา ทำกิจกรรมทางกีฬาที่หลากหลายมากขึ้น เช่น สกี พายเรือ ติกอล์ฟ เป็นต้น

2. แรงจูงใจทางวัฒนธรรม ความอยากรู้อยากเห็นที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการสัมผัสและเยี่ยมชมวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีความปรารถนาจะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ เพื่อที่ได้เรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่อื่น ๆ เกี่ยวกับผู้คน วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ศิลปะ และดนตรี เป็นต้น

3. แรงจูงใจระหว่างบุคคล มนุษย์เป็นสัตว์สังคมและกระตือรือร้นที่จะหาเพื่อนใหม่อยู่เสมอ รวมถึงความต้องการที่จะพบปะผู้คนใหม่ ๆ เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ เพื่อหลีกเลี่ยงจากการทำงานประจำหรือการใช้ชีวิตประจำวัน การเดินทางด้วยเหตุผลทางจิตวิญญาณ เช่น การเยี่ยมชมสถานที่ทางศาสนาที่เป็นแรงจูงใจส่วนตัวเช่นกัน สำหรับชาวคริสเตียน คือ การไปเยือนกรุงเยรูซาเล็มหรือกรุงโรม และสำหรับชาวมุสลิม คือ การไปเยือนเมืองเมกกะห์ถือเป็นเรื่องที่มีความมงคลสูงสุด

4. แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อรักษาความเป็นที่เคารพในหมู่เพื่อนหรือในครอบครัว รวมถึงการยอมรับทางการศึกษาและความรู้หรือเพื่อแสวงหางานอดิเรก แรงจูงใจประเภทนี้ระบุได้ด้วยความต้องการมีชื่อเสียง ฐานะ และความต้องการที่จะเคารพและพัฒนาตนเอง รวมถึงการเดินทางเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือทางอาชีพ การเข้าร่วมสัมมนาหรือการประชุมที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ นักธุรกิจและผู้เผยแพร่ศาสนามักมีการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับอาชีพ

4.2.3 ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึงของแสงเดือน รติธร (2555, อ้างถึงใน นกัญ จันทโกโต, 2561) ให้ความหมายของปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ไว้ดังนี้

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นสิ่งที่เกิดจากภายในของตัวบุคคลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นจึงตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น โดยลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งโดยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นตัวดึงดูดจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเอง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น ความสะดวกสบายในการเดินทาง ชื่อเสียง ความหลากหลายของกิจกรรมและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

4.2.4 ทฤษฎีหลีกเลี่ยงและแสวงหา (Iso - Ahola's Escape - Seeking Dictonomy) ของ

ไอโซ - อะโฮลา (Iso - Ahola, 1980 อ้างถึงใน สุวีร์ณัสน์ โสภณศิริ, 2554) ได้เสนอทฤษฎีนี้โดยให้คำจำกัดความว่าการหลีกหนี (Escapism) หมายถึง The desire to leave the everyday environment behind oneself ซึ่งมีความหมายว่า ความต้องการที่จะละทิ้งสภาพแวดล้อมที่เจอในชีวิตประจำวันไว้ข้างหลัง ในขณะที่การแสวงหา (Seeking) เป็นความต้องการที่จะตักตวงรางวัลทางใจผ่านการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่แตกต่างจากที่ตนเองอาศัยอยู่ โดยแครมพ์ตันและแมคเคย์ (Crampton & McKay, 1997 อ้างถึงใน สุวีร์ณัสน์ โสภณศิริ, 2554) กล่าวว่า ทฤษฎีหลีกหนีและแสวงหา มีความสัมพันธ์กับทฤษฎีแรงผลักและแรงดึงอย่างมาก เนื่องจากทฤษฎีนี้มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีแรงผลักและแรงดึงเช่นกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ สรุปว่าความต้องการขั้นพื้นฐานต้องได้รับการตอบสนองจนพอใจก่อนที่จะมีความต้องการขั้นต่อไป นักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวเพราะรูปแบบหรือภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่นักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการและแรงจูงใจของตนโดยสัมพันธ์กับความต้องการที่จะพักผ่อน เรียนรู้ พบปะคนใหม่ ๆ การเดินทางเพื่อธุรกิจและการหลีกหนีจากชีวิตประจำวันไปยังสถานที่ที่แตกต่างจากที่เคยอยู่ โดยลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางนั้น โดยทางคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวและนำมาวิเคราะห์แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโสภณกรรมเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโสภณกรรม รวมถึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาดได้เช่นกัน

### 4.3 ประเภทแรงจูงใจ

อูยซอลและฮาแกน (Uysal & Hagan, 1993 อ้างถึงใน ศิวพร มีนาภา, 2561) แบ่งแรงจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นแรงที่ผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจเกิดจากความคิด ทัศนคติ ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการ ความพึงพอใจ การมองเห็น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มักยึดติดและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกิดจากการหล่อหลอมทางสังคมตั้งแต่ในวัยเด็ก แรงจูงใจภายในนั้น สามารถแบ่งออกเป็นหลายประเภทตามแต่ละประเภทของสินค้าและบริการ

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) เป็นแรงที่ผลักดันจากภายนอกตัวบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดเป็นพฤติกรรมอาจเกิดจากการได้รับรางวัล คำชม หรือได้รับการยกย่อง เป็นต้น แรงจูงใจนี้ไม่ส่งผลถาวรต่อพฤติกรรม ต่อเมื่อบุคคลนั้นต้องการจะแสดงออกทางพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อแรงจูงใจดังกล่าว

สวาร์บรูคและโฮเมอร์ (Swarbrooke & Homer, 1999 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ได้เสนอประเภทของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวว่ามี 5 ประเภท

1. แรงจูงใจด้านส่วนตัว ได้แก่ การเยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ แสวงหาเพื่อนใหม่
2. แรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ มีความต้องการความตื่นเต้น ทำทนาย สนุกสนาน รำลึกความหวัง

3. แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ได้แก่ การค้นหาประสบการณ์จากวัฒนธรรม การรับรู้วัฒนธรรมต่าง ๆ
4. แรงจูงใจด้านพัฒนาตนเอง ได้แก่ การหาความรู้ การเพิ่มความสามารถของตนเอง
5. แรงจูงใจด้านสถานภาพ ได้แก่ ความเด่น ความน่าสมั

บิชและราเกบ (Beach & Ragheb, 1983 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ได้แบ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท โดยอิงหลักความต้องการของ Maslow ได้แก่

1. แรงจูงใจด้านความต้องการรู้จักตนเอง เป็นแรงจูงใจที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ การค้นหา การใช้ความคิด

2. แรงจูงใจด้านความต้องการทางสังคม เป็นแรงจูงใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลด้านสังคมเป็นหลัก ประกอบด้วย 2 เหตุผล คือ

- 1) ความต้องการเพื่อนเพื่อความต้องการเป็นที่ยอมรับ

- 2) ความต้องการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นหรือเอาใจผู้อื่น

3. แรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จ เป็นแรงจูงใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยหรือทำกิจกรรมที่ทำให้รู้สึกว่าคุณมีความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย

4. แรงจูงใจด้านความต้องการปลื้มใจ เป็นแรงจูงใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงหนีจากสังคมหรือสิ่งที่เป็นชีวิตประจำวัน โดยต้องการพักผ่อนหรือปลดปล่อยตัวเองออกจากชีวิตสังคม

ประเภทแรงจูงใจที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า แรงจูงใจเกิดจากตัวของบุคคลและสิ่งแวดล้อมรอบตัวบุคคล โดยแนวคิดของบิชและราเกบ กล่าวถึงเรื่องแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์และทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทางของเพียร์ซ ที่สามารถอธิบายได้ถึงแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของตัวบุคคลแตกต่างกันไปตามความต้องการ โดยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวสามารถกล่าวได้ว่า เป็นแรงจูงใจด้านความต้องการที่เกิดจากภายในตัวของบุคคลและอิทธิพลของแรงจูงใจที่เกิดจากภายนอกตัวของบุคคล คณะผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวดังกล่าวมาประกอบเข้ากับทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของแมคอินทอชและโกลด์เลอร์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

## 5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

### 5.1 ความเป็นมาของส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดการทางการตลาดที่สำคัญในช่วงปี ค.ศ. 1960 เริ่มต้นมาจากแนวคิดการทำตลาดโดยแยกองค์ประกอบของการทำการตลาด ซึ่งแนวคิดนี้ถูกถ่ายทอดมาจากแนวคิดของ นีล เฮซ บอร์ดเดน (Niel H. Borden) ซึ่งได้ตีพิมพ์บทความในเรื่อง The Concept of the Marketing Mix ในปี ค.ศ. 1964 สอดคล้องอี เจอโรม แมคคาร์ธี (E. Jerome McCarthy) ได้ทำการจัดกลุ่มแนวคิดของ นีล ออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบในการทางการตลาด คือ ด้านสินค้า (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งแนวคิดนี้ได้รับการยอมรับ



และถูกนำไปสอนในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นอกจากนี้ยังถูกนำไปเป็นแนวคิดหลักในการเขียนตำราเรียนทางการตลาดของผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดอย่าง ฟิลลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler) ซึ่งตำราเรียนของคอตเลอร์นั้นต่อมาได้ถูกนำมาใช้เป็นตำราการตลาดหลักที่หลายมหาวิทยาลัยทั่วทั้งโลก รวมถึงมหาวิทยาลัยในประเทศไทยนำมาใช้สอน ในช่วงทศวรรษที่ 1990 นักการตลาดกำลังหาหนทางทำการตลาดให้ตัวเองอยู่รอดได้ท่ามกลางการแข่งขันการตลาดที่มีความรุนแรงและความกดดันที่มีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยแนวคิดใหม่ในการทำการตลาดแบบ 4Cs ก็เริ่มเข้ามาแทนที่การตลาดแบบ 4Ps แนวคิดเรื่องการตลาดแบบ 4Cs ดังกล่าวถูกตีพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์ Advertising Age ซึ่งเขียนโดย บ็อบ ลูเทอบอร์น ซึ่งบทความดังกล่าว บ็อบ ได้กล่าวว่าแทนที่จะมองในมุมมองของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย นักการตลาดสมัยใหม่ต้องหันมามองในอีกมุม คือ มุมมองของผู้บริโภคบ้าง โดยที่ บ็อบ ได้เสนอแนวคิดในการทำการตลาดในรูปแบบ 4Cs ประกอบด้วย ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer) ต้นทุนของผู้บริโภค (Cost) ความสะดวกในการซื้อ (Convenience) การสื่อสาร (Communication) (บุริม โอทกานนท์, 2555)

แมคคาร์ธี (McCarthy, 1960) ได้เสนอแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดไว้ในหนังสือเรียนการตลาดขั้นพื้นฐานของเขา แนวทางการบริหารจัดการ (1960) แมคคาร์ธีกำหนด 4Ps ไว้เป็นกรอบแนวคิดทางการตลาดด้านการตัดสินใจซึ่งประกอบไปด้วย สินค้า ราคา สถานที่ และโปรโมชันในส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดทฤษฎี 4Ps ของเขายังคงเป็นที่ยอมรับและถูกอ้างอิงถึงอยู่เสมอทั้งในด้านงานวิชาการและด้านการศึกษา แม้โลกจะเปลี่ยนไปหรือพฤติกรรมผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปตามยุคสมัย 4Ps ก็ยังเป็นหลักการตลาดพื้นฐานที่สามารถนำไปต่อยอดแนวคิดทฤษฎีใหม่ ๆ เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ฟิลลิปส์ (Philippe, 2018) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดแบบ 4Ps เริ่มแสดงให้เห็นถึงความล้าสมัย เนื่องจากความต้องการของลูกค้าได้เปลี่ยนแปลงไปในช่วง 2 - 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่นอกเหนือจากการมุ่งเน้นที่การขายเพียงอย่างเดียว สิ่งนี้จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ 4Es เข้ามามีบทบาท ด้วยการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดแบบเก่าให้ทันสมัยและมุ่งเน้นไปที่ความต้องการของลูกค้า บริษัทต่าง ๆ สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่ขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างวิเศษ โดยทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์ร่วมกันกับแบรนด์ และกลายเป็นผู้สนับสนุนและมีความภักดีต่อตราสินค้า

Thanyarat Chu (2021) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps เป็นเรื่องของหลักการพื้นฐานที่ผู้ประกอบการธุรกิจควรทราบและนำไปประยุกต์ใช้กันอย่างแพร่หลาย แต่เมื่อมาถึงยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญที่ช่วยเป็นเครื่องมือทำการตลาด จึงทำให้ 4Ps เกิดการพัฒนาและตอบสนองต่อสถานการณ์ในปัจจุบันมากขึ้น จนกลายเป็นโมเดลรูปแบบใหม่ที่มีชื่อว่า 4Es

จากความเป็นมาของส่วนประสมทางการตลาดที่กล่าวไปข้างต้น ส่วนประสมทางการตลาดเริ่มต้นจากแนวคิดการทำตลาดโดยแยกองค์ประกอบของการทำการตลาด ได้ทำการจัดกลุ่มแนวคิด

ออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบในการทางการตลาด คือ ด้านสินค้า (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เมื่อเวลาผ่านไปแนวคิดเรื่องการตลาดแบบ 4Cs เป็นแนวคิดที่มองในมุมมองของผู้บริโภค และเพื่อทำให้การตลาดสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ในปัจจุบันและความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น จึงเกิดการพัฒนาแนวคิดแบบ 4Es ขึ้นมา

## 5.2 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายด้วยสินค้าที่ตรงตามความต้องการ โดยจำหน่ายในราคาที่ผู้บริภคยอมรับ และผู้ซื้อยินดีซื้อเพราะความคุ้มค่า รวมถึงมีการกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับการซื้อเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยการโน้มน้าวใจให้เกิดความชอบสินค้าและเกิดความต้องการซื้ออย่างถูกต้อง

คอตเลอร์ (Kotler, 1999) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ เครื่องมือทางการตลาดซึ่งสามารถควบคุมได้และผสมผสานเครื่องมือทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งที่ใช้เพื่อให้มีอิทธิพลจูงใจให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมการตลาดสามารถแบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ 4Ps ได้แก่ สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เซอร์ซิลล์และปีเตอร์ (Churchill and Peter, 1998 อ้างถึงใน อรมน ปั่นทอง, 2550) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ การนำเครื่องมือกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ร่วมกันเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าให้กับลูกค้า และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

แลมบ์ แฮร์และแมคดาเนียล (Lamb, Hair and McDaniel, 2000 อ้างถึงใน อรมน ปั่นทอง, 2550) ได้ให้คำจำกัดความของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ การนำกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการกำหนดราคา มาประสมกันเป็นหนึ่งเดียว จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนกับตลาดเป้าหมายและทำให้เกิดความพึงพอใจซึ่งกันและกันทั้งสองฝ่าย

เกียรติพงษ์ อุดมชนะธีระ (2562) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์ทางการตลาด 4Es เป็นแนวคิดทางด้านการตลาดยุคใหม่ที่นอกจากจะเน้นการพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ของผู้บริโภคให้ตรงตามความต้องการมากที่สุด ยังมีการปรับเปลี่ยนแนวทางโดยเน้นการสื่อสารจากทางฝั่งผู้บริโภคมาช่วยทำการตลาดเพิ่มเติม แทนการเน้นการสื่อสารออกจากตัวสินค้าแบบเดิม เนื่องจากพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป การที่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตคนมากขึ้น จึงทำให้นักการตลาดต้องคิดกลยุทธ์การตลาดแนวใหม่ขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือใช้ควบคู่ไปกับหลักการตลาดในแนวเดิม ซึ่งได้มีการปรับเปลี่ยนจากหลักการ 4Ps คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มาสู่หลักการ 4Es คือ การสร้าง

ประสบการณ์ (Experience) ความคุ้มค่า (Exchange) การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) และการสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism)

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2563) ได้ให้ความหมาย ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไว้ว่า เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ร่วมกัน และใช้อย่างสอดคล้องเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการ ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4Ps คือ สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากคำนิยามและความหมายของส่วนประสมทางการตลาดที่กล่าวไปข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือ และกลยุทธ์เกี่ยวกับสินค้า การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่นำมาใช้เพื่อส่งเสริมการขาย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนในตลาดและเกิดความพึงพอใจทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยผู้ผลิตสามารถมีกำไร สร้างความพึงพอใจจากสินค้าหรือบริการที่ได้รับส่งผลให้ผู้บริโภคมีจำนวนมากขึ้นเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า โดยส่วนประสมทางการตลาดสามารถถูกปรับให้เหมาะสมกับยุคสมัยและสภาพเศรษฐกิจเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด

### 5.3 หลักการใช้ของส่วนประสมทางการตลาด

คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากเกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ (2562) ที่ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงการใช้กลยุทธ์จาก 4Ps เป็น 4Es ซึ่งสามารถสรุปเปรียบเทียบความแตกต่างของ 4Ps และ 4Es ได้ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของ 4Ps และ 4Es

4Ps	4Es
<p><b>Product – สินค้า</b></p> <p>สินค้าและบริการที่ธุรกิจสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมและชัดเจน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการอะไร สินค้าหรือการบริการมีความแตกต่างกันอย่างไร และทำให้ผู้บริโภคเกิดความสะดุดตา รวมถึงการใช้งาน ความทนทาน และความปลอดภัย ตลอดจนการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของเรา จนมีการบอกกันปากต่อปาก</p>	<p><b>Experience – การสร้างประสบการณ์</b></p> <p>เป็นการสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งหลังจากได้ใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจในผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เช่น ถ้าผู้บริโภคคิดที่จะซื้อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่ง หากมีสินค้าอีกยี่ห้อหนึ่งที่มีคุณภาพที่ดีกว่า ใช้งานได้ง่ายกว่า แต่ราคาแพงกว่าเล็กน้อย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยอมจ่ายเงินซื้อสินค้าอย่างหลังที่ตอบสนองความต้องการได้ครอบคลุมมากกว่าอย่างแน่นอน</p>

4Ps	4Es
<p><b>Price – ราคา</b></p> <p>ราคาหรือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อแลกกับการได้สินค้าและบริการ อาจจะไม่ใช้เพียงแค่เงินเท่านั้นแต่รวมถึงเวลาหรือการกระทำบางอย่าง ดังนั้นการตั้งราคาจึงต้องตั้งให้เหมาะสม คำนวณเรื่องราคาต้นทุนกับกำไรว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่</p>	<p><b>Exchange – ความคุ้มค่า</b></p> <p>ราคาไม่ได้กำหนดมาจากแนวคิดต้นทุนสินค้าแบบเดิม คือ การคิดต้นทุนในการผลิตแล้วค่อยบวกกำไรตามที่ต้องการ ผู้ประกอบการควรทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาให้ความสนใจที่คุณค่า (Value) ของสินค้ามากกว่า นักการตลาดจะเปรียบเทียบราคาให้สูงขึ้น ในรูปแบบมูลค่าความรู้สึก โดยทำให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่า และได้คุณค่าตามความคาดหวัง อีกทั้งยังสามารถแก้ปัญหาได้ตรงตามความต้องการ</p>
<p><b>Place – สถานที่</b></p> <p>ช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ เช่น ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการให้บริการ รวมถึงทำเลในการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค ควรจะต้องมีความสะดวก ปลอดภัย มีประสิทธิภาพและเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว สามารถทำให้เกิดผลกำไรจากการกระจายสินค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด</p>	<p><b>Everywhere – การเข้าถึงผู้บริโภค</b></p> <p>ยุคปัจจุบันที่โลกไร้พรมแดนทำให้การเข้าถึงสินค้าและช่องทางจัดจำหน่ายมีได้มากขึ้น และครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่วโลก ธุรกิจที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ได้จากทุกที่ทุกเวลาจะสามารถทำให้ชนะคู่แข่งได้ ดังนั้นผู้บริโภคสามารถติดต่อขอข้อมูลสินค้า มีช่องทางสำหรับการสื่อสารพูดคุยเพื่อแนะนำสินค้า สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ของเราได้จากทุกเครือข่ายในทุกที่ทุกเวลาทั่วโลก ซึ่งปัจจุบันมาในรูปแบบบนอินเทอร์เน็ตผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน เป็นต้น รวมถึงการมีระบบการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว เช่น ผ่านระบบออนไลน์ บัตรเครดิต หรือเดบิต และยังเพิ่มการบริการขนส่งที่สามารถจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็ว ถือว่าเป็นการสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า สามารถสร้างความประทับใจจนเกิดการกลับมาใช้ซ้ำและบอกต่อ</p>

4Ps	4Es
<p><b>Promotion – การส่งเสริมทางการตลาด</b></p> <p>การสื่อสารการตลาดเพื่อให้ธุรกิจสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย และนำไปสู่การโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการตลาด โดยในปัจจุบันสามารถทำการโฆษณาในสื่อหลายรูปแบบ อาจเป็นการทำกิจกรรมเพื่อให้ผู้บริโภคได้มาร่วมเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจ อยากเลือกสินค้าหรือบริการ</p>	<p><b>Evangelism – การสร้างความสัมพันธ์</b></p> <p>การที่ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในสินค้าและบริการ จนเกิดการกลับมาใช้ซ้ำและบอกต่อ โดยพยายามยกระดับความสัมพันธ์กับผู้บริโภค ให้มีความสัมพันธ์ที่ดีมากขึ้น เช่น ยกย่องจากผู้สนใจ มาเป็นผู้ลองใช้ มาเป็นผู้บริโภคที่ซื้อสินค้า และมาถึงระดับสูงสุด คือ มาเป็นผู้บริโภคที่ใช้ประจำ อีกทั้งยังต้องมีส่วนเสริม เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและความประทับใจของผู้บริโภค เช่น การขนส่งสินค้า การบริการหลังการขาย ทางเลือกในการชำระเงิน การรับประกัน และการบริการของพนักงาน โดยสำคัญที่สุด คือ คุณภาพของสินค้าต้องมีความโดดเด่นและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค</p>

จากที่กล่าวไปข้างต้น ทางคณะผู้วิจัยเลือกส่วนประสมทางการตลาด 4Es มาปรับใช้ โดยสรุปได้ว่า หลักการใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4Es มีความทันสมัย และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้อย่างสูงสุด รวมถึงสามารถนำมาปรับใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมได้ เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์และเหตุการณ์โศกภัยในอดีต การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ เนื่องจากมีเอกลักษณ์ทางด้านเรื่องราวและสถานที่ในอดีต ทำให้ได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจึงควรให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างสะดวกสบาย ไม่ซับซ้อน และทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความคุ้มค่ากับเงินและเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม รวมถึงไปสัมผัสบรรยากาศที่เสมือนย้อนกลับไปในอดีตอีกครั้งหนึ่ง

#### 5.4 การท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4Es จากศรัณยู วรากุลวิทย์ (2546) และอินทัช เอื้อสุนทรวัฒนา (2561) สรุปได้ว่า การตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างจากการตลาดสินค้าอุตสาหกรรมประเภทอื่น เพราะการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ผู้บริโภคไม่ได้สัมผัสสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ เป็นผลิตภัณฑ์ที่แบ่งแยกไม่ได้ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้น

ในเวลาเดียวกันและเป็นผลิตภัณฑ์ที่สูญเสียได้ ดังนั้นการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาในการพัฒนาการตลาดอย่างหนึ่ง คือ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสารต่าง ๆ ที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างแพร่หลาย เป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและเดินทางท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทางคณะผู้วิจัยได้เลือกส่วนประสมทางการตลาด 4Es ซึ่งประกอบด้วย การสร้างประสบการณ์ (Experience) ความคุ้มค่า (Exchange) การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) และการสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) มาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวด้วยเหตุผลที่ว่า การท่องเที่ยวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่หลากหลาย อีกทั้งยังได้รับรู้เรื่องราวและเรียนรู้คุณค่าของวัฒนธรรมที่แตกต่างจากพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมา ซึ่งมีความคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่เสียไปในการเดินทาง โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรอำนวยความสะดวกในการติดต่อสอบถามหรือค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ คอยช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อประสบปัญหาระหว่างการท่องเที่ยว รวมถึงการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ควรมีความสะดวกสบาย ไม่ซับซ้อน อีกทั้งสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวควรพบเห็นได้ง่าย และมีความน่าสนใจ การท่องเที่ยวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยว และยังสามารถเผยแพร่ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นให้เดินทางมาท่องเที่ยว เป็นการสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบหนึ่งทางการท่องเที่ยว โดยที่สถานที่ท่องเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวไปจนถึงสามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

ดังนั้นการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4Es ซึ่งเป็นเครื่องมือและกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ สินค้า การจัดจำหน่าย จนถึงการส่งเสริมการตลาดที่นำมาใช้ เพื่อส่งเสริมการขายซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว โดยนำมากำหนดแนวทางในการจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การสร้างประสบการณ์ ความคุ้มค่า การเข้าถึงผู้บริโภค และการสร้างความสัมพันธ์ ทำให้สามารถเข้าใจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หากกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงไศกนาฏกรรมที่เป็นการท่องเที่ยวแบบสนใจพิเศษ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีความต้องการสัมผัสบรรยากาศและเหตุการณ์โหดร้ายในอดีต เกิดเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ภายใต้การส่วนประสมทางการตลาด 4Es ควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว คนในท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

## 6.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจกับการเดินทาง

### 6.1 ความหมายของกระบวนการตัดสินใจกับการเดินทาง

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า การเลือกซื้อสินค้านั้นจะมีกระบวนการซื้อ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปถึงการตอบสนองต่อความพึงพอใจหลังจากได้ทดลองใช้สินค้าและบริการแล้ว จึงจะสามารถพิจารณาเป็น

ขั้นตอน โดยเริ่มจากการมองเห็นปัญหา (Perceived Problem) การแสวงหาภายใน (Internal Search) การแสวงหาภายนอก (External Search) การประเมินทางเลือก (Evaluation) การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) และทัศนคติหลังการซื้อ (Post-Attitudes)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมายของคำว่า ตัดสินใจ คือ ตกลงใจ และ คำว่า เดินทาง หมายถึง ไปสู่ที่ใดที่หนึ่งที่ไกลออกไป ดังนั้น การตัดสินใจเดินทาง จึงมีความหมายว่า การตกลงใจในการเดินทางไปสู่ที่ใดที่หนึ่งที่ไกลออกไปเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของตนเอง

ชิน (Chin, 2017) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การกระทำของบุคคลที่ทำหลังจากพิจารณาข้อมูลทั้งหมดที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้จากการศึกษาและค้นหา โดยมีค่านิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลเป็นปัจจัยการพิจารณาเป็นหลัก กระบวนการตัดสินใจของแต่ละบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นปัจจัยภายในส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกด้านสิ่งแวดล้อม หากใช้บุคลิกของตนเองในการวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอาจมีความคิดเชิงตรรกะหลายประเภท การตัดสินใจการเดินทางของนักท่องเที่ยวอาจได้รับอิทธิพลจากโฆษณาหรือสิ่งเร้าอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตามความต้องการส่วนบุคคลจะลดลงเมื่อถูกจำกัดด้วยปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และโครงสร้างอื่น ๆ

ชินวงศ์อำมร (Chinnawongamorn, n.d. อ้างถึงใน นลิน สีมะเสถียรโสภณ, 2562) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งในหลากหลายทางเลือกหลังจากพิจารณาหรือประเมินเป็นอย่างดีแล้ว จะเป็นหนทางไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ โดยขั้นตอนการตัดสินใจสามารถเริ่มจากการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจเดินทาง คือ กระบวนการที่มีจุดเริ่มต้นไปจนถึงจุดสิ้นสุด โดยก่อนการตัดสินใจจะต้องมีความต้องการและจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางอาจเกิดจากการรับรู้ข่าวสาร การรับข้อมูลจึงทำให้เกิดกระบวนการค้นหาวิธีการเดินทางและทำการประเมินทางเลือกจากนั้นจึงทำการตัดสินใจเดินทางตามเป้าหมาย

## 6.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเดินทาง

กอลเลจและสติมสัน (Golledge & Stimson, 1997 อ้างถึงใน Chin - Cheng Ni, 2017) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ทฤษฎีการตัดสินใจที่ไม่มีความเสี่ยง ซึ่งถือว่าความสมดุลทางเศรษฐกิจเป็นข้อกำหนดเบื้องต้น ทฤษฎีนี้แสดงให้เห็นว่าปัจเจกบุคคลสามารถรับข้อมูลในการตัดสินใจได้อย่างสมบูรณ์ โดยใช้การตัดสินใจของตนเองให้มากที่สุดเพื่อสัมพันธ์กับผลประโยชน์ที่จะได้รับ ซึ่งบุคคลจะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดเสมอ
2. ทฤษฎีการตัดสินใจที่มีความเสี่ยง ซึ่งเกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ความเสี่ยง หมายถึง ระบบความรู้ที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับความน่าจะเป็นของผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ต่าง ๆ โดยความเสี่ยงเกิดขึ้นเมื่อมนุษย์ตัดสินใจเลือก ส่วนคำว่า ความไม่แน่นอน หมายถึง สภาวะที่บุคคลมี

อำนาจในการตัดสินใจ แต่ไม่สามารถระบุความน่าจะเป็นของผลลัพธ์ที่กำหนดได้ เนื่องจากเป็นเพราะสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นเมื่อมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

3. ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงในการตัดสินใจ คือ บุคคลเริ่มต้นด้วยการวางเป้าหมาย 4 ข้อขึ้นไป เข้าถึงตัวเลือกของผลการกระทำผ่านการเปรียบเทียบแบบคู่หรือสามเท่าและมีการประเมินการตัดสินใจของแต่ละบุคคล

4. ทฤษฎีเกมและฟังก์ชันการตัดสินใจทางสถิติ ทฤษฎีนี้อยู่บนพื้นฐานของการคำนวณทางคณิตศาสตร์ของความน่าจะเป็น โดยบุคคลจะให้การให้เหตุผลอย่างเป็นทางการ เพื่อประเมินว่าแผนปฏิบัติการใดที่ควรใช้เพื่อเรียงลำดับตามความสนใจอย่างมีเหตุผล ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นลิน สิมะเสถียรโสภณ (2562) ได้สรุปว่า นักท่องเที่ยวมักจะเลือกจุดหมายปลายทางอื่น หากรับรู้ว่าการเดินทางมีความต้องการที่น่าพึงพอใจน้อยลง เนื่องจากมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นหรือที่รับรู้ ซึ่งการรับรู้จะมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทาง โดยการเลือกจุดหมายปลายทางจะเกิดขึ้นหลังจากมีข้อจำกัด เช่น เวลา งบประมาณ และระยะทางเทียบกับภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง รวมถึงการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวพบว่าสุขภาพ ความไม่มั่นคงทางการเมือง การก่อการร้าย วัฒนธรรมที่เป็นอุปสรรค หลักคำสอนทางศาสนา การเมือง และอาชญากรรมเป็นปัจจัยเสี่ยงที่นักท่องเที่ยวต้องพิจารณาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเดินทาง การตัดสินใจเดินทางโดยเลือกจุดหมายปลายทางเป็นหน้าที่ของข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ โดยเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่พิจารณาเป็นลำดับแรก ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนจุดหมายปลายทางได้ ถ้าสถานที่นั้นถูกประเมินความเสี่ยงสูงจากนักท่องเที่ยว การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเดินทาง หรือถ้านักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะวางแผนการเดินทางโดยทั่วไปนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในการเดินทางที่มีความเสี่ยงและชอบการผจญภัยจะไม่ได้หาข้อมูลมากนัก และนักท่องเที่ยวที่กลัวความเสี่ยงมักจะรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ไว้ การรับรู้ความเสี่ยงที่ยิ่งสูงขึ้นก็จะมีการค้นหาข้อมูลมากขึ้น และการตัดสินใจก็จะมีเหตุผลมากขึ้นเช่นกัน

สุวิรัตน์ โสภณศิริ (2554) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว การที่จะประสบความสำเร็จในการทำการตลาดได้นั้น ธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยทั่วไปกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตระหนักถึงความต้องการ นับเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการตระหนักถึงความต้องการเรียกว่า สิ่งกระตุ้น ซึ่งมีอยู่ทั้งหมด 2 ประเภท ได้แก่ สิ่งกระตุ้นภายในเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง เช่น ความหิว ความเหนื่อย ความเบื่อ โดยสิ่งกระตุ้นภายนอกเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากบุคคลหรือสภาพแวดล้อมรอบข้าง เช่น โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ การได้รับรู้ว่าเพื่อนไปเที่ยวมา ซึ่งสิ่งกระตุ้นดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สร้างความไม่สมดุลกันระหว่างสภาวะที่พึงปรารถนา (Desired State) และสภาวะที่เป็นอยู่จริง (Actual State) ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยว สิ่งนี้นักธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องปฏิบัติในช่วงที่นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความต้องการ คือ



การทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาของนักท่องเที่ยวและออกแบบสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองปัญหาของนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้หากนักท่องเที่ยวไม่ตระหนักถึงปัญหาก็จะไม่เกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักถึงความต้องการที่จะออกเดินทางไปท่องเที่ยวหรือความต้องการที่จะใช้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

ขั้นตอนที่ 2 การหาข้อมูล โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวทุ่มเทให้กับการหาข้อมูล เนื่องจากนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าการค้นหาข้อมูลจะช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น ทำให้รู้สึกมั่นใจในการตัดสินใจมากขึ้น ทั้งนี้เพราะข้อมูลที่หามาได้จะช่วยลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ โดยการประมวลข้อมูลจะช่วยบ่งชี้ตัวเลือกที่น่าสนใจและตัดตัวเลือกที่ไม่ดีออกไป นอกจากนี้ข้อมูลยังจะถูกใช้เป็นกลไกการปกป้องตนเองของนักท่องเที่ยวหลังจากที่พวกเขาตัดสินใจไปเรียบร้อยแล้ว

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก หลังจากขั้นตอนของการหาข้อมูลแล้วนักท่องเที่ยวจะมีตัวเลือกมากมายที่น่าสนใจ แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีงบประมาณที่จำกัด ดังนั้นการที่จะเลือกตัวเลือกทั้งหมดจึงเป็นไปได้ นักท่องเที่ยวจึงต้องนำตัวเลือกต่าง ๆ ที่ได้จากขั้นตอนการหาข้อมูลมาผ่านกระบวนการประเมินทางเลือก โดยเกณฑ์ในการประเมินทางเลือกแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ เกณฑ์รูปธรรม (Tangible Criteria) ได้แก่ ราคา สี รูปร่าง หรือ คุณภาพ การบริการ และเกณฑ์ที่เป็นนามธรรม (Intangible Criteria) ได้แก่ ภาพลักษณ์ เช่น ภาพลักษณ์ของโรงแรม บริษัทนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว สายการบินหรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อรับบริการจากธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การซื้อ (Berkman et al., 1996 อ้างถึงใน สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ, 2554) แบ่งกิจกรรมการซื้อออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การซื้อที่มีแบบแผน (Planned Purchase) และการซื้อโดยไม่มีแบบแผน (Unplanned Purchase)

#### 4.1 การซื้อที่มีการวางแผน (Planned Purchase)

##### 4.1.1 การซื้อที่มีการวางแผนแบบเฉพาะเจาะจง (Specifically Planned Purchase)

พฤติกรรมการซื้อที่มีการวางแผนแบบเฉพาะเจาะจงเป็นการซื้อที่นักท่องเที่ยวมีการวางแผนการซื้ออย่างละเอียดแล้วว่า จะไปท่องเที่ยวที่ใด ช่วงเวลาใด มีงบประมาณในการเที่ยวเท่าใด และจะเดินทางไปกับสายการบินอะไร ดังนั้นเมื่อไปถึงบริษัทนำเที่ยวก็สามารถทำธุรกรรมได้ทันที นักท่องเที่ยวประเภทนี้จึงมีแนวโน้มที่จะใช้เวลาอยู่ในบริษัทนำเที่ยวเพียงไม่นาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ไว้อย่างรอบคอบแล้ว

4.1.2 การซื้อที่มีการวางแผนอย่างคร่าว ๆ (Generally Planned) การซื้อที่มีการวางแผนอย่างคร่าว ๆ เป็นการซื้อที่เกิดจากการวางแผนในเรื่องทั่วไป เช่น นักท่องเที่ยวอาจจะตัดสินใจแบบคร่าว ๆ ว่าอยากจะไปเที่ยวทะเล แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจในรายละเอียดอื่น ๆ ดังนั้นจึงเป็นไปได้สูงที่พนักงานขายต้องใช้เวลาในการให้คำปรึกษากับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มแรกที่มีการวางแผนมาอย่างละเอียดและไม่ต้องการคำแนะนำเพิ่มเติม

4.1.3 การซื้อแบบหักมุม (Substitute Purchase) ในบางครั้งแผนที่วางมาอย่างดี อาจถูกยกเลิกในตอนท้าย การซื้อแบบนี้อาจจะเกิดขึ้นได้เสมอไม่ว่านักท่องเที่ยวจะมีการวางแผนแบบทั่วไปหรือแบบเฉพาะเจาะจงแล้วก็ตาม

#### 4.2 การซื้อที่ไม่มีการวางแผน (Unplanned Purchase)

การซื้อที่ไม่มีการวางแผนคือการซื้อแบบกะทันหันโดยไม่ได้มีความตั้งใจที่จะซื้อมาก่อน การซื้อแบบไม่มีการวางแผนแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ (Mattila & Wirtz, 2008 อ้างถึงใน สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ, 2554) ได้แก่

4.2.1 การซื้อที่ไม่มีการวางแผนอย่างแท้จริง (Pure Impulse) กิจกรรมนาที่ทอนับเป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทำให้เกิดการซื้อที่ไม่มีการวางแผนอย่างแท้จริง

4.2.2 การซื้อที่ไม่มีการวางแผนเนื่องจากการระลึกได้ (Reminder Impulse) การซื้อที่ไม่มีการวางแผนเนื่องจากการระลึกได้เป็นการที่นักท่องเที่ยวเห็นสินค้าท่องเที่ยวที่ถูกนำมาโฆษณาประชาสัมพันธ์แล้วเกิดจำได้ว่าต้องการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยววันนั้น ๆ

4.2.3 การซื้อที่ไม่มีการวางแผนเนื่องจากการแนะนำ (Suggestion Impulse) นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนแต่กลับตัดสินใจซื้ออย่างกะทันหัน เพราะจากการแนะนำของพนักงานบริษัทนำเที่ยวทำให้สามารถโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวซื้ออย่างกะทันหันได้

4.2.4 การซื้อที่ไม่มีการวางแผนเนื่องจากการกำหนดเงื่อนไขไว้ (Planned Impulse) การซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการซื้อมาก่อนแล้ว แต่ยังไม่ได้อซื้อเนื่องจากไม่มีจังหวะและโอกาส หรืออาจเป็นเพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวดังกล่าวยังมีราคาแพงเกินไปในขณะนั้น เมื่อได้มีโอกาสไปเห็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ต้องการมาตลอดราคาก็อาจรีบซื้อทันที

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ ความอยู่รอดของธุรกิจท่องเที่ยวไม่ได้เกิดจากการขายสินค้าทางการท่องเที่ยวเพียงครั้งเดียวหรือความสามารถในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการในครั้งแรกเพียงอย่างเดียว แต่ธุรกิจต้องมีความสามารถในการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ทั้งนี้เนื่องจากการหานักท่องเที่ยวใหม่นั้นมีความยุ่งยากและเสียค่าใช้จ่ายทางการตลาดมากกว่าการดึงดูดนักท่องเที่ยวเดิมให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง (Reichheld & Sasser, 1990 อ้างถึงใน สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ, 2554)

สำนักงานสถิติแห่งชาติร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) ได้กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว มีขั้นตอนในกระบวนการการตัดสินใจในการท่องเที่ยว 9 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการให้ข้อมูลการท่องเที่ยงให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เป็นผลมาจากการได้รับข้อมูล ซึ่งแต่ละบุคคลมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลำดับความต้องการนั้นตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความ ต้องการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัยผลักดัน (Push Factor) เป็นความต้องการจากสภาพทาง ร่างกายและจิตใจ มากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการการท่องเที่ยวและปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) เกิด จากความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยแบ่งแรงจูงใจออกเป็น แรงจูงใจ ทางกายภาพ (Physical Motivation) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) แรงจูงใจส่วนตัว (Personal Motivation) แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation)

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เกิดจากการสร้างภาพลักษณ์ ทางการท่องเที่ยว (Tourism Image) ของแต่ละสถานที่ในการประกอบกับการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยว ที่ใด โดยคำนึงถึงการประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบายและความสุนทรีย์ภาพที่ได้รับ ปัจจัยในการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ จะไปเดินทางท่องเที่ยวที่ใด จะไปเดินทาง ท่องเที่ยวเมื่อใด จะไปเดินทางท่องเที่ยวโดยทางใด จะไปเดินทางท่องเที่ยวกับผู้ใด จะไปเดินทางท่องเที่ยว นานเท่าใด จะไปเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งใด จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทใด จะไปเดินทางท่องเที่ยว แต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) การคำนวณ และการศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนล่วงหน้าว่า ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในสถานที่นั้นมีราคาเท่าไร

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมตัวการเดินทาง (Travel Preparation) การเตรียมตัวในการเดินทางต้อง เตรียมทั้งพาหนะการขนส่ง เอกสารการประกอบการเดินทางและสิ่งจำเป็นจะต้องใช้ในการเดินทางที่ จำเป็น

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางโดยจะต้องมีการประเมินผลการ ท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ จากประสบการณ์ที่ได้รับของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งการประเมินจะมีผลต่อการ ตัดสินใจในการเดินทางครั้งต่อไปหรืออาจเกิดการบอกต่อให้บุคคลอื่น

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) ผลของการได้รับประสบการณ์ จากการท่องเที่ยวมี 2 ลักษณะ ได้แก่ ประสบการณ์เชิงบวก (Positive) เป็นความพึงพอใจที่ได้รับจากการ เดินทางท่องเที่ยว รวมถึงความประทับใจจากผู้คนในท้องถิ่น และประสบการณ์เชิงลบ (Negative) ที่ นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวซึ่งก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจและผิดหวัง ในการเดินทางท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว (Tourist Attitude) เกิดจากความรู้สึกความพึงพอใจและ ไม่พึงพอใจ รวมถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้จากการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ทั้งเชิงบวก และลบ

สรุปได้ว่ากระบวนการตัดสินใจการเดินทางจะมีจุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุดโดยทุกกระบวนการจะ ผ่านการพิจารณาจากนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความเสี่ยง ความปลอดภัยและค่านิยมส่วนบุคคลซึ่ง

นักท่องเที่ยวจะเกิดความต้องการเดินทาง เมื่อมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือจากแหล่งอื่น ๆ รวมถึงเกิดจากความต้องการของตนเองเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวันและพักผ่อนหย่อนใจซึ่งกระบวนการตัดสินใจการเดินทางมีกระบวนการ คือ รับรู้ถึงความต้องการ หาข้อมูล ประเมินทางเลือก การซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ จากที่กล่าวมาในข้างต้นทุกกระบวนการมีความสำคัญกับนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะต้องเลือกสิ่งที่ดีที่สุด อาจจะมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ ปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม รวมถึงธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องมีความเข้าใจในกระบวนการตัดสินใจการเดินทางเพื่อนำมาวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 7. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 7.1 งานวิจัยในประเทศ

วิญญู หมั่นการ (2555) ทำการศึกษาเรื่องการรักษาความสำคัญและคุณค่าพื้นที่ทางประวัติศาสตร์เส้นทางรถไฟสายมรณะ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการรักษาและอนุรักษ์คุณค่าของพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ วิเคราะห์ความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รวมถึงเสนอแนวทางการอนุรักษ์พื้นที่ทางประวัติศาสตร์ของเส้นทางรถไฟสายมรณะ ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาคุณค่าพื้นที่ทางประวัติศาสตร์มีความสำคัญต่อการรักษาพื้นที่ทางประวัติศาสตร์เส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี โดยเส้นทางรถไฟสายนี้มีเรื่องราวและความทรงจำที่เป็นเอกลักษณ์ในเรื่องมุมมองของสังคม รวมไปถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น ระยะเวลา การรำลึก ความเป็นชาตินิยมและอนุสรณ์สถาน โดยคุณค่าของเอกลักษณ์นี้มีผลต่อการอนุรักษ์และบูรณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หากนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ที่ไม่ถูกต้องจะกลายเป็นการทำลายแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าขึ้นไป ซึ่งคุณค่าเหล่านี้สามารถส่งเสริมได้โดยผ่านการให้ความรู้ที่ถูกต้องและการประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม โดยคุณค่าด้านศิลปะหรือด้านเทคนิคเป็นคุณค่าที่มาจาก การประเมินความสำคัญทางประวัติศาสตร์โดยใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ รวมถึงผลการศึกษาวิเคราะห์และประเมินคุณค่าของพื้นที่ทางประวัติศาสตร์เส้นทางรถไฟสายมรณะ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ การเป็นพื้นที่มรดกแห่งความโหดร้ายที่มีคุณค่าและความสำคัญในแต่ละลำดับแตกต่างกัน แต่ยังคงมีความคล้ายคลึงกันทางการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวและบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ทำให้เห็นถึงว่าประวัติศาสตร์ถือเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตในปัจจุบัน

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2557) ทำการศึกษาการพัฒนา รูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจาก ความสูญเสีย อุบัติภัย และมรณภัยในภูมิภาคตะวันตกประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์สภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการจัดทำกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการตลาดด้านการท่องเที่ยว รวมถึงสังเคราะห์นโยบายหรือแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงรุกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจาก ความสูญเสีย อุบัติภัย มรณภัยและภัยสงครามในภูมิภาคตะวันตก ผลการวิจัยพบว่า ภูมิภาคตะวันตกเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของการ

เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ถือเป็นหลักฐานที่แสดงถึงความสูญเสีย อุบัติภัย มรณภัยและภัยสงคราม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานสงครามอักษะและเขลยศึก สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานดอนรัก สุสานช่องไก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เป็นต้น โดยผลการวิเคราะห์สภาพของแหล่งท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่าสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ภัยธรรมชาตินั้นมีผลต่อการท่องเที่ยว ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการถอดบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย มรณภัยและภัยสงคราม ที่มีผลต่อทางด้านจิตใจ อีกทั้งช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงเหตุการณ์ความสูญเสียที่เกิดขึ้นในอดีตและส่งผลมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดโดยตรง รวมไปถึงทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงรุกที่ไม่ควรมุ่งเน้นในด้านการลดราคา เนื่องจากทำให้ได้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพและมีปริมาณมาก อาจทำให้ประสิทธิภาพของการรองรับนักท่องเที่ยวลดลง นอกจากนี้ยังทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และส่งเสริมการตลาดด้วยการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว และการแสดงแสง สี เสียง เป็นต้น

สมหทัย จารุมิลินท (2560) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันนั้นมีผลต่อการตัดสินใจในการกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวและจากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวโดยรถยนต์ส่วนบุคคลในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ใช้ระยะเวลาในการเดินทางน้อยกว่า 3 วัน แสดงให้เห็นว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รวมถึงภูมิลำเนานั้นส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

อินทัช เอื้อสุนทรวัฒนา (2561) ทำการศึกษาส่วนประสมการตลาด 4Es และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครแบ่งตามลักษณะประชากรศาสตร์ และศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 4Es รวมถึงแรงจูงใจที่มีอิทธิพลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Es ด้านการสร้างประสบการณ์นั้นไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการความผ่อนคลายและความปลอดภัย อีกทั้งไม่ต้องการสัมผัสประสบการณ์และสภาพแวดล้อมใหม่ ๆ ด้านความคุ้มค่านั้นไม่ส่งผลต่อ

การตัดสินใจท่องเที่ยวเช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่มีความเฉพาะกลุ่ม ในด้านการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้มีความความต้องการโดยไม่สนใจราคาหรือความคุ้มค่า ด้านการเข้าถึง ผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากการสื่อสารและการเดินทางที่มีความสะดวกสบาย ไม่มีอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านการสร้างความสัมพันธ์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเช่นกัน เพราะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว ที่ขึ้นอยู่กับความดึงดูดและน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว จึงทำให้เกิดความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวจนเกิดการบอกต่อและการกลับมาเยือนซ้ำ รวมถึงเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ส่วนลดหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ และความสะดวกในการคมนาคมล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง แสดงให้เห็นว่าส่วนประสมทางการตลาด 4Es เป็นองค์ประกอบที่สำคัญทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

วันสนันทน์ โพธิ์เพชร (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมและลักษณะประชากรศาสตร์ในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ รวมถึงศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกับการตัดสินใจท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ส่วนมากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเป็นเพศหญิง มีอายุ 30 - 39 ปี ซึ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนมากมีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยสิ่งที่สร้างแรงกระตุ้น ได้แก่ ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับจากโฆษณา การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นสิ่งที่สร้างแรงกระตุ้นภายในและภายนอก ส่งผลให้เกิดความต้องการเดินทางมาพักผ่อนหรือเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวได้ทำการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก โดยส่วนมากเลือกใช้บริการจากบริษัทสินค้าและบริการที่มีหน้าเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ เนื่องจากสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้สะดวก นอกจากนี้ภาพรวมปัจจัยแรงจูงใจ (ภายใน) จากค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก โดยอันดับแรก คือ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง แรงจูงใจทางกายภาพ และแรงจูงใจระหว่างบุคคล ตามลำดับ ส่วนภาพรวมปัจจัยแรงจูงใจ (ภายนอก) จากค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง โดยอันดับแรก คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม และด้านการเมือง ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยแรงจูงใจ (ภายในและภายนอก) นั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

## 7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เต้ออี้ (Te-Yi, 2014) ทำการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม แรงจูงใจที่เกิดขึ้นและทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลประโยชน์ที่ได้รับจากประสบการณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่ออภิปรายเกี่ยวกับ

รูปแบบประสบการณ์สำหรับผู้มาเยือนที่มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม หมู่บ้านโบราณ Hsiao Lin ที่ได้หวั่น ซึ่งถูกทำลายโดยพายุไต้ฝุ่นในปี 2009 ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อประโยชน์ของประสบการณ์สังคม การเรียนรู้ และทางจิตวิทยา ผ่านทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมและจิตใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่สูงขึ้น ประกอบด้วย ความเข้าใจและการเรียนรู้ ความสัมพันธ์ทางด้านอารมณ์ และการจาริกแสวงบุญ มีผลในเชิงบวกสามารถปรับทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยว ที่ได้รับรู้หลังจากมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับการออกแบบอนุสรณ์สถานที่ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญด้านความรู้สึกผ่านการเชื่อมต่อทางอารมณ์กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจส่งผลต่อความต้องการและการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว

เอเดรียน เกอร์เก และไอโอน่า (Adrian, Gheorghe, and Ioana, 2015) ทำการศึกษาเรื่องจาก 4Ps ถึง 4Es – วิธีหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะทำให้ส่วนประสมการตลาดไม่สมดุลในธุรกิจโรงแรมในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนากลยุทธ์ที่ครอบคลุมและเหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งอาจช่วยลดความเสี่ยงในเศรษฐกิจร่วมสมัยของโรงแรมได้ จะมีการนำเสนอโปรแกรมการเดินทางที่เป็นนวัตกรรมใหม่เพื่อแก้ปัญหาให้ดีขึ้น โดยผลการวิจัยต่อไปนี้เป็น แนวทางบางส่วนที่ธุรกิจโรงแรมสามารถใช้เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงของความไม่สมดุลของส่วนประสมทางการตลาดในเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยใช้ 4Es ได้แก่ Experience คือ การปรับแต่งผลิตภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกคุณสมบัติของโปรแกรมท่องเที่ยวได้ และเน้นการขายความบันเทิงและการมีปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวมากกว่าคุณสมบัติของสินค้าและบริการ Exchange คือ การคำนึงถึงคุณค่าของนักท่องเที่ยว ค้นหาสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ความสนใจและมีส่วนร่วมกับสินค้าและบริการของธุรกิจ Everywhere คือ การสร้างพื้นที่ในการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยว รวมทั้งการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ค้นหาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ Evangelism การนำความหลงใหลมาสู่แบรนด์ของธุรกิจผ่านการมีส่วนร่วม และรวบรวมมุมมองความคิดเห็นของบริษัทหรือแบรนด์อื่น ๆ บนโลก หรือจากประสบการณ์ชีวิตที่ผ่านมา รวมถึงประสบการณ์การดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาและธุรกิจในประเทศ งานวิจัยนี้สรุปได้ว่า โลกของการตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด ปัจจุบันนักท่องเที่ยวต้องการนวัตกรรม สังคม และคุณค่าจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งการใช้การตลาดแบบใหม่ของ 4Es แทนที่จะเป็นการตลาดแบบเก่า 4Ps ทำให้ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ อีกทั้งจะแปลงเป็นรายได้ให้กับธุรกิจ โดยการตลาดที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยการปรับตัวและเป็นพลวัต ในปัจจุบันเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่ระบุแนวโน้มของผู้บริโภค ธุรกิจการท่องเที่ยวมักจะพัฒนารูปแบบการจัดการ การดำเนินงานรูปแบบใหม่ที่คิดค้นขึ้นใหม่ตามสถานการณ์ปัจจุบัน ภายใต้การผสมผสานของ 4Es ควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนและบุคคลที่มีชื่อเสียงที่จะให้การตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แจ็กเกอลีน (Jacqueline, 2019) ทำการศึกษาเรื่องใครเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์การแบ่งแยกสีผิว และทำไม : การวิจัยเชิงสำรวจด้านแรงจูงใจทางการเยี่ยมชมสถานที่โศกนาฏกรรม ในประเทศแอฟริกาใต้ งานวิจัยนี้มีความพยายามที่จะเติมเต็มช่องว่างของงานวิจัยที่เคยมีมาก่อน โดยมุ่งเน้นไปที่เรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นมรดกด้านโศกนาฏกรรม โดยวัตถุประสงค์งานวิจัยนี้ เพื่อสำรวจแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสุสานและพิพิธภัณฑ์ของเฮคเตอร์ ปีเตอร์สัน (HPMM) เพื่อระบุว่าอะไรคือสิ่งที่ผลักดันการเดินทางและสถิติด้านประชากรศาสตร์ด้านใดที่อาจมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจเหล่านั้น การวิเคราะห์ด้านสถิติผ่านปัจจัยด้านแรงจูงใจทั้ง 7 ด้าน พบว่า 3 ปัจจัยหลักที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว คือ การค้นหาความรู้ ความต้องการให้เป็นที่ยอมรับ และความสงสัยใคร่รู้ ในปัจจัยแรกคือการค้นหาความรู้ ซึ่งในที่นี้รวมถึงการเรียนรู้สิ่งใหม่ การค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่ การเดินทางเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ และเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์โศกนาฏกรรม ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่สอง คือ ความต้องการให้เป็นที่ยอมรับและการแสดงความเคารพระลึกถึงผู้สูญเสีย รวมไปถึงการไปพบผู้คนที่มีความสนใจในสิ่งเดียวกัน เพื่อทำความเข้าใจว่าเหตุใดการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมจึงเป็นที่ถกเถียงกันในวงกว้างถึงเหตุผลที่คนนิยมเดินทางไป ส่วนปัจจัยด้านที่สาม คือ ความสงสัยใคร่รู้ กล่าวได้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมนั้นมีความแตกต่างไปจากสถานที่ท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทั่วไป แต่มีความแปลก แตกต่าง และมีความสร้างสรรค์บางประการในนั้น ซึ่งทางด้านประชากรศาสตร์ สรุปได้ว่า ผู้ที่มีอายุน้อยกว่ามักมีความสนใจในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อที่จะผ่อนคลายและเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ ในขณะที่ผู้ที่มีอายุมากขึ้นมักมีความพอใจที่จะใช้เวลาเยี่ยมชมภายในพิพิธภัณฑ์มากกว่า

อัลบิฮเสก (Abhishek, 2020) ทำการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ : นักท่องเที่ยวชาวเอเชียอายุน้อยมีความนิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมหรือไม่ เนื่องด้วยงานวิจัยนี้สังเกตเห็นว่าการวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมแถบตะวันตกมีอยู่มาก จึงได้ทำการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับมุมมองและแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจำกัดขอบเขตงานวิจัยไว้เพียงชาวเอเชียที่ยังอายุน้อย โดยศึกษาอย่างละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ที่นักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเดินทางไปท่องเที่ยว โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของแรงจูงใจ งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อค้นหาคำตอบจากคำถามหลักทั้ง 3 ประเด็น คือ นักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีอายุน้อย มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมหรือไม่ อะไรคือพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียอายุน้อยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมและอะไรคือแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียอายุน้อยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ผลการวิจัยพบว่ามี 5 ปัจจัยหลักที่เป็นแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว คือ ด้านประสบการณ์ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านการศึกษา ด้านเอกลักษณ์วัฒนธรรม ซึ่งปัจจัยด้านประสบการณ์มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจทางการเดินทางมากที่สุด พบว่าในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มี



กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดสงครามหรือมีความเกี่ยวข้องกับสงคราม

คาดิช (Kadir, 2020) ทำการศึกษาเรื่องการค้าขายแร่จิวและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมกัลลิโพลี เพนินซูลา เสมือนเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ซึ่งวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจและประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศที่มาเยี่ยมชมกัลลิโพลี เพนินซูลา ผลจากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมสถานที่ดังกล่าวมีแรงจูงใจและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน โดยรูปแบบของแรงจูงใจ สามารถจำแนกเป็นแรงจูงใจที่ผลักดันและดึงดูด ในขณะที่ประสบการณ์ สามารถจำแนกเป็น ด้านจิตวิทยาและด้านสังคมศาสตร์ ซึ่งผลสรุปของงานวิจัยนี้กล่าวว่า สนาบรบกัลลิโพลีสามารถสร้างความทรงจำต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวและมอบประสบการณ์ด้านสังคมวัฒนธรรมให้แก่นักท่องเที่ยว

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาระเบียบวิธีวิจัยโดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน 2 ระยะ ดังนี้

#### ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

##### กลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่างที่เป็นแบบสอบถามจากประชากร โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอคแรน (Cochran, 1953) โดยกำหนดให้ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้อยู่ที่ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า  $Z = 1.96$  และระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้ คือ ร้อยละ 5 (e มีค่าเท่ากับ 0.05) ทั้งนี้มีรายละเอียดการคำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดย n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ โดยระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้อยู่ที่ร้อยละ 95 หรือ ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า  $Z = 1.96$

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้ คือ ร้อยละ 5 (e มีค่าเท่ากับ 0.05)

$$\text{แทนค่าในสูตร } n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน

##### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย : แบบสอบถาม (Questionnaire)

1. ศึกษาเอกสารและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 6 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

3. นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบ

4. นำข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องและเหมาะสมกับเนื้อหาและจุดมุ่งหมายของงานวิจัย โดยพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) (พิศิษฐ ตันทวนิช, 2561) โดยกำหนดคะแนนสำหรับพิจารณาคำถามแต่ละข้อดังนี้

+1 = เมื่อเห็นว่าข้อคำถามดังกล่าววัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ข้อนั้น

0 = เมื่อไม่มั่นใจว่าข้อคำถามดังกล่าววัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ข้อนั้น

-1 = เมื่อเห็นว่าข้อคำถามดังกล่าววัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ข้อนั้น

นำข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) ตามสูตรของโรวินลลีและแฮมเบิลตัน (Rovinelli and Hambleton, 1977)

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์

R คือ คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$  คือ ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ผลการคำนวณ หากค่าของ IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 แสดงให้เห็นว่าข้อความนั้นมีความตรงตามวัตถุประสงค์หรือเนื้อหาและถ้าหากต่ำกว่า 0.5 ข้อความนั้นไม่สามารถใช้ได้ คณะผู้วิจัยควรตัดทิ้งไปหรือแก้ไขปรับปรุงใหม่ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้กำหนดผู้เชี่ยวชาญพิจารณาการตรวจสอบทั้งหมด 5 ท่านและกำหนดเกณฑ์ค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จากการคำนวณค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.92 ซึ่งถือว่ามีความตรงตามเนื้อหา

5. นำแบบสอบถามที่ใช้ทดลองมาตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try out) จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการหาค่าความน่าเชื่อถือโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient)

คณะผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Nunnally and Bernstein, 1994) เพราะถือว่าเป็นค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ โดยคณะผู้วิจัยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาได้เท่ากับ 0.96 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ

6. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้ผ่านกระบวนการปรับปรุงให้ถูกต้อง เหมาะสมทั้งด้านภาษา เพื่อสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

7. เมื่อผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและมีการปรับปรุงแก้ไขแล้วสามารถนำไปให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้อย่างเหมาะสม

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 6 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ทำแบบสอบถาม โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) มีคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถาม 7 ข้อ ดังนี้

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 สถานภาพ
- 1.4 ระดับการศึกษา
- 1.5 ภูมิภาค
- 1.6 อาชีพ
- 1.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) มีคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถาม 14 ข้อ ดังนี้

- 2.1 รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม 1 ข้อ
- 2.2 การเดินทางและลักษณะการเดินทาง 2 ข้อ
- 2.3 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว 1 ข้อ
- 2.4 ลักษณะการจัดการเดินทาง 2 ข้อ
- 2.5 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางและสถานที่พักผ่อน 2 ข้อ
- 2.6 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1 ข้อ
- 2.7 กิจกรรมที่ทำระหว่างเดินทางท่องเที่ยว 1 ข้อ
- 2.8 การวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว 3 ข้อ
- 2.9 การรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยว 1 ข้อ

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของคำถามเป็นประเภทมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยการให้คะแนนแบบ 5, 4, 3, 2, 1 มีคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถาม 15 ข้อ ดังนี้

- 3.1 แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) 5 ข้อ
- 3.2 แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) 4 ข้อ
- 3.3 แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) 2 ข้อ
- 3.4 แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) 4 ข้อ

โดยลักษณะของแบบสอบถามใช้ประเภทมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert's Scale) กำหนดให้มี 5 ระดับ คือ

- |   |                                |
|---|--------------------------------|
| 5 | มีผลต่อระดับแรงจูงใจมากที่สุด  |
| 4 | มีผลต่อระดับแรงจูงใจมาก        |
| 3 | มีผลต่อระดับแรงจูงใจปานกลาง    |
| 2 | มีผลต่อระดับแรงจูงใจน้อย       |
| 1 | มีผลต่อระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด |

โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2549) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยที่มีผลต่อระดับแรงจูงใจ

- |             |                                |
|-------------|--------------------------------|
| 4.21 – 5.00 | มีผลต่อระดับแรงจูงใจมากที่สุด  |
| 3.41 – 4.20 | มีผลต่อระดับแรงจูงใจมาก        |
| 2.61 – 3.40 | มีผลต่อระดับแรงจูงใจปานกลาง    |
| 1.81 – 2.60 | มีผลต่อระดับแรงจูงใจน้อย       |
| 1.00 – 1.80 | มีผลต่อระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด |

ส่วนที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของคำถามเป็นประเภทมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยการให้คะแนนแบบ 5, 4, 3, 2, 1 มีคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถาม 11 ข้อ ดังนี้

- 4.1 การสร้างประสบการณ์ (Experience) 3 ข้อ
- 4.2 ความคุ้มค่า (Exchange) 2 ข้อ
- 4.3 การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) 4 ข้อ
- 4.4 การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) 2 ข้อ

โดยลักษณะของแบบสอบถามใช้ประเภทมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert's Scale) กำหนดให้มี 5 ระดับ คือ

- |   |                                  |
|---|----------------------------------|
| 5 | มีผลต่อระดับการตัดสินใจมากที่สุด |
| 4 | มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก       |
| 3 | มีผลต่อระดับการตัดสินใจปานกลาง   |

- 2 มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อย
- 1 มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2549) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจ

- 4.21 – 5.00 มีผลต่อระดับการตัดสินใจมากที่สุด
- 3.41 – 4.20 มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก
- 2.61 – 3.40 มีผลต่อระดับการตัดสินใจปานกลาง
- 1.81 – 2.60 มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อย
- 1.00 – 1.80 มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของคำถามเป็นประเภทมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยให้คะแนนแบบ 5, 4, 3, 2, 1 มีคำถามผู้ตอบแบบสอบถาม 13 ข้อ ดังนี้

- 5.1 การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) 2 ข้อ
- 5.2 การค้นหาข้อมูล (The Information Search) 2 ข้อ
- 5.3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) 3 ข้อ
- 5.4 การตัดสินใจเดินทาง (Purchase Decision) 3 ข้อ
- 5.5 พฤติกรรมหลังเดินทาง (Post Purchase Behavior) 3 ข้อ

โดยลักษณะของแบบสอบถามใช้ประเภทมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert's Scale) กำหนดให้มี 5 ระดับ คือ

- 5 มีผลต่อระดับการตัดสินใจมากที่สุด
- 4 มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก
- 3 มีผลต่อระดับการตัดสินใจปานกลาง
- 2 มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อย
- 1 มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2549) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจ

- 4.21 – 5.00 มีผลต่อระดับการตัดสินใจมากที่สุด
- 3.41 – 4.20 มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก
- 2.61 – 3.40 มีผลต่อระดับการตัดสินใจปานกลาง
- 1.81 – 2.60 มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อย
- 1.00 – 1.80 มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น มีความอิสระที่ไม่มีการจำกัดในด้านเนื้อหา ซึ่งมีคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อเสนอแนะเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

### ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ศึกษาเอกสารและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 6 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อเสนอแนะเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยทำการสุ่มเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Form ในการตอบแบบสอบถาม และใช้ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2564 ถึง 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ซึ่งใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำแบบสอบถามด้วยตนเอง หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผล

### การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือแต่ละชนิดที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลของแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับรวบรวมเสร็จสมบูรณ์แล้ว มาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ด้านสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science) โดยหลักการวิเคราะห์ แล้วจึงนำมาประมวลผลและนำเสนอผลการวิจัย คณะผู้วิจัยได้จัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อคัดแยกความถูกต้องระหว่างแบบสอบถามที่สมบูรณ์และแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์

2. คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามสมบูรณ์ที่รวบรวมมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ด้านสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยแยกวิเคราะห์ตามแบบสอบถาม ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยแยกวิเคราะห์ตามแบบสอบถาม ดังนี้

3.1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิภาค อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

3.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage)

3.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในตารางประกอบความเรียง โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

3.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในตารางประกอบความเรียง โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

3.1.5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในตารางประกอบความเรียง โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

3.1.6 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) นำข้อมูลที่ใกล้เคียงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน และผ่านกระบวนการในการตีความเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาอย่างละเอียดและถี่ถ้วน

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) โดยแยกวิเคราะห์ตามแบบสอบถาม ดังนี้

3.2.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย โดยคณะผู้วิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างโดยการใช้ค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (T-Test) ซึ่งจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ การจำแนกเพศ และคณะผู้วิจัยทำการเปรียบเทียบความแตกต่างโดยการใช้ค่าวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA) คือ จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิภาค อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม และวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นออกเป็นรายคู่ (Post Hoc Tests) ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) โดยในการทดสอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2.2 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบการส่งผลของตัวแปรอิสระ ได้แก่ แรงจูงใจทางการเดินทาง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อตัวแปรตาม คือ กระบวนการตัดสินใจเดินทาง



คณะผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

### ประชากร

นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

### กลุ่มตัวอย่าง

ทางคณะผู้วิจัยสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำนวน 3 คน ซึ่งเลือกแบบเจาะจง โดยเลือกจากบุคคลที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี และใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview)

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย : แบบสัมภาษณ์ (Interview Form)

1. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งประกอบด้วยชุดของคำถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ความเห็น พฤติกรรม ทศนคติ และข้อเสนอแนะ ซึ่งผู้สัมภาษณ์มีการวางแผนทำการสนทนาซักถามอย่างมีจุดมุ่งหมาย และเตรียมรายการหัวข้อและคำถามที่ต้องการคำตอบและอาจถามคำถามเดียวกันในแต่ละเรื่องในลำดับเดียวกัน รวมถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้พูดเนื้อหาอื่น แต่มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับที่ผู้สัมภาษณ์ต้องการ โดยคำถามที่คิดขึ้นมานั้นได้มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 4 กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ส่วนที่ 5 นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

2. นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบ

3. เมื่อผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและมีการปรับปรุงแก้ไขแล้วสามารถนำมาสัมภาษณ์ได้อย่างเหมาะสม

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ (Interview Form) เป็นการบันทึกข้อมูล

การสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยมีลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open – Ended Questions) โดยมีแบบสัมภาษณ์ทั้งหมด 5 ส่วน ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม และนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) การเดินทางและลักษณะการเดินทาง

ท่านคิดว่า การเดินทางและลักษณะการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร

2) วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ท่านคิดว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้แก่อะไรบ้าง

3) ผู้ร่วมเดินทางและผู้ตัดสินใจเลือกการเดินทางรวมถึงลักษณะการจัดการเดินทาง

ท่านคิดว่า ผู้ตัดสินใจเลือกการเดินทางและผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีลักษณะอย่างไร และลักษณะการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีลักษณะอย่างไร

4) การค้นหาข้อมูลข่าวสารสำหรับการเดินทาง

ท่านคิดว่า การค้นหาข้อมูลข่าวสารสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถสืบค้นข้อมูลได้ทางไหนบ้าง

5) พาหนะที่ใช้ในการเดินทางและสถานที่พักแรม

ท่านคิดว่า พาหนะที่ใช้ในการเดินทางและสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีลักษณะอย่างไร

6) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ท่านคิดว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร ใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง และมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเป็นอย่างไร

7) การวางแผนล่วงหน้า

ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีการวางแผนล่วงหน้าหรือไม่และเป็นอย่างไร

8) การจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว

ท่านคิดว่า การจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร มีการจัดสรรไว้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นพิเศษหรือไม่

## 9) การรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยว

ท่านคิดว่า การรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาจากช่องทางใดบ้าง

## 10) แรงจูงใจทางกายภาพ

ท่านคิดว่า แรงจูงใจทางกายภาพที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมได้แก่อะไรบ้าง และมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

## 11) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม

ท่านคิดว่า แรงจูงใจทางวัฒนธรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมได้แก่อะไรบ้าง และมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

## 12) แรงจูงใจระหว่างบุคคล

ท่านคิดว่า แรงจูงใจระหว่างบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมได้แก่อะไรบ้าง และมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

## 13) แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง

ท่านคิดว่า แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมได้แก่อะไรบ้าง และมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

## 14) การสร้างประสบการณ์

ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสามารถสร้างประสบการณ์ด้านบวกและด้านลบอย่างไรบ้างแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย

## 15) ความคุ้มค่า

ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะได้รับค่าความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมอย่างไรบ้าง

## 16) การเข้าถึงผู้บริโภค

ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมและคนในท้องถิ่นสามารถเข้าถึงและให้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างไรบ้าง

## 17) การสร้างความสัมพันธ์

ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสามารถสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างไรบ้าง

18) การรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น

ท่านคิดว่า เพราะเหตุใด นักท่องเที่ยวชาวไทยจึงเริ่มสนใจการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมากขึ้นและมีปัญหาอุปสรรคใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว

19) การค้นหาข้อมูล

ท่านคิดว่า การค้นหาข้อมูลก่อนการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร

20) การประเมินทางเลือก

ท่านคิดว่า การประเมินทางเลือกก่อนการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่ อย่างไร

21) การตัดสินใจเดินทาง

ท่านคิดว่า ปัจจัยใดส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดและเพราะเหตุใด

22) พฤติกรรมหลังเดินทาง

ท่านคิดว่า ภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม นักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบัน มีพฤติกรรมอย่างไร มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอย่างไร

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบออนไลน์ โดยใช้โปรแกรม Zoom ระยะเวลาเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึงวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ซึ่งคณะผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการจดบันทึกตามประเด็นหลักที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นนำเนื้อหาจากการสัมภาษณ์ที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผล

**การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล**

คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือแต่ละชนิดที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลของแบบสัมภาษณ์ หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้รวบรวมเสร็จสมบูรณ์แล้ว มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยหลักการวิเคราะห์เป็นกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่คณะผู้วิจัยเริ่มต้นเก็บข้อมูล จนถึงเมื่อสิ้นสุดการเก็บข้อมูล (เอี่ยมพร หลินเจริญ, ม.ป.ป.) แล้วจึงนำมาประมวลผลและนำเสนอผลการวิจัย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยใช้เครื่องมือตอบแบบสอบถาม คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) โดยมีการแบ่งการเสนอผลการวิจัยเป็น 2 ตอน ดังนี้

#### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด 9 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ส่วนที่ 7 การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิสำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจทางการเดินทางและส่วนประสมทางการตลาดต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 3 - 9 ดังนี้

**ตารางที่ 3** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	154	40.00
หญิง	231	60.00
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเป็นเพศชาย 154 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00

**ตารางที่ 4** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-24 ปี	109	28.30
25-31 ปี	35	9.10
32-38 ปี	30	7.80
39-45 ปี	39	10.10
46-52 ปี	54	14.00
53-59 ปี	83	21.60
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	35	9.10
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ช่วงอายุ 18 - 24 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และรองลงมา คือ ช่วงอายุ 53 - 59 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.60 และช่วงอายุ 46 - 52 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	196	50.90
สมรส	161	41.80
หย่าร้าง	26	6.80
อื่น ๆ	2	0.50
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 และรองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	79	20.60
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	205	53.20
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	101	26.20
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 และรองลงมา คือ ระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 และระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพหรือปริมณฑล	189	49.10
ภาคกลาง	69	17.90
ภาคเหนือ	22	5.70
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	39	10.10
ภาคตะวันออก	39	10.10
ภาคตะวันตก	9	2.30
ภาคใต้	18	4.80
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนากรุงเทพหรือปริมณฑล จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.10 และรองลงมา คือ ภูมิลำเนาภาคกลางจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.90 และภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	90	23.40
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	123	31.90
พนักงานบริษัทเอกชน	73	19.00
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	47	12.20
รับจ้าง	22	5.70
อื่น ๆ เช่น เกษียณอายุ แม่บ้าน นักการเมือง เป็นต้น	30	7.80
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 และรองลงมา คือ ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา



จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 9** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	129	33.50
15,001-25,000 บาท	63	16.40
25,001-35,000 บาท	51	13.20
35,001-45,000 บาท	27	7.00
45,001-55,000 บาท	21	5.50
สูงกว่า 55,000 บาท	94	24.40
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และรองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 10 - 23 ดังนี้

**ตารางที่ 10** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
การท่องเที่ยวเชิงปริมาณ	14	2.00
การท่องเที่ยวพื้นที่สังหาร	99	14.30
การท่องเที่ยวภัยพิบัติ	62	8.90
การท่องเที่ยวเสียงภัย	62	8.90
การท่องเที่ยวเขตพื้นที่ทหาร	311	44.90
การท่องเที่ยวสมรภูมिरบ	144	20.70
สถานที่อื่น ๆ	2	0.30
<b>รวม</b>	<b>694</b>	<b>100.00</b>

**หมายเหตุ** ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเขตพื้นที่ทหาร จำนวน 311 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 44.90 และรองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวสมรภูมิ จำนวน 144 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.70 และเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวพื้นที่สังหาร จำนวน 99 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.30 ตามลำดับ

**ตารางที่ 11** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางและลักษณะการเดินทาง (ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว)

ระยะเวลาในการเดินทาง ท่องเที่ยว	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
1 วัน (One Day Trip)	160	34.70
2-3 วัน	241	52.30
4-5 วัน	46	10.00
ตั้งแต่ 5 วันขึ้นไป	14	3.00
<b>รวม</b>	<b>461</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 2-3 วัน จำนวน 241 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 52.30 และรองลงมา คือ ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 1 วัน (One Day Trip) จำนวน 160 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 34.70 และใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 4 - 5 วัน จำนวน 46 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 12** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางและลักษณะการเดินทาง (การเดินทางจากภูมิลำเนาไปยังสถานที่ท่องเที่ยว)

การเดินทางจากภูมิลำเนาไปยัง สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางภายในจังหวัด	23	6.00
เดินทางข้ามจังหวัด	362	94.00
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางจากภูมิลำเนาไปยังสถานที่ท่องเที่ยวข้ามจังหวัด จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 และรองลงมา คือ เดินทางจากภูมิลำเนาไปยังสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ท่องเที่ยว	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	340	56.80
เพื่อการศึกษา	155	25.80
เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ / อาชีพ	15	2.50
เพื่อเยี่ยมครอบครัว	28	4.70
เพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา	7	1.20
เพื่อร่วมงานรำลึกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น	45	7.50
อื่น ๆ	9	1.50
<b>รวม</b>	<b>599</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 340 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 56.80 และรองลงมา คือ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อการศึกษา จำนวน 155 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.80 และมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อร่วมงานรำลึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จำนวน 45 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 14** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง  
(บุคคลที่ร่วมเดินทาง)

บุคคลที่ร่วมเดินทาง	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	27	4.30
เดินทางกับครอบครัว	261	41.90
เดินทางกับเพื่อน	190	30.50
เดินทางเป็นหมู่คณะ (หน่วยงาน/บริษัทนำเที่ยว)	107	17.20
เดินทางกับคนรัก	38	6.10
<b>รวม</b>	<b>623</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเดินทางกับครอบครัว จำนวน 261 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 41.90 และรองลงมา คือ การเดินทางกับเพื่อน จำนวน 190 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 30.50 และการเดินทางเป็นหมู่คณะ จำนวน 107 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.20 ตามลำดับ

**ตารางที่ 15** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง  
(วันที่เลือกเดินทาง)

วันที่เลือกเดินทาง	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
วันจันทร์-วันศุกร์	102	18.00
วันหยุดสุดสัปดาห์	283	49.60
วันหยุดนักขัตฤกษ์	178	31.20
อื่น ๆ	7	1.20
<b>รวม</b>	<b>570</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางในวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 283 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 49.60 และรองลงมา คือ เลือกเดินทางในวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 178 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 31.20 และเลือกเดินทางในวันจันทร์ - วันศุกร์ จำนวน 102 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 16** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางและสถานที่พักแรม (ยานพาหนะ)

ยานพาหนะ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
รถโดยสารสาธารณะ	51	9.40
รถยนต์ส่วนตัว	324	59.80
รถเช่า	75	13.80
รถไฟ	45	8.30
เครื่องบิน	39	7.20
อื่น ๆ	8	1.50
<b>รวม</b>	<b>542</b>	<b>100.00</b>

**หมายเหตุ** ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 324 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 59.80 และรองลงมา คือ เลือกเดินทางโดยรถเช่า จำนวน 75 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.80 และเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 51 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 17** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางและสถานที่พักแรม (ประเภทที่พักแรม)

ที่พักแรม	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
บ้านพักส่วนตัว	42	9.40
โรงแรม/รีสอร์ท	344	77.30
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	44	9.90
อื่น ๆ	15	3.40
<b>รวม</b>	<b>445</b>	<b>100.00</b>

**หมายเหตุ** ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่พักแรมประเภทโรงแรม/รีสอร์ท จำนวน 344 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 77.30 และรองลงมา คือ เลือกพักแรมประเภทบ้านญาติ/บ้านเพื่อน จำนวน 44 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.90 และเลือกพักแรมประเภทบ้านพักส่วนตัว จำนวน 42 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 3,000 บาท	79	16.10
3,001-5,000 บาท	138	28.20
5,001-7,000 บาท	102	20.80
7,001-9,000 บาท	46	9.40
9,001-11,000 บาท	44	9.00
11,001-13,000 บาท	30	6.10
สูงกว่า 13,000 บาท	51	10.40
<b>รวม</b>	<b>490</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางครั้งละ 3,001 - 5,000 บาท จำนวน 138 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 28.20 และรองลงมา คือ เลือกรู้มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางครั้งละ 5,001 - 7,000 บาท จำนวน 102 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.80 และค่าใช้จ่ายในการเดินทางครั้งละ ต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 79 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทาง ท่องเที่ยว	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ถ่ายรูปทัศนียภาพในสถานที่ท่องเที่ยว	367	50.10
ซื้อสินค้าของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น	260	35.50
เข้าร่วมเทศกาลงานประเพณี	71	9.70
ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา	27	3.70
อื่น ๆ	7	1.00
<b>รวม</b>	<b>732</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำกิจกรรมถ่ายรูปลักษณ์ภาพในสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 367 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 50.10 และรองลงมา คือ เลือกทำกิจกรรมซื้อสินค้าของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น จำนวน 260 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 35.50 และเลือกทำกิจกรรมเข้าร่วมเทศกาลงานประเพณี จำนวน 71 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.70 ตามลำดับ

**ตารางที่ 20** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (ความถี่ในการวางแผนการเดินทาง)

ความถี่ในการวางแผนการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกครั้ง	185	48.00
บ่อยครั้ง	63	16.40
บางครั้ง	115	29.90
ไม่เคยเลย	22	5.70
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนทุกครั้ง จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 และรองลงมา คือการวางแผนบางครั้ง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 และการวางแผนบ่อยครั้ง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 21** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (การวางแผนในการเดินทางแต่ละครั้ง)

การวางแผนในการเดินทางแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เลือก	22	5.70
วางแผนอย่างละเอียด	196	50.90
วางแผนแบบคร่าว ๆ	152	39.50
วางแผนแบบกะทันหัน	15	3.90
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>



จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนอย่างละเอียด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 และรองลงมา คือ การวางแผนแบบคร่าว ๆ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 และไม่ได้เลือก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 ตามลำดับ

**ตารางที่ 22** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (สิ่งที่จัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหลัก)

สิ่งที่จัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหลัก	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ยานพาหนะ	221	22.10
ที่พัก	322	33.80
อาหาร	267	28.00
ของที่ระลึก	32	3.40
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	119	12.50
อื่น ๆ	2	0.20
<b>รวม</b>	<b>963</b>	<b>100.00</b>

**หมายเหตุ** ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดสรรงบประมาณให้กับที่พักเป็นหลัก จำนวน 322 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 33.80 และรองลงมา คือ จัดสรรงบประมาณให้กับอาหาร จำนวน 267 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 28.00 และจัดสรรงบประมาณให้กับยานพาหนะ จำนวน 221 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยว

ช่องทางการรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
โทรทัศน์	139	12.70
สื่อสิ่งพิมพ์	99	9.10
Facebook	214	19.60
Twitter	44	4.00
YouTube	153	14.00
Instagram	72	6.60
คนที่รู้จักแนะนำมา	174	15.90
ค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง	192	17.60
อื่น ๆ	6	0.50
<b>รวม</b>	<b>1093</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ: ข้อคำถามข้อนี้สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ผ่านช่องทาง Facebook จำนวน 214 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.60 และรองลงมา คือ การรับรู้ผ่านช่องทางการค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง จำนวน 192 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.60 และการรับรู้ผ่านคนที่รู้จักแนะนำมา จำนวน 174 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.90 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลเป็นรายข้อ ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 24 – 28 ดังนี้

**ตารางที่ 24** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. แรงจูงใจทางกายภาพ	3.52	0.86	มาก
2. แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	3.69	0.87	มาก
3. แรงจูงใจระหว่างบุคคล	3.13	0.93	ปานกลาง
4. แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง	3.00	0.95	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.33</b>	<b>0.69</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 24 พบว่าแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.33$ , S.D. = 0.69) และเมื่อพิจารณารายข้อของแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม พบว่า มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามรายข้อที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม ( $\bar{X} = 3.69$ , S.D. = 0.87) รองลงมา คือ แรงจูงใจทางกายภาพ ( $\bar{X} = 3.52$ , S.D. = 0.86) แรงจูงใจระหว่างบุคคล ( $\bar{X} = 3.13$ , S.D. = 0.93) และแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง ( $\bar{X} = 3.00$ , S.D. = 0.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางกายภาพ

แรงจูงใจทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	การแปรผล
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากชีวิตประจำวัน	3.25	1.13	ปานกลาง
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อใช้เวลาในวันหยุดหรือเทศกาล	3.62	1.20	มาก
3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น เดินป่าศึกษาธรรมชาติ	3.40	1.07	ปานกลาง
4. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัยในการเข้าถึง	3.67	1.14	มาก
5. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาดและได้รับการดูแลอย่างสม่ำเสมอ	3.64	1.11	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.52</b>	<b>0.86</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 25 พบว่าแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อแรงจูงใจทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.52$ , S.D. = 0.86) และเมื่อพิจารณาแรงจูงใจทางกายภาพรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัยในการเข้าถึงมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 1.14) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาดและได้รับการดูแลอย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 1.11) ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อใช้เวลาในวันหยุดหรือเทศกาล ( $\bar{X} = 3.62$ , S.D. = 1.20) ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น เดินป่าศึกษาธรรมชาติ ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 1.07) และผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากชีวิตประจำวัน ( $\bar{X} = 3.25$ , S.D. = 1.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางวัฒนธรรม

แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเพื่อเข้ามาศึกษา ประวัติศาสตร์ เช่น สถานที่ บุคคล	3.71	1.05	มาก
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์ใน อดีต	3.54	1.03	มาก
3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมและ วิถีชีวิต	3.80	1.04	มาก
4. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเนื่องจากสถานที่ ท่องเที่ยวมีประเพณี วัฒนธรรมที่มี ความโดดเด่น	3.73	1.05	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.69</b>	<b>0.87</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 26 พบว่าแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อแรงจูงใจทางวัฒนธรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณาแรงจูงใจทางวัฒนธรรมรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.04) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีประเพณี วัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 1.05) ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อเข้ามาศึกษาประวัติศาสตร์ เช่น สถานที่ บุคคล ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 1.05) และผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์ในอดีต ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 1.03)

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจระหว่างบุคคล

แรงจูงใจระหว่างบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	การแปรผล
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเพื่อต้องการพบปะและ แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้คนใหม่ๆ และผู้คนในท้องถิ่น	3.44	1.03	มาก
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเพื่อกลับมาไว้อาลัยบุคคล ที่รู้จัก	2.83	1.19	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.13</b>	<b>0.93</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 27 พบว่า แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อแรงจูงใจระหว่างบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.13$ , S.D. = 0.93) และเมื่อพิจารณาแรงจูงใจระหว่างบุคคลรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อต้องการพบปะและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้คนใหม่ๆและผู้คนในท้องถิ่นมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.44$ , S.D. = 1.03) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อกลับมาไว้อาลัยบุคคลที่รู้จัก ( $\bar{X} = 2.83$ , S.D. = 1.19)

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง

แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเพื่องานอดิเรก	3.16	1.15	ปานกลาง
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ	3.08	1.11	ปานกลาง
3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ หรืออาชีพ	2.75	1.21	ปานกลาง
4. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเนื่องจากได้รับอิทธิพล จากบุคคลที่มีชื่อเสียง	3.00	1.17	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.00</b>	<b>0.95</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 28 พบว่า แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.00$ , S.D. = 0.95) และเมื่อพิจารณาแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่องานอดิเรกมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.16$ , S.D. = 1.15) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง ( $\bar{X} = 3.08$ , S.D. = 1.11) ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากบุคคลที่มีชื่อเสียง ( $\bar{X} = 3.00$ , S.D. = 1.17) และผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจหรืออาชีพ ( $\bar{X} = 2.75$ , S.D. = 1.21) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลเป็นรายข้อ ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 29 - 33 ดังนี้

**ตารางที่ 29** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ส่วนประสมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
การสร้างประสบการณ์	3.74	0.91	มาก
ความคุ้มค่า	3.79	0.96	มาก
การเข้าถึงผู้บริโภค	3.59	0.81	มาก
การสร้างความสัมพันธ์	3.34	1.01	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.62</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 29 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.62$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อของส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม พบว่า มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามรายข้อมีความสำคัญมากที่สุด คือ ความคุ้มค่า ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.96) รองลงมา คือ การสร้างประสบการณ์ ( $\bar{X} = 3.74$ , S.D. = 0.91) การเข้าถึงผู้บริโภค ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 0.81) และการสร้างความสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.34$ , S.D. = 1.01) ตามลำดับ



ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์

การสร้างประสบการณ์	$\bar{X}$	S.D.	การแปรผล
1. การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่ท่าน	3.89	1.08	มาก
2. การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้ประสบการณ์ที่ตอบสนองตรงตามความคาดหวังของท่าน	3.58	0.96	มาก
3. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสร้างประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจให้แก่ท่าน	3.76	1.02	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.74</b>	<b>0.91</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 30 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อการสร้างประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ , S.D. = 0.91) และเมื่อพิจารณาการสร้างประสบการณ์รายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 1.08) รองลงมา คือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสร้างประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 1.02) และการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้ประสบการณ์ที่ตอบสนองตรงตามความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ( $\bar{X} = 3.58$ , S.D. = 0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคุ้มค่า

ความคุ้มค่า	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่ใช้ ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.74	1.00	มาก
2. ท่านรู้สึกคุ้มค่าที่ได้เรียนรู้เรื่องราว และได้รับคุณค่าทางวัฒนธรรมจาก สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.85	1.06	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.96</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 31 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อความ  
 คุ้มค่าของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.96) และเมื่อพิจารณาความ  
 คุ้มค่ารายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกคุ้มค่าที่ได้เรียนรู้  
 เรื่องราวและได้รับคุณค่าทางวัฒนธรรมจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีความสำคัญมากที่สุด  
 ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 1.06) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่ใช้ในสถานที่  
 ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.74$ , S.D. = 1.00)

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงผู้บริโภค

การเข้าถึงผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D.	การแปรผล
1. ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม	3.67	1.03	มาก
2. ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์โทรทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม	3.50	1.05	มาก
3. เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสามารถให้ข้อมูลที่ท่านต้องการและพร้อมให้บริการได้อย่างครบถ้วน	3.52	0.94	มาก
4. ป้ายสื่อความหมายสามารถให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูล	3.67	0.94	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 32 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม ข้อการเข้าถึงผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณาการเข้าถึงผู้บริโภครายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยป้ายสื่อความหมายสามารถให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.94) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 1.03) เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสามารถให้ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการและพร้อมให้บริการได้อย่างครบถ้วน ( $\bar{X} = 3.52$ , S.D. = 0.94) และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์โทรทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 1.05) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์

การสร้างความสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในท้องถิ่น	3.44	1.11	มาก
2. ท่านมีแนวโน้มที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมกับ คนพื้นที่ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	3.23	1.11	ปานกลาง
รวม	3.34	1.01	ปานกลาง

จากตารางที่ 33 ส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อการสร้างความสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ , S.D. = 1.01) และเมื่อพิจารณาการสร้างความสัมพันธ์รายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในท้องถิ่นมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.44$ , S.D. = 1.11) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมกับคนพื้นที่ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.23$ , S.D. = 1.11)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลเป็นรายข้อ ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 34 - 39 ดังนี้

**ตารางที่ 34** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

กระบวนการตัดสินใจ เดินทาง	$\bar{X}$	S.D.	การแปรผล
การตระหนักถึงความต้องการ	3.42	0.90	มาก
การค้นหาข้อมูล	3.62	0.96	มาก
การประเมินทางเลือก	3.79	0.96	มาก
การตัดสินใจเดินทาง	3.54	0.86	มาก
พฤติกรรมหลังการเดินทาง	3.64	0.88	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.60</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 34 พบว่ากระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อของกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยการประเมินทางเลือกมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.96) รองลงมา คือ พฤติกรรมหลังการเดินทาง ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.88) การค้นหาข้อมูล ( $\bar{X} = 3.62$ , S.D. = 0.96) การตัดสินใจเดินทาง ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 0.86) และการตระหนักถึงความต้องการ ( $\bar{X} = 3.42$ , S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตระหนักถึงความต้องการ

การตระหนักถึงความต้องการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปรผล
1. ท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา	3.40	1.03	ปานกลาง
2. ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.43	1.05	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.42</b>	<b>0.90</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 35 พบว่ากระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อการตระหนักถึงความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.42$ , S.D. = 0.90) และเมื่อพิจารณาการตระหนักถึงความต้องการรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ มีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.43$ , S.D. = 1.05) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 1.03)

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูล

การค้นหาข้อมูล	$\bar{X}$	S.D.	การแปรผล
1. ท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจาก ประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ	3.54	1.11	มาก
2. ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือ บริษัทนำเที่ยว	3.71	1.13	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.62</b>	<b>0.96</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 36 พบว่า กระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อการค้นหาข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.62$ , S.D. = 0.96) และเมื่อพิจารณาการค้นหาข้อมูลรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 1.13) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 1.11)

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประเมินทางเลือก

การประเมินทางเลือก	$\bar{X}$	S.D.	การแปรผล
1. การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.84	1.10	มาก
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.75	1.13	มาก
3. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน	3.77	1.12	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.96</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 37 พบว่า กระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อการประเมินทางเลือก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.96) และเมื่อพิจารณาการประเมินทางเลือกรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 1.10) รองลงมา คือ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 1.12) และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.75$ , S.D. = 1.13) ตามลำดับ



ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทาง

การตัดสินใจเดินทาง	$\bar{X}$	S.D.	การแปรผล
1. ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.86	1.06	มาก
2. การแนะนำของบริษัทนำเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.31	1.14	ปานกลาง
3. ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ	3.45	1.06	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.86</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 38 พบว่า กระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ข้อการตัดสินใจเดินทาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาการตัดสินใจเดินทางรายข้อ พบว่า มีระดับในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 1.06) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 1.06) และการแนะนำของบริษัทนำเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.31$ , S.D. = 1.14) ตามลำดับ

ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหลังการเดินทาง

พฤติกรรมหลังการเดินทาง	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโสภนาฏกรรม	3.76	1.07	มาก
2. ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโสภนาฏกรรมอีกครั้ง	3.45	1.00	มาก
3. ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโสภนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น	3.69	0.99	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.64</b>	<b>0.88</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 39 พบว่า กระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโสภนาฏกรรม ข้อการพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.88) เมื่อพิจารณาพฤติกรรมหลังการเดินทางรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโสภนาฏกรรมมีความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 1.07) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโสภนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.69$ , S.D. = 0.99) และผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโสภนาฏกรรมอีกครั้ง ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 1.00) ตามลำดับ

## ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม

ผลการวิเคราะห์จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดของข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมในประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลเป็นรายชื่อ ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 40 - 41 ดังนี้

ตารางที่ 40 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำแนกตามรายชื่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความ คิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมในประเทศไทย	34	8.83
2. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความ คิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมในประเทศไทย	351	91.17
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 40 ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมในประเทศไทย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.83 และผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมในประเทศไทย จำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 91.17

ตารางที่ 41 จำนวนและค่าร้อยละประเด็นความคิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ จำแนกตามรายชื่อ

ข้อเสนอแนะ	ผู้ที่ตอบคำถามปลายเปิด (N = 34)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. การเที่ยวเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อรำลึกและตระหนักถึงเหตุการณ์ความสูญเสียและประวัติศาสตร์	11	32.36
2. ขาดการดูแลจากทางภาครัฐในเรื่องของการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	9	26.48
3. ขาดเจ้าหน้าที่ในการบรรยายข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	2	5.88
4. ควรรักษาความสะอาดและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกมากยิ่งขึ้น	4	11.76
5. ควรมีข้อมูลหลากหลายภาษาในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3	8.82
6. ควรปรับปรุงและจัดกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้มีความน่าสนใจ	3	8.82
7. ควรให้เห็นคุณค่ากับเหตุการณ์จริง ไม่ควรสร้างภาพปกปิด	1	2.94
8. ควรมีข้อมูลเปรียบเทียบในหลายๆ แง่มุม ทั้งเรื่องราว ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อวิถีชีวิต ต่อชุมชน	1	2.94
<b>รวม</b>	<b>34</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย จำนวน 34 ความคิดเห็น เมื่อพิจารณารายย่อย พบว่า การเที่ยวเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อรำลึกและตระหนักถึงเหตุการณ์ความสูญเสียและประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ประเด็น คิดเป็นร้อยละ 32.36 รองลงมา คือ ขาดการดูแลจากทางภาครัฐในเรื่องของการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำนวน 9 ประเด็น คิดเป็นร้อยละ 26.48 และระดับที่สาม คือ ควรรักษาความสะอาดและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกมากยิ่งขึ้น จำนวน 4 ประเด็น คิดเป็นร้อยละ 11.76

## ส่วนที่ 7 การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คณะผู้วิจัยได้ทดสอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ การจำแนกตามเพศ โดยคณะผู้วิจัยได้เปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้ค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (T-Test) และการจำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยคณะผู้วิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้ค่าวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม คณะผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) โดยการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ คณะผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ซึ่งปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 42 - 115 ดังนี้

### 1. การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 42 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามเพศ

กระบวนการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	เพศ (N = 385)				T	P
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การตระหนักถึงความต้องการ	3.44	0.91	3.42	0.91	0.20	0.84
2. การค้นหาข้อมูล	3.48	1.07	3.73	0.87	-2.51	0.01*
3. การประเมินทางเลือก	3.76	1.04	3.82	0.92	-0.53	0.60
4. การตัดสินใจเดินทาง	3.59	0.89	3.52	0.85	0.82	0.41
5. พฤติกรรมหลังการเดินทาง	3.60	0.97	3.67	0.83	-0.81	0.42
รวม	3.57	0.82	3.63	0.73	-0.75	0.46

\* $p < 0.05$  ( $t_{\infty} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามเพศ

การตระหนักถึงความต้องการ	เพศ (N = 385)				T	P
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา	3.44	1.03	3.39	1.04	0.42	0.67
2. ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.44	1.08	3.44	1.04	-0.06	0.95
รวม	3.44	0.91	3.42	0.91	0.20	0.84

$p > 0.05$  ( $t_{\infty} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าโดยรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 44** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามเพศ

การค้นหาข้อมูล	เพศ (N = 385)				T	P
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจาก ประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ	3.40	1.20	3.64	1.03	-1.95	0.05
2. ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณา ต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว	3.53	1.24	3.82	1.03	-2.38	0.02*
<b>รวม</b>	<b>3.48</b>	<b>1.07</b>	<b>3.73</b>	<b>0.87</b>	<b>-2.51</b>	<b>0.01*</b>

\* $p < 0.05$  ( $t_{\infty} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อย พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน คือ ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว

ตารางที่ 45 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามเพศ

การประเมินทางเลือก	เพศ				T	P
	(N = 385)					
	ชาย		หญิง			
$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.80	1.17	3.88	1.06	-0.73	0.46
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.69	1.21	3.79	1.08	-0.83	0.41
3. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน	3.79	1.20	3.77	1.08	-0.53	0.85
รวม	3.76	1.04	3.82	0.92	-0.53	0.60

$p > 0.05 (t_{\infty} = \pm 1.96)$

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อย พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



**ตารางที่ 46** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามเพศ

การตัดสินใจเดินทาง	เพศ				T	P
	(N = 385)					
	ชาย		หญิง			
$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.85	1.15	3.87	1.01	-0.21	0.84
2. การแนะนำของบริษัทนำเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.38	1.17	3.27	1.13	0.93	0.36
3. ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ	3.53	1.07	3.40	1.06	1.21	0.23
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.89</b>	<b>3.52</b>	<b>0.85</b>	<b>0.82</b>	<b>0.41</b>

$p > 0.05$  ( $t_{\infty} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อย พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 47 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมหลังการเดินทาง	เพศ				T	P
	(N = 385)					
	ชาย		หญิง			
$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.67	1.16	3.84	1.01	-1.49	0.14
2. ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมา ยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม อีกครั้ง	3.49	1.07	3.43	0.97	0.58	0.57
3. ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น	3.62	1.02	3.75	0.99	-1.21	0.23
รวม	3.60	0.97	3.67	0.83	-0.81	0.42

$p > 0.05$  ( $t_{\infty} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าโดยรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายย่อย พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 48 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามอายุ

กระบวนการ ตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	อายุ (N = 385 คน)																F- Test	P
	18 - 24 ปี		25 - 31 ปี		32 - 38 ปี		39 - 45 ปี		46 - 52 ปี		53 - 59 ปี		ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป		รวม			
	$\bar{X}$	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.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การตระหนักถึง ความต้องการ	3.46	0.99	3.46	0.52	3.74	0.77	3.17	0.98	3.58	0.87	3.31	0.95	3.33	0.87	3.42	0.91	1.72	0.11
2. การค้นหาข้อมูล	3.81	0.99	3.67	0.78	3.97	0.76	3.32	1.01	3.75	0.84	3.45	1.01	3.33	0.94	3.63	0.96	3.22	0.00*
3. การประเมิน ทางเลือก	3.92	0.83	3.84	0.72	4.17	0.70	3.35	1.12	3.90	0.97	3.67	1.12	3.66	1.06	3.79	0.97	2.96	0.01*
4. การตัดสินใจ เดินทาง	3.68	0.88	3.47	0.66	3.94	0.62	3.27	0.80	3.64	0.85	3.39	0.86	3.40	1.11	3.54	0.87	3.03	0.01*
5. พฤติกรรมหลัง การเดินทาง	3.76	0.94	3.65	0.70	3.90	0.64	3.32	0.87	3.71	0.85	3.58	0.94	3.43	0.92	3.64	0.89	2.07	0.06
<b>รวม</b>	<b>3.73</b>	<b>0.76</b>	<b>3.62</b>	<b>0.52</b>	<b>3.94</b>	<b>0.57</b>	<b>3.29</b>	<b>0.83</b>	<b>3.72</b>	<b>0.73</b>	<b>3.48</b>	<b>0.82</b>	<b>3.43</b>	<b>0.84</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>3.55</b>	<b>0.00*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{6,378} = 2.10$ )

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุในภาพรวมทุกด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อเรียงตามลำดับความสำคัญพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 32 – 38 ปี มีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง ซึ่งด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 – 31 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.62$ , S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง ซึ่งด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 0.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 32 – 38 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง ซึ่งด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 4.17$ , S.D. = 0.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 39 – 45 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.29$ , S.D. = 0.83) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง ซึ่งด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.35$ , S.D. = 1.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 – 52 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ , S.D. = 0.73) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง ซึ่งด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 53 – 59 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 0.82) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง ซึ่งด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 1.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.43$ , S.D. = 0.84) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง ซึ่งด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 1.06)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ด้าน คือ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจเดินทาง

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 48 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 49 ตารางที่ 50 และตารางที่ 51 ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจเดินทาง

**ตารางที่ 49** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	18 – 24 ปี	25 – 31 ปี	32 – 38 ปี	39 – 45 ปี	46 – 52 ปี	53 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
18 – 24 ปี	3.81	-	0.46	0.41	0.01*	0.72	0.01*	0.01*
25 – 31 ปี	3.67		-	0.21	0.11	0.70	0.25	0.13
32 – 38 ปี	3.97			-	0.01*	0.31	0.11	0.01*
39 – 45 ปี	3.32				-	0.03*	0.47	0.97
46 – 52 ปี	3.75					-	0.08	0.20
53 – 59 ปี	3.45						-	0.91
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	3.33							-

\*P < 0.05

จากตารางที่ 49 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี 53 – 59 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 32 – 38 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 46 – 52 ปี

ตารางที่ 50 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	18 – 24 ปี	25 – 31 ปี	32 – 38 ปี	39 – 45 ปี	46 – 52 ปี	53 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
18 – 24 ปี	3.92	-	0.65	0.22	0.00*	0.86	0.07	0.15
25 – 31 ปี	3.84		-	0.17	0.03*	0.78	0.39	0.43
32 – 38 ปี	4.17			-	0.00*	0.21	0.02*	0.03*
39 – 45 ปี	3.35				-	0.01*	0.09	0.17
46 – 52 ปี	3.90					-	0.18	0.25
53 – 59 ปี	3.67						-	0.94
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	3.66							-

\*P < 0.05

จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 25 – 31 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 32 – 38 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี 53 – 59 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 46 – 52 ปี

ตารางที่ 51 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	18 – 24 ปี	25 – 31 ปี	32 – 38 ปี	39 – 45 ปี	46 – 52 ปี	53 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
18 – 24 ปี	3.68	-	0.21	0.13	0.01*	0.81	0.02*	0.10
25 – 31 ปี	3.47		-	0.03*	0.31	0.34	0.65	0.74
32 – 38 ปี	3.94			-	0.00*	0.12	0.00*	0.01*
39 – 45 ปี	3.27				-	0.04*	0.45	0.50
46 – 52 ปี	3.64					-	0.09	0.19
53 – 59 ปี	3.39						-	0.95
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	3.40							-

\*P < 0.05

จากตารางที่ 51 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี และ 53 – 59 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 25 – 31 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 32 – 38 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 32 – 38 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี อายุ 53 – 59 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 46 – 52 ปี

ตารางที่ 52 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามอายุ

การตระหนักถึงความ ต้องการ	อายุ (N = 385 คน)														F- Test	P		
	18 - 24 ปี		25 - 31 ปี		32 - 38 ปี		39 - 45 ปี		46 - 52 ปี		53 - 59 ปี		ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป				รวม	
	$\bar{X}$	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.				
1. ท่านมีความต้องการที่จะ เดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเนื่องจาก บุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา	3.47	1.12	3.49	0.70	3.70	0.88	3.18	1.10	3.54	0.88	3.23	1.09	3.37	1.11	3.41	1.03	1.39	
2. ท่านเลือกเดินทางไปยัง สถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้ จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.45	1.17	3.43	0.61	3.77	0.82	3.15	1.09	3.63	1.00	3.39	1.09	3.29	1.10	3.44	1.05	1.43	0.20
รวม	3.46	0.99	3.46	0.52	3.74	0.77	3.17	0.98	3.58	0.87	3.31	0.95	3.33	0.87	3.42	0.91	1.72	0.11

$p > 0.05$  ( $F_{6,378}=2.10$ )



จากตารางที่ 52 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การตระหนักถึงความต้องการ จำแนกตามอายุโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.42$ , S.D. = 0.91) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 0.99) และรายช้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.47$ , S.D. = 1.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 – 31 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 0.52) และรายช้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.49$ , S.D. = 0.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 32 – 38 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ , S.D. = 0.77) และรายช้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 39 – 45 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.17$ , S.D. = 0.98) และรายช้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.18$ , S.D. = 1.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 – 52 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.58$ , S.D. = 0.87) และรายช้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 1.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 53 – 59 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.31$ , S.D. = 0.95) และรายช้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.39$ , S.D. = 1.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.33$ , S.D. = 0.87) และรายช้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 1.11)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 53 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอายุ

การค้นหาข้อมูล	อายุ (N = 385 คน)																F- Test	P
	18 - 24 ปี		25 - 31 ปี		32 - 38 ปี		39 - 45 ปี		46 - 52 ปี		53 - 59 ปี		ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป		รวม			
	$\bar{X}$	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.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านอาศัยการ ค้นหาข้อมูลจาก ประสบการณ์ ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ	3.65	1.18	3.57	0.85	0.93	1.05	3.21	1.15	0.67	0.95	3.46	1.16	3.29	1.15	3.55	1.11	1.92	0.08
2. ท่านค้นหา ข้อมูลจากสื่อ โฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อ สิ่งพิมพ์ หรือ บริษัทนำเที่ยว	3.96	1.10	3.77	0.97	4.00	1.02	3.44	1.23	3.83	0.99	3.45	1.21	3.37	1.14	3.71	1.13	3.13	0.01*
รวม	3.81	0.99	3.67	0.78	3.97	0.76	3.32	1.01	3.75	0.84	3.45	1.01	3.33	0.94	3.63	0.96	3.22	0.00*

\*p < 0.05 ( $F_{6,378}=2.10$ )

จากตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การค้นหาข้อมูล จำแนกตามอายุโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.96) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 0.99) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 1.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 – 31 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.78) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 32 – 38 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.76) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 1.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 39 – 45 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.32$ , S.D. = 1.01) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.44$ , S.D. = 1.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 – 52 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$ , S.D. = 0.84) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = 0.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 53 – 59 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 1.01) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 1.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.33$ , S.D. = 0.94) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 1.14)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่ามีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อ คือ ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 53 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 54 ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว

ตารางที่ 54 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล รายชื่อย่อยเรื่องท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	18 – 24 ปี	25 – 31 ปี	32 – 38 ปี	39 – 45 ปี	46 – 52 ปี	53 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
18 – 24 ปี	3.96	-	0.38	0.87	0.01*	0.48	0.00*	0.01*
25 – 31 ปี	3.77		-	0.41	0.20	0.80	0.15	0.13
32 – 38 ปี	4.00			-	0.04*	0.51	0.02*	0.02*
39 – 45 ปี	3.44				-	0.09	0.96	0.80
46 – 52 ปี	3.83					-	0.05	0.06
53 – 59 ปี	3.45						-	0.74
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	3.37							-

\*P < 0.05

จากตารางที่ 54 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี 53 – 59 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 32 – 38 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี 53 – 59 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอายุ

การประเมินทางเลือก	อายุ (N = 385 คน)														รวม	F- Test	P	
	18 - 24 ปี		25 - 31 ปี		32 - 38 ปี		39 - 45 ปี		46 - 52 ปี		53 - 59 ปี		ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป					
	$\bar{X}$	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.				
1. การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้ อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการ เลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมของท่าน	3.99	0.97	3.83	0.82	4.10	0.88	3.38	1.33	3.98	1.04	3.73	1.29	3.80	1.18	3.85	1.11	2.03	0.06
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผล ต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.86	1.08	3.97	0.82	4.30	0.75	3.38	1.25	3.81	1.15	3.58	1.25	3.46	1.15	3.75	1.13	3.10	0.01*
3. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการ ตัดสินใจเดินทางของท่าน	3.92	1.10	3.71	0.89	4.10	0.99	3.28	1.15	3.89	1.06	3.70	1.24	3.71	1.23	3.78	1.13	2.18	0.05
<b>รวม</b>	<b>3.92</b>	<b>0.83</b>	<b>3.84</b>	<b>0.72</b>	<b>4.17</b>	<b>0.70</b>	<b>3.35</b>	<b>1.12</b>	<b>3.90</b>	<b>0.97</b>	<b>3.67</b>	<b>1.12</b>	<b>3.66</b>	<b>1.06</b>	<b>3.79</b>	<b>0.97</b>	<b>2.96</b>	<b>0.01*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{6,378}=2.10$ )

จากตารางที่ 55 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม การประเมินทางเลือก จำแนกตามอายุโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.97)  
 และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.83) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับ  
 มาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายัง  
 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = 0.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 – 31 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 0.72) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับ  
 มาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 32 – 38 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.17$ , S.D. = 0.70) และพิจารณารายข้อย่อยพบว่ามีการ  
 การตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายัง  
 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 4.30$ , S.D. = 0.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 39 – 45 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.35$ , S.D. = 1.12) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ใน  
 ระดับปานกลาง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อ  
 การเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.38$ , S.D. = 1.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 – 52 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.97) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับ  
 มาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายัง  
 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 1.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 53 – 59 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 1.12) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับ  
 มาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายัง  
 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 1.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 1.06) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในมาก  
 โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายัง  
 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.18)



เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อ คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 55 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 56 ข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน

ตารางที่ 56 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายชื่อย่อยเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	18 – 24 ปี	25 – 31 ปี	32 – 38 ปี	39 – 45 ปี	46 – 52 ปี	53 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
18 – 24 ปี	3.86	-	0.61	0.06	0.02*	0.80	0.08	0.06
25 – 31 ปี	3.97		-	0.24	0.02*	0.52	0.08	0.05
32 – 38 ปี	4.30			-	0.00*	0.06	0.00*	0.00*
39 – 45 ปี	3.38				-	0.02*	0.02*	0.00*
46 – 52 ปี	3.81					-	0.23	0.14
53 – 59 ปี	3.58						-	0.59
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	3.46							-

\*P < 0.05

จากตารางที่ 56 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 25 – 31 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 32 – 38 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี 53 – 59 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 46 – 52 ปี อายุ 53 – 59 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามอายุ

การตัดสินใจเดินทาง	อายุ (N = 385 คน)																F- Test	P
	18 - 24 ปี		25 - 31 ปี		32 - 38 ปี		39 - 45 ปี		46 - 52 ปี		53 - 59 ปี		ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป		รวม			
	$\bar{X}$	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.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	4.17	0.94	3.77	0.88	4.13	0.73	3.38	1.07	3.93	1.08	3.69	1.15	3.66	1.35	3.86	1.07	3.92	0.00*
2. การแนะนำของบริษัทนำเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.39	1.24	3.23	0.88	3.87	0.73	3.13	1.10	3.43	1.11	3.20	1.15	3.03	1.36	3.32	1.15	2.04	0.06
3. ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ	3.48	1.14	3.40	0.85	3.83	0.79	3.28	0.94	3.57	1.06	3.28	1.07	3.51	1.27	3.45	1.06	1.35	0.23
รวม	3.68	0.88	3.47	0.66	3.94	0.62	3.27	0.80	3.64	0.85	3.39	0.86	3.40	1.11	3.54	0.87	3.03	0.01*

\*p < 0.05 ( $F_{6,378}=2.10$ )

จากตารางที่ 57 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม การตัดสินใจเดินทาง จำแนกตามอายุโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 0.87)  
 และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ , S.D. = 0.88) และพิจารณารายข้อย่อยพบว่ามีการ  
 การตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจ  
 เดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 4.17$ , S.D. = 0.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 – 31 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.47$ , S.D. = 0.66) และพิจารณารายข้อย่อยพบว่ามีการ  
 การตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจ  
 เดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 32 – 38 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.62) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ใน  
 ระดับมาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว  
 เชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 39 – 45 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.27$ , S.D. = 0.80) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ใน  
 ระดับปานกลาง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง  
 ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.38$ , S.D. = 1.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 – 52 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.85) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับ  
 มาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.93$ , S.D. = 1.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 53 – 59 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.39$ , S.D. = 0.86) และพิจารณารายข้อย่อยพบว่า  
 ระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการ  
 ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.69$ , S.D. = 1.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 1.11) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในมาก  
 โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 1.35)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 57 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 58 ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ตารางที่ 58 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง รายชื่อย่อยข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	18 – 24 ปี	25 – 31 ปี	32 – 38 ปี	39 – 45 ปี	46 – 52 ปี	53 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
18 – 24 ปี	3.68	-	0.05	0.88	0.00*	0.17	0.00*	0.01*
25 – 31 ปี	3.47		-	0.16	0.11	0.50	0.69	0.65
32 – 38 ปี	3.94			-	0.00*	0.38	0.05	0.07
39 – 45 ปี	3.27				-	0.01*	0.14	0.26
46 – 52 ปี	3.64					-	0.19	0.24
53 – 59 ปี	3.39						-	0.89
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	3.40							-

\* $P < 0.05$

จากตารางที่ 58 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี 53 – 59 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 32 – 38 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 46 – 52 ปี

ตารางที่ 59 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม พฤติกรรมหลังเดินทาง โดยจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมหลังเดินทาง	อายุ (N = 385 คน)																F- Test	P
	18 - 24 ปี		25 - 31 ปี		32 - 38 ปี		39 - 45 ปี		46 - 52 ปี		53 - 59 ปี		ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป		รวม			
	$\bar{X}$	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.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจาก สถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	3.98	1.07	3.66	0.87	4.07	0.69	3.23	1.04	3.74	1.07	3.73	1.15	3.69	1.23	3.77	1.08	2.92	0.01*
2. ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทาง กลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมอีกครั้ง	3.51	1.13	3.49	0.85	3.67	0.71	3.26	0.85	3.63	0.88	3.37	1.10	3.23	1.09	3.46	1.01	1.19	0.31
3. ท่านจะแนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ให้แก่ผู้อื่น	3.79	1.09	3.80	0.72	3.97	0.81	3.49	1.02	3.76	0.93	3.64	1.03	3.37	1.03	3.70	1.00	1.58	0.15
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>0.94</b>	<b>3.65</b>	<b>0.70</b>	<b>3.90</b>	<b>0.64</b>	<b>3.32</b>	<b>0.87</b>	<b>3.71</b>	<b>0.85</b>	<b>3.58</b>	<b>0.94</b>	<b>3.43</b>	<b>0.92</b>	<b>3.64</b>	<b>0.89</b>	<b>2.07</b>	<b>0.06</b>

\*p < 0.05 ( $F_{6,378}=2.10$ )

จากตารางที่ 59 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม พฤติกรรมหลังเดินทาง จำแนกตามอายุโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.89)  
 และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 0.94) และรายข้อทุกข้อย่อยพบว่าอยู่ในระดับ  
 มาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่  
 ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 1.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 – 31 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ , S.D. = 0.70) และรายข้อทุกข้อย่อยพบว่าอยู่ในระดับ  
 มาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น  
 ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 0.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 32 – 38 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.64) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ใน  
 ระดับมาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น  
 ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = 0.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 39 – 45 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.32$ , S.D. = 0.87) และพิจารณารายข้อย่อยพบว่า  
 ระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.49$ , S.D. = 1.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 – 52 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.85) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับ  
 มาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น  
 ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 0.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 53 – 59 ปี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.58$ , S.D. = 0.94) และพิจารณารายข้อย่อยพบว่า  
 มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และ  
 ความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 1.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.43$ , S.D. = 0.92) และรายข้อย่อยทุกข้อพบว่าอยู่ในระดับ  
 มาก โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่  
 ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.69$ , S.D. = 1.23)



เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อ คือ ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 59 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 60 ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ตารางที่ 60 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง รายชื่อย่อยท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	18 – 24 ปี	25 – 31 ปี	32 – 38 ปี	39 – 45 ปี	46 – 52 ปี	53 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
18 – 24 ปี	3.98	-	0.12	0.70	0.00*	0.17	0.11	0.15
25 – 31 ปี	3.66		-	0.12	0.09	0.72	0.72	0.91
32 – 38 ปี	4.07			-	0.00*	0.18	0.14	0.15
39 – 45 ปี	3.23				-	0.02*	0.02*	0.07
46 – 52 ปี	3.74					-	0.98	0.81
53 – 59 ปี	3.73						-	0.82
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	3.69							-

\*P < 0.05

จากตารางที่ 60 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18 – 24 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 32 – 38 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 46 – 52 ปี และ 53 – 59 ปี

3. การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามสถานภาพ

ตารางที่ 61 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามสถานภาพ

กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	สถานภาพ (N = 385 คน)										F-Test	P
	โสด		สมรส		หย่าร้าง		อื่น ๆ		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การตระหนักถึงความต้องการ	3.43	0.91	3.39	0.92	3.58	0.81	3.50	0.71	3.42	0.91	0.35	0.79
2. การค้นหาข้อมูล	3.70	0.98	3.61	0.90	3.27	1.13	3.50	0.71	3.63	0.96	1.58	0.19
3. การประเมินทางเลือก	3.88	0.90	3.78	0.99	3.23	1.19	4.00	1.41	3.79	0.97	3.49	0.02*
4. การตัดสินใจเดินทาง	3.59	0.89	3.55	0.81	3.23	1.03	3.34	0.47	3.54	0.87	1.34	0.26
5. พฤติกรรมหลังการเดินทาง	3.68	0.91	3.61	0.84	3.54	1.07	4.17	0.71	3.64	0.89	0.54	0.65
<b>รวม</b>	<b>3.65</b>	<b>0.76</b>	<b>3.59</b>	<b>0.75</b>	<b>3.37</b>	<b>0.92</b>	<b>3.70</b>	<b>0.80</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>1.13</b>	<b>0.34</b>

\*p < 0.05 ( $F_{3,381} = 2.60$ )

จากตารางที่ 61 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมทุกด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อเรียงตามลำดับความสำคัญพบว่าสถานภาพอื่น ๆ มีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละสถานภาพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.65$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 0.75) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. = 0.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.92) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ( $\bar{X} = 3.58$ , S.D. = 0.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง ( $\bar{X} = 4.17$ , S.D. = 0.71)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านการประเมินทางเลือก

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 61 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 62 ด้านการประเมินทางเลือก

ตารางที่ 62 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามสถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หย่าร้าง	อื่น ๆ
โสด	3.88	-	0.36	0.00*	0.86
สมรส	3.78		-	0.01*	0.75
หย่าร้าง	3.23			-	0.28
อื่น ๆ	4.00				-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 62 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามสถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มสถานภาพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ตารางที่ 63 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามสถานภาพ

การตระหนักถึงความต้องการ	สถานภาพ (N = 385 คน)										F-Test	P
	โสด		สมรส		หย่าร้าง		อื่น ๆ		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา	3.44	1.05	3.34	1.00	3.58	1.06	3.50	0.71	3.41	1.03	0.58	0.63
2. ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.42	1.07	3.43	1.04	3.58	1.03	3.50	0.71	3.43	1.05	0.17	0.92
<b>รวม</b>	<b>3.65</b>	<b>0.76</b>	<b>3.59</b>	<b>0.75</b>	<b>3.37</b>	<b>0.92</b>	<b>3.70</b>	<b>0.80</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>1.13</b>	<b>0.34</b>

$p > 0.05$  ( $F_{3,381} = 2.60$ )

จากตารางที่ 63 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ จำแนกตามสถานภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสถานภาพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่างโดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.44$ , S.D. = 1.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 0.75) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.43$ , S.D. = 1.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.92) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.58$ , S.D. = 1.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 0.71) และท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 0.71)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 64 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามสถานภาพ

การค้นหาข้อมูล	สถานภาพ (N = 385 คน)										F-Test	P
	โสด		สมรส		หย่าร้าง		อื่น ๆ		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ	3.59	1.14	3.54	1.06	3.27	1.25	3.50	0.71	3.55	1.11	0.65	0.59
2. ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว	3.80	1.13	3.68	1.08	3.27	1.37	3.50	0.71	3.71	1.13	1.82	0.14
<b>รวม</b>	<b>3.65</b>	<b>0.76</b>	<b>3.59</b>	<b>0.75</b>	<b>3.37</b>	<b>0.92</b>	<b>3.70</b>	<b>0.80</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>1.13</b>	<b>0.34</b>

$p > 0.05$  ( $F_{3,381} = 2.60$ )



จากตารางที่ 64 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามสถานภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสถานภาพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่างโดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 0.75) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.68$ , S.D. = 1.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.92) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ ( $\bar{X} = 3.27$ , S.D. = 1.37) และท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.27$ , S.D. = 1.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 0.71) และท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 0.71)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 65 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามสถานภาพ

การประเมินทางเลือก	สถานภาพ (N = 385 คน)										F-Test	P
	โสด		สมรส		หย่าร้าง		อื่น ๆ		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย มีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมของท่าน	3.90	1.04	3.84	1.13	3.50	1.42	4.00	1.41	3.85	1.11	1.04	0.38
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายัง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.86	1.07	3.74	1.12	3.04	1.37	4.00	1.41	3.75	1.13	4.15	0.01*
3. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมี ผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน	3.87	1.07	3.77	1.12	3.15	1.38	4.00	1.41	3.78	1.13	3.15	0.03*
รวม	3.65	0.76	3.59	0.75	3.37	0.92	3.70	0.80	3.61	0.77	1.13	0.34

\*p < 0.05 ( $F_{3,381} = 2.60$ )

จากตารางที่ 65 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามสถานภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสถานภาพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 1.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 0.75) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 1.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.92) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 1.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 1.41) ข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 1.41) และข้อชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 1.41)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ข้อย่อย คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน และชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 65 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 66 และ ตารางที่ 67 ข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมาyingสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน และข้อชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน

**ตารางที่ 66** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการ ประเมินทางเลือก รายด้านเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมาyingสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมของท่าน จำแนกตามสถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หย่าร้าง	อื่น ๆ
โสด	3.86	-	0.32	0.00*	0.86
สมรส	3.74		-	0.00*	0.74
หย่าร้าง	3.04			-	0.24
อื่น ๆ	4.00				-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 66 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายข้อย่อยเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมาyingสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน โดยจำแนกตามสถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มสถานภาพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ตารางที่ 67 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายด้านเรื่อง ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน จำแนกตามสถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หย่าร้าง	อื่น ๆ
โสด	3.87	-	0.42	0.00*	0.87
สมรส	3.77		-	0.01*	0.77
หย่าร้าง	3.15			-	0.30
อื่น ๆ	4.00				-

\* $p < 0.05$

จากตารางที่ 67 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายข้อย่อยเรื่อง ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน โดยจำแนกตามสถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถามเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มสถานภาพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ตารางที่ 68 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามสถานภาพ

การตัดสินใจเดินทาง	สถานภาพ (N = 385 คน)										F-Test	P
	โสด		สมรส		หย่าร้าง		อื่น ๆ		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.98	1.00	3.81	1.06	3.35	1.44	3.50	0.71	3.86	1.07	3.06	0.03*
2. การแนะนำของบริษัทนำเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.35	1.19	3.35	1.07	2.84	1.26	3.50	0.71	3.32	1.15	1.58	0.19
3. ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ	3.43	1.12	3.48	0.99	3.50	1.17	3.00	0.00	3.45	1.06	0.20	0.90
<b>รวม</b>	<b>3.65</b>	<b>0.76</b>	<b>3.59</b>	<b>0.75</b>	<b>3.37</b>	<b>0.92</b>	<b>3.70</b>	<b>0.80</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>1.13</b>	<b>0.34</b>

\*p < 0.05 ( $F_{3,381} = 2.60$ )

จากตารางที่ 68 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตัดสินใจเดินทาง จำแนกตามสถานภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสถานภาพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่างโดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 1.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 0.75) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 1.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.92) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 1.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 0.71) และข้อการแนะนำของบริษัทนำเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 0.71)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อย่อย คือ ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 68 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 69 ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ตารางที่ 69 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง รายด้านเรื่องข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หย่าร้าง	อื่น ๆ
โสด	3.98	-	0.14	0.00*	0.52
สมรส	3.81		-	0.04*	0.68
หย่าร้าง	3.35			-	0.84
อื่น ๆ	3.50				-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 69 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง รายข้อย่อยเรื่อง ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามสถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มสถานภาพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง



ตารางที่ 70 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม พฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามสถานภาพ

พฤติกรรมหลังการเดินทาง	สถานภาพ (N = 385 คน)										F-Test	P
	โสด		สมรส		หย่าร้าง		อื่น ๆ		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.84	1.04	3.71	1.06	3.58	1.39	4.00	0.71	3.77	1.07	1.02	0.39
2. ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมอีกครั้ง	3.46	1.04	3.45	0.94	3.42	1.21	4.00	1.41	3.46	1.00	0.20	0.90
3. ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น	3.74	1.06	3.66	0.93	3.62	0.98	4.00	1.41	3.70	1.00	0.32	0.81
<b>รวม</b>	<b>3.65</b>	<b>0.76</b>	<b>3.59</b>	<b>0.75</b>	<b>3.37</b>	<b>0.92</b>	<b>3.70</b>	<b>0.80</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>1.13</b>	<b>0.34</b>

$p > 0.05$  ( $F_{3,381} = 2.60$ )

จากตารางที่ 70 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง จำแนกตามสถานภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสถานภาพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่างโดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 1.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 0.75) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 1.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.92) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.62$ , S.D. = 0.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.71) ข้อท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมอีกครั้ง ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 1.41) และข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 1.41)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

4. การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 71 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	ระดับการศึกษา (N = 385 คน)								F-Test	P
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า		สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การตระหนักถึงความต้องการ	3.42	0.93	3.51	0.85	3.23	0.98	3.42	0.91	3.35	0.04*
2. การค้นหาข้อมูล	3.65	0.82	3.73	0.92	3.42	1.12	3.63	0.96	3.49	0.03*
3. การประเมินทางเลือก	3.80	0.89	3.93	0.83	3.51	1.22	3.80	0.97	6.53	0.00*
4. การตัดสินใจเดินทาง	3.59	0.87	3.63	0.78	3.35	0.99	3.54	0.87	3.72	0.03*
5. พฤติกรรมหลังการเดินทาง	3.69	0.90	3.72	0.85	3.44	0.93	3.64	0.89	3.54	0.03*
<b>รวม</b>	<b>3.63</b>	<b>0.76</b>	<b>3.71</b>	<b>0.70</b>	<b>3.40</b>	<b>0.86</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>5.87</b>	<b>0.00*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{2,382} = 3.00$ )

จากตารางที่ 71 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมทุกด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อเรียงตามลำดับความสำคัญพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 0.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.93$ , S.D. = 0.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 0.86) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.51$ , S.D. = 1.22)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 ด้าน คือ ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจเดินทาง และด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 71 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 72 ตารางที่ 73 ตารางที่ 74 ตารางที่ 75 และตารางที่ 76 ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจเดินทาง และด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง

ตารางที่ 72 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.42	-	0.44	0.16
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.51		-	0.01*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.23			-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 72 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 73 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.65	-	0.52	0.12
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.73		-	0.01*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.42			-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 73 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

**ตารางที่ 74** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าระดับปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.80	-	0.30	0.05
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.93		-	0.00*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.51			-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 74 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 75 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.59	-	0.69	0.07
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.63		-	0.01*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.35			-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 75 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 76 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.69	-	0.77	0.07
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.72		-	0.01*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.44			-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 76 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี



ตารางที่ 77 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

การตระหนักถึงความต้องการ	ระดับการศึกษา (N = 385 คน)								F-Test	P
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า		สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำ	3.39	1.03	3.46	0.98	3.32	1.14	3.41	1.03	0.65	0.52
2. ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.46	1.05	3.58	1.01	3.15	1.08	3.44	1.05	5.73	0.00*
<b>รวม</b>	<b>3.63</b>	<b>0.76</b>	<b>3.71</b>	<b>0.70</b>	<b>3.40</b>	<b>0.86</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>5.87</b>	<b>0.00*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{2,382} = 3.00$ )

จากตารางที่ 77 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 1.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.58$ , S.D. = 1.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 0.86) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.32$ , S.D. = 1.14)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อย่อย คือ ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 77 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 78 ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ

ตารางที่ 78 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ รายข้อย่อยเรื่อง ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.46	-	0.38	0.05
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.58		-	0.00*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.15			-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 78 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยรายข้อย่อยเรื่อง ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถามเปรียบเทียบรายคู่พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 79 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

การค้นหาข้อมูล	ระดับการศึกษา (N = 385 คน)								F-Test	P
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าระดับปริญญาตรี		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ	3.61	0.95	0.08	1.08	3.36	1.28	3.55	1.11	2.05	0.13
2. ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว	3.68	1.01	3.83	1.08	3.49	1.29	3.71	1.13	3.29	0.04*
<b>รวม</b>	3.63	0.76	3.71	0.70	3.40	0.86	3.61	0.77	5.87	0.00*

\*p < 0.05 ( $F_{2,382} = 3.00$ )

จากตารางที่ 79 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.68$ , S.D. = 0.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = 1.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 0.86) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.49$ , S.D. = 1.29)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อย่อย คือ ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 79 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 80 ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว

ตารางที่ 80 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล รายชื่อย่อยเรื่อง ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.68	-	0.31	0.24
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.83		-	0.01*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.49			-

\* $p < 0.05$

จากตารางที่ 80 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล รายชื่อย่อยเรื่อง ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 81 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม การประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

การประเมินทางเลือก	ระดับการศึกษา (N = 385)								F-Test	P
	ต่ำกว่าระดับ		ปริญญาตรีหรือ		สูงกว่าระดับ		รวม			
	ปริญญาตรี		เทียบเท่า		ปริญญาตรี					
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.91	0.99	3.96	0.93	3.57	1.43	3.85	1.10	4.37	0.01*
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.80	1.00	3.88	1.05	3.46	1.32	3.75	1.13	5.01	0.01*
3. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน	3.68	1.00	3.95	1.02	3.51	1.35	3.78	1.13	5.80	0.00*
<b>รวม</b>	<b>3.63</b>	<b>0.76</b>	<b>3.71</b>	<b>0.70</b>	<b>3.40</b>	<b>0.86</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>5.87</b>	<b>0.00*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{2,382} = 3.00$ )

จากตารางที่ 81 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 0.86) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.57$ , S.D. = 1.43)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ข้อย่อย คือ การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน และชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 81 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 82 ตารางที่ 83 และตารางที่ 84 ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน และชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน



ตารางที่ 82 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายชื่อย่อยเรื่อง การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.91	-	0.73	0.04*
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.96		-	0.00*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.57			-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 82 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายชื่อย่อยเรื่อง การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 83 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายชื่อย่อยเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าระดับปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.80	-	0.57	0.04*
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.88		-	0.00*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.46			-

\*p < 0.05

ตารางที่ 83 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายชื่อย่อยเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบรายคู่พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 84 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายชื่อย่อยเรื่อง ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าระดับปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.68	-	0.07	0.29
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.95		-	0.00*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.51			-

\*p < 0.05

ตารางที่ 84 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายชื่อย่อยเรื่อง ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

**ตารางที่ 85** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจเดินทาง	ระดับการศึกษา (N = 385)								F-Test	P
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า		สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.84	0.93	3.97	0.96	3.67	1.32	3.86	1.07	2.69	0.07
2. การแนะนำของบริษัทนำเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.43	1.16	3.39	1.10	3.09	1.21	3.32	1.15	2.77	0.06
3. ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ	3.48	1.00	3.53	1.04	3.28	1.16	3.45	1.06	1.91	0.15
<b>รวม</b>	<b>3.63</b>	<b>0.76</b>	<b>3.71</b>	<b>0.70</b>	<b>3.40</b>	<b>0.86</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>5.87</b>	<b>0.00*</b>

$p > 0.05$  ( $F_{2,382} = 3.00$ )

จากตารางที่ 85 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตัดสินใจเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = 1.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 0.86) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.49$ , S.D. = 1.29)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 86 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมหลังการเดินทาง	ระดับการศึกษา (N = 385)								F-Test	P
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า		สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี		รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความ โหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.77	1.09	3.85	1.02	3.60	1.18	3.77	1.08	1.76	0.17
2. ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมายังสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมอีกครั้ง	3.61	0.99	3.50	1.00	3.27	1.02	3.46	1.01	2.81	0.06
3. ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ให้แก่ผู้อื่น	3.68	0.95	3.82	0.96	3.46	1.06	3.70	1.00	4.72	0.01*
<b>รวม</b>	<b>3.63</b>	<b>0.76</b>	<b>3.71</b>	<b>0.70</b>	<b>3.40</b>	<b>0.86</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>5.87</b>	<b>0.00*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{2,382} = 3.00$ )

จากตารางที่ 86 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 1.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านข้อตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 1.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 0.86) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 1.18)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อย่อย คือ ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 86 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 87 ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น

ตารางที่ 87 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง รายข้อย่อยเรื่อง ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าระดับปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.68	-	0.28	0.13
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.82		-	0.00*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.46			-

\*p < 0.05

ตารางที่ 87 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง รายข้อย่อยเรื่อง ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี



5. การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามภูมิลำเนา

ตารางที่ 88 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามภูมิลำเนา

กระบวนการ ตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	ภูมิลำเนา (N = 385)																F- Test	P
	กรุงเทพ		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันตก		ภาคใต้		รวม			
	และ ปริมณฑล																	
	$\bar{X}$	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.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การตระหนักถึง ความต้องการ	3.36	0.97	3.45	0.85	3.59	0.78	3.37	0.80	3.46	0.87	3.72	0.62	3.64	0.01	3.42	0.91	0.64	0.70
2. การค้นหาข้อมูล	3.56	0.96	3.73	0.83	3.68	0.09	3.53	1.09	3.68	0.94	4.00	0.50	3.81	1.26	3.63	0.96	0.70	0.65
3. การประเมิน ทางเลือก	3.78	0.99	3.84	0.85	3.70	1.22	3.89	1.02	3.74	0.80	3.93	0.49	3.80	1.37	3.79	0.97	0.18	0.98
4. การตัดสินใจ เดินทาง	3.53	0.88	3.69	0.76	3.65	0.97	3.48	0.89	3.40	0.88	3.70	0.48	3.39	1.06	3.54	0.87	0.73	0.63
5. พฤติกรรมหลัง การเดินทาง	3.58	0.95	3.78	0.74	3.59	0.93	3.56	0.80	3.76	0.85	3.93	0.32	0.59	1.08	3.64	0.89	0.76	0.60
<b>รวม</b>	<b>3.56</b>	<b>0.79</b>	<b>3.70</b>	<b>0.70</b>	<b>3.64</b>	<b>0.87</b>	<b>3.57</b>	<b>0.74</b>	<b>3.61</b>	<b>0.74</b>	<b>3.86</b>	<b>0.30</b>	<b>3.64</b>	<b>0.93</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>0.45</b>	<b>0.85</b>

$p > 0.05$  ( $F_{6,378} = 2.10$ )

จากตารางที่ 88 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามภูมิลำเนา ในภาพรวมทุกด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อเรียงตามลำดับความสำคัญพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละภูมิลำเนา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพและปริมณฑล มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.79) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. = 0.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 0.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคเหนือ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 1.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 1.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออก มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 0.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันตก มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 0.30) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการค้นหาข้อมูล ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคใต้ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.93) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการค้นหาข้อมูล ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 1.26)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามภูมิลำเนา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 89 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามภูมิภาค

การตระหนักถึงความต้องการ	ภูมิภาค (N = 385)																F-Test	P
	กรุงเทพและปริมณฑล		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันตก		ภาคใต้		รวม			
	$\bar{X}$	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.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำ	3.35	1.09	3.45	1.04	3.41	0.85	3.31	0.77	3.46	1.02	4.00	0.87	3.61	1.20	3.41	1.03	0.79	0.58
2. ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.37	1.13	3.45	0.92	3.77	1.02	3.44	0.99	3.46	0.94	3.44	0.73	3.67	1.24	3.44	1.05	0.64	0.70
รวม	3.56	0.79	3.70	0.70	3.64	0.87	3.57	0.74	3.61	0.74	3.86	0.30	3.64	0.93	3.61	0.77	0.45	0.85

$p > 0.05$  ( $F_{6,378} = 2.10$ )

จากตารางที่ 89 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ จำแนกตามภูมิลำเนาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละภูมิลำเนา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.79) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 1.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 1.04) และข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 0.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคเหนือ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 1.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.44$ , S.D. = 0.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออก มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 1.02) และข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 0.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันตก มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 0.30) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคใต้ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.93) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 1.24)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามภูมิลำเนา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 90 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามภูมิภาค

การค้นหาข้อมูล	ภูมิภาค (N = 385)																F- Test	P	
	กรุงเทพ		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันตก		ภาคใต้		รวม				
	และ																		
	ปริมาณ																		
	$\bar{X}$	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.	$\bar{X}$	S.D.			
1. ท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจาก																			
ประสบการณ์ส่วนตัว	3.45	1.61	3.72	0.89	3.82	0.10	3.36	1.18	3.59	1.04	4.00	0.87	3.67	1.41	3.55	1.11	1.24	0.29	
ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ																			
2. ท่านค้นหาข้อมูลจาก																			
สื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น	3.68	1.14	3.74	0.95	3.55	1.26	3.70	1.28	3.77	1.09	4.00	1.12	3.94	1.39	3.71	1.13	0.36	0.91	
สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์																			
หรือบริษัทนำเที่ยว																			
รวม	3.56	0.79	3.70	0.70	3.64	0.87	3.57	0.74	3.61	0.74	3.86	0.30	3.64	0.93	3.61	0.77	0.45	0.85	

$p > 0.05$  ( $F_{6,378} = 2.10$ )

จากตารางที่ 90 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามภูมิลำเนาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละภูมิลำเนา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯและปริมณฑล มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.79) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.68$ , S.D. = 1.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.74$ , S.D. = 0.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคเหนือ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 1.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 1.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออก มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 1.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันตก มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 0.30) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.87) และข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 1.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคใต้ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.93) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 1.09)

ความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อที่ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 1.39)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามภูมิลำเนา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน



ตารางที่ 91 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามภูมิลำเนา

การประเมินทางเลือก	ภูมิลำเนา (N = 385)																F- Test	P
	กรุงเทพ และ ปริมณฑล		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ		ภาค ตะวันออก		ภาค ตะวันตก		ภาคใต้		รวม			
	$\bar{X}$	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.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การคมนาคมสามารถเข้าถึง ได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการ เลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมของท่าน	3.79	1.15	3.91	0.97	3.78	0.31	4.05	1.10	3.87	0.86	4.00	0.71	3.78	1.56	3.85	1.11	0.41	0.87
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผล ต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.75	1.15	3.78	1.04	3.64	1.14	3.87	1.24	3.72	0.97	3.78	0.97	3.61	1.50	3.75	1.13	0.17	0.99
3. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลใน การตัดสินใจเดินทางของท่าน	3.79	1.20	3.81	0.86	3.68	1.43	3.74	1.04	3.62	1.04	4.00	0.71	4.00	1.41	3.78	1.13	0.35	0.91
<b>รวม</b>	<b>3.56</b>	<b>0.79</b>	<b>3.70</b>	<b>0.70</b>	<b>3.64</b>	<b>0.87</b>	<b>3.57</b>	<b>0.74</b>	<b>3.61</b>	<b>0.74</b>	<b>3.86</b>	<b>0.30</b>	<b>3.64</b>	<b>0.93</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>0.45</b>	<b>0.85</b>

$p > 0.05$  ( $F_{6,378} = 2.10$ )

จากตารางที่ 91 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามภูมิภาคโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละภูมิภาค พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯและปริมณฑล มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.79) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย มีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 1.15) และข้อข้อเสียของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 1.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคเหนือ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. = 0.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย มีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 1.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออก มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D. = 0.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันตก มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 0.30) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.71) และข้อข้อเสียของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคใต้ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
โศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.93) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามี  
ความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการ  
ตัดสินใจเดินทางของท่าน ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 1.41)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามภูมิลำเนา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทาง  
ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในราย  
ช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 92 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามภูมิลำเนา

การตัดสินใจเดินทาง	ภูมิลำเนา (N = 385)																F- Test	P
	กรุงเทพ และ ปริมณฑล		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ		ภาค ตะวันออก		ภาค ตะวันตก		ภาคใต้		รวม			
	$\bar{X}$	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.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.89	1.10	3.86	1.00	3.82	1.12	3.82	1.02	3.74	0.99	4.22	0.44	3.89	1.32	3.86	1.07	0.29	0.94
2. การแนะนำของบริษัทนำ เที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	3.35	1.16	3.40	1.11	3.41	1.14	3.41	1.07	3.10	1.17	3.22	1.20	2.83	1.29	3.32	1.15	0.93	0.47
3. ท่านตั้งใจเดินทางไปยัง สถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ	3.35	1.13	3.80	0.87	3.73	0.88	3.21	0.98	3.36	1.04	3.67	0.87	3.44	1.34	3.45	1.06	2.22	0.04*
<b>รวม</b>	<b>3.56</b>	<b>0.79</b>	<b>3.70</b>	<b>0.70</b>	<b>3.64</b>	<b>0.87</b>	<b>3.57</b>	<b>0.74</b>	<b>3.61</b>	<b>0.74</b>	<b>3.86</b>	<b>0.30</b>	<b>3.64</b>	<b>0.93</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>0.45</b>	<b>0.85</b>

\*p < 0.05 ( $F_{6,378} = 2.10$ )



ความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.89, S.D. = 1.32$ )

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามภูมิสำเนา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อย่อย คือ ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 92 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 93 ข้อท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ

ตารางที่ 93 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง รายข้อย่อยเรื่อง ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ จำแนกตามภูมิภาคของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

ภูมิภาค	$\bar{X}$	กรุงเทพหรือ ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้
กรุงเทพหรือปริมณฑล	3.35	-	0.00*	0.12	0.42	0.38	0.39	0.73
ภาคกลาง	3.80		-	0.79	0.01*	0.04*	0.73	0.21
ภาคเหนือ	3.73			-	0.64	0.19	0.89	0.40
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.21				-	0.52	0.24	0.43
ภาคตะวันออก	3.36					-	0.43	0.78
ภาคตะวันตก	3.67						-	0.61
ภาคใต้	3.44							-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 93 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง รายข้อย่อยเรื่อง ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ โดยจำแนกตามภูมิภาคของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มภูมิภาคต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพและปริมณฑล มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก

ตารางที่ 94 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามภูมิภาค

พฤติกรรมหลังเดินทาง	ภูมิภาค (N = 385)																F-Test	P
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาค ตะวันออก		ภาค ตะวันตก		ภาคใต้		รวม			
	$\bar{X}$	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.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจาก สถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	3.74	1.17	3.88	0.88	3.73	0.08	3.62	0.96	3.82	0.94	4.33	0.50	3.67	1.37	3.77	1.08	0.75	0.61
2. ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทาง กลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมอีกครั้ง	3.39	1.05	3.59	0.93	3.36	1.00	3.38	0.88	3.67	1.08	3.67	0.87	3.39	1.04	3.46	1.01	0.79	0.58
3. ท่านจะแนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ ผู้อื่น	3.62	1.07	3.86	0.79	3.68	1.17	3.69	0.92	3.79	0.98	3.78	0.67	3.72	1.07	3.70	1.00	0.55	0.77
<b>รวม</b>	<b>3.56</b>	<b>0.79</b>	<b>3.70</b>	<b>0.70</b>	<b>3.64</b>	<b>0.87</b>	<b>3.57</b>	<b>0.74</b>	<b>3.61</b>	<b>0.74</b>	<b>3.86</b>	<b>0.30</b>	<b>3.64</b>	<b>0.93</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>0.45</b>	<b>0.85</b>

$p > 0.05$  ( $F_{6,378} = 2.10$ )



จากตารางที่ 94 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง จำแนกตามภูมิลำเนาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละภูมิลำเนา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯและปริมณฑล มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.79) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.74$ , S.D. = 1.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคเหนือ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 0.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.69$ , S.D. = 0.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออก มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = 0.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันตก มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 0.30) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 4.33$ , S.D. = 0.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคใต้ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.93) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.72$ , S.D. = 1.07)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามภูมิลำเนา ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

6. การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 95 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามอาชีพ

กระบวนการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	อาชีพ (N = 385)														F-Test	P
	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		รวม			
	$\bar{X}$	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.		
1. การตระหนักถึง ความต้องการ	3.51	0.92	3.43	0.92	3.39	0.90	3.28	0.94	3.57	0.70	3.34	0.94	3.42	0.91	0.60	0.70
2. การค้นหาข้อมูล	3.85	0.94	3.75	0.92	3.45	0.93	3.61	1.04	3.30	0.98	3.22	0.90	3.63	0.96	3.62	0.00*
3.การประเมิน ทางเลือก	3.97	0.70	3.94	0.98	3.80	0.91	3.47	1.15	3.29	1.12	3.53	1.09	3.79	0.97	3.97	0.00*
4. การตัดสินใจ เดินทาง	3.69	0.85	3.57	0.84	3.51	0.80	3.54	0.85	3.33	0.93	3.26	1.06	3.54	0.87	1.52	0.18
5. พฤติกรรมหลังการ เดินทาง	3.81	0.86	3.66	0.81	3.66	0.90	3.53	1.12	3.38	0.90	3.37	0.78	3.64	0.89	1.80	0.11
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.67</b>	<b>3.67</b>	<b>0.77</b>	<b>3.56</b>	<b>0.74</b>	<b>3.48</b>	<b>0.88</b>	<b>3.37</b>	<b>0.76</b>	<b>3.34</b>	<b>0.81</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>2.41</b>	<b>0.04*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{5,379} = 2.21$ )

จากตารางที่ 95 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมทุกด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อเรียงตามลำดับความสำคัญพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.67) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 0.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.48$ , S.D. = 0.88) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการค้นหาข้อมูล ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 1.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ( $\bar{X} = 3.57$ , S.D. = 0.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ , S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.53$ , S.D. = 1.09)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ด้าน คือ การค้นหาข้อมูล และการประเมินทางเลือก

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 95 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 96 และตารางที่ 97 ด้านการค้นหาข้อมูลและการประเมินทางเลือก

ตารางที่ 96 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	รับจ้าง	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	3.85	-	0.44	0.01*	0.15	0.01*	0.00*
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.75		-	0.03*	0.38	0.04*	0.01*
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.45			-	0.36	0.52	0.27
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.61				-	0.20	0.08
รับจ้าง	3.30					-	0.77
อื่น ๆ	3.22						-

\* $p < 0.05$

จากตารางที่ 96 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ

ตารางที่ 97 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	รับจ้าง	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	3.97	-	0.82	0.28	0.00*	0.00*	0.03*
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.94		-	0.33	0.00*	0.00*	0.04*
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.80			-	0.06	0.03*	0.19
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.47				-	0.46	0.77
รับจ้าง	3.29					-	0.36
อื่น ๆ	3.53						-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 97 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง

ตารางที่ 98 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามอาชีพ

การตระหนักถึงความต้องการ	อาชีพ (N = 385)														F-Test	P
	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		รวม			
	$\bar{X}$	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.		
1. ท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา	3.51	1.05	3.42	0.99	3.44	1.05	3.21	1.08	3.41	0.96	3.27	1.08	3.41	1.03	0.64	0.67
2. ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.51	1.12	3.44	1.02	3.34	0.97	3.34	1.11	3.73	0.89	3.40	1.19	3.44	1.05	0.63	0.68
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.67</b>	<b>3.67</b>	<b>0.77</b>	<b>3.56</b>	<b>0.74</b>	<b>3.48</b>	<b>0.88</b>	<b>3.37</b>	<b>0.76</b>	<b>3.34</b>	<b>0.81</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>2.41</b>	<b>0.04*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{5,379} = 2.21$ )

จากตารางที่ 98 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ จำแนกตามอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.67) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.51$ , S.D. = 1.05) และข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.51$ , S.D. = 1.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.44$ , S.D. = 1.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.44$ , S.D. = 1.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.48$ , S.D. = 0.88) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.34$ , S.D. = 1.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 0.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ , S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 1.19)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณา



ในรายชื่อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 99 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอาชีพ

การค้นหาข้อมูล	อาชีพ (N = 385)														F-Test	P
	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		รวม			
	$\bar{X}$	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.		
1. ท่านอาศัยการค้นหา ข้อมูลจาประสบการณ์ ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ	3.68	1.14	3.70	1.09	3.36	1.08	3.51	1.16	3.50	1.10	3.10	1.03	3.55	1.11	2.16	0.06
2. ท่านค้นหาข้อมูล จากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อ สิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำ เที่ยว	4.02	1.04	3.80	1.01	3.53	1.11	3.70	1.21	3.09	1.06	3.33	1.12	3.71	1.13	4.01	0.00*
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.67</b>	<b>3.67</b>	<b>0.77</b>	<b>3.56</b>	<b>0.74</b>	<b>3.48</b>	<b>0.88</b>	<b>3.37</b>	<b>0.76</b>	<b>3.34</b>	<b>0.81</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>2.41</b>	<b>0.04*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{5,379} = 2.21$ )

จากตารางที่ 99 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.67) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 4.02$ , S.D. = 1.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.53$ , S.D. = 1.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.48$ , S.D. = 0.88) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 1.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 1.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ , S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.33$ , S.D. = 1.12)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 จำนวน 1 ซ้อย่อย คือ ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 99 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 100 ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว

ตารางที่ 100 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการ ค้นหาข้อมูล รายชื่อย่อยเรื่อง ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือ บริษัทนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	รับจ้าง	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	4.02	-	0.14	0.01*	0.11	0.00*	0.00*
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.80		-	0.11	0.62	0.01*	0.04*
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.53			-	0.42	0.10	0.40
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.70				-	0.03*	0.16
รับจ้าง	3.09					-	0.44
อื่น ๆ	3.33						-

\* $p < 0.05$

จากตารางที่ 100 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง

ตารางที่ 101 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอาชีพ

การประเมินทางเลือก	อาชีพ (N = 385)														F-Test	P
	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		รวม			
	$\bar{X}$	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.		
1. การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	4.04	0.82	4.06	1.06	3.75	1.01	3.45	1.43	3.27	1.24	3.70	1.29	3.85	1.11	4.27	0.00*
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.90	0.99	3.91	1.12	3.85	1.06	3.36	1.19	3.23	1.19	3.43	1.19	3.75	1.13	3.56	0.00*
3. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน	3.96	1.02	3.85	1.14	3.81	1.02	3.60	1.30	3.36	1.18	3.47	1.22	3.78	1.13	1.89	0.10
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.67</b>	<b>3.67</b>	<b>0.77</b>	<b>3.56</b>	<b>0.74</b>	<b>3.48</b>	<b>0.88</b>	<b>3.37</b>	<b>0.76</b>	<b>3.34</b>	<b>0.81</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>2.41</b>	<b>0.04*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{5,379} = 2.21$ )

จากตารางที่ 101 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.67) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 1.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.48$ , S.D. = 0.88) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 1.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน ( $\bar{X} = 3.36$ , S.D. = 1.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ , S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 1.29)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ข้อย่อย คือ การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 101 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 102 และ ตารางที่ 103 ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน และข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน



ตารางที่ 102 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายชื่อย่อยเรื่อง การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	รับจ้าง	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	4.04	-	0.93	0.09	0.00*	0.00*	0.13
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.06		-	0.06	0.00*	0.00*	0.11
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.75			-	0.13	0.07	0.82
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.45				-	0.53	0.32
รับจ้าง	3.27					-	0.16
อื่น ๆ	3.70						-

$p < 0.05$

จากตารางที่ 102 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และรับจ้าง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และรับจ้าง

ตารางที่ 103 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก รายชื่อย่อยเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	รับจ้าง	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	3.90	-	0.95	0.77	0.01*	0.01*	0.05
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.91		-	0.71	0.00*	0.01*	0.04*
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.85			-	0.02*	0.02*	0.09
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.36				-	0.64	0.78
รับจ้าง	3.23					-	0.51
อื่น ๆ	3.43						-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 103 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และรับจ้าง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือกมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และรับจ้าง

ตารางที่ 104 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจเดินทาง	อาชีพ (N = 385)														F- Test	P
	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		รวม			
	$\bar{X}$	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.		
1. ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมี ผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	4.14	0.89	3.95	1.05	3.78	0.98	3.72	1.23	3.36	1.05	3.47	1.33	3.86	1.07	3.58	0.00*
2. การแนะนำของบริษัทนำ เที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	3.41	1.24	3.30	1.14	3.41	0.97	3.30	1.16	3.18	1.22	3.00	1.26	3.32	1.15	0.74	0.59
3. ท่านตั้งใจเดินทางไปยัง สถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ	3.52	1.10	3.46	1.07	3.33	1.04	3.60	0.99	3.45	0.96	3.30	1.18	3.45	0.06	0.56	0.73
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.67</b>	<b>3.67</b>	<b>0.77</b>	<b>3.56</b>	<b>0.74</b>	<b>3.48</b>	<b>0.88</b>	<b>3.37</b>	<b>0.76</b>	<b>3.34</b>	<b>0.81</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>2.41</b>	<b>0.04*</b>

\*p < 0.05 ( $F_{5,379} = 2.21$ )

จากตารางที่ 104 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตัดสินใจเดินทาง จำแนกตามอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.67) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 1.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. = 0.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.48$ , S.D. = 0.88) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.72$ , S.D. = 1.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยเฉพาะ ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 0.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ , S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 1.29)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ซ้อย่อย คือ ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 104 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 105 ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ตารางที่ 105 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง รายข้อย่อยเรื่อง ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	รับจ้าง	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	4.14	-	0.19	0.03*	0.03*	0.00*	0.00*
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.95		-	0.27	0.21	0.02*	0.02*
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.78			-	0.77	0.10	0.17
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.72				-	0.19	0.30
รับจ้าง	3.36					-	0.73
อื่น ๆ	3.47						-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 105 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ

ตารางที่ 106 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมหลังเดินทาง	อาชีพ (N = 385)														F- Test	P
	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		รวม			
	$\bar{X}$	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.		
1. ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจาก สถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	4.03	1.00	3.80	1.00	3.73	1.02	3.51	1.28	3.36	1.22	3.67	1.15	3.77	1.08	2.39	0.04*
2. ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทาง กลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมอีกครั้ง	3.56	1.06	3.48	0.92	3.53	1.01	3.38	1.19	3.41	0.91	3.03	0.93	3.46	1.01	1.39	0.23
3. ท่านจะแนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ ผู้อื่น	3.84	1.03	3.71	0.91	3.73	0.95	3.70	1.27	3.36	1.00	3.40	0.86	3.70	1.00	1.44	0.21
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.67</b>	<b>3.67</b>	<b>0.77</b>	<b>3.56</b>	<b>0.74</b>	<b>3.48</b>	<b>0.88</b>	<b>3.37</b>	<b>0.76</b>	<b>3.34</b>	<b>0.81</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>2.41</b>	<b>0.04*</b>

\*p < 0.05 (F<sub>5,379</sub> = 2.21)

จากตารางที่ 106 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง จำแนกตามอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.67) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 1.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 1.02) และข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 0.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.48$ , S.D. = 0.88) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 1.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมอีกครั้ง ( $\bar{X} = 3.41$ , S.D. = 0.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ , S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 1.15)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในราย



ข้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อย่อย คือ ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 106 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 107 ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ตารางที่ 107 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง รายชื่อย่อยเรื่อง ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	รับจ้าง	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	4.03	-	0.11	0.07	0.01*	0.01*	0.10
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.80		-	0.65	0.12	0.08	0.55
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.73			-	0.28	0.16	0.80
ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	3.51				-	0.59	0.53
รับจ้าง	3.36					-	0.31
อื่น ๆ	3.67						-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 107 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และรับจ้าง

7. การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 108 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กระบวนการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F-Test	P
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท		25,001-35,000 บาท		35,001-45,000 บาท		45,001-55,000 บาท		สูงกว่า 55,000 บาท		รวม				
	$\bar{X}$	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.		
1. การตระหนักถึงความ ต้องการ	3.44	0.91	3.37	0.89	3.49	0.77	3.72	0.91	3.50	0.95	3.30	0.97	3.42	0.91	1.09	0.36
2. การค้นหาข้อมูล	3.71	0.92	3.59	0.97	3.62	0.82	4.09	0.91	3.69	0.87	3.40	1.06	3.63	0.96	2.58	0.03*
3. การประเมินทางเลือก	3.85	0.84	3.88	0.95	3.61	0.89	4.12	0.95	3.79	0.92	3.67	1.18	3.79	0.97	1.49	0.19
4. การตัดสินใจเดินทาง	3.62	0.87	3.52	0.78	3.46	0.75	3.88	0.82	3.54	0.73	3.41	0.99	3.54	0.87	1.55	0.18
5. พฤติกรรมหลังการ เดินทาง	3.71	0.81	3.65	1.01	3.53	0.81	3.79	0.89	3.76	0.64	3.54	0.99	3.64	0.89	0.78	0.56
รวม	3.67	0.69	3.60	0.80	3.54	0.66	3.92	0.82	3.66	0.70	3.46	0.87	3.61	0.77	1.82	0.11

\*p < 0.05 (F<sub>5,379</sub> = 2.21)

จากตารางที่ 108 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมทุกด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อเรียงตามลำดับความสำคัญพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 - 45,000 บาทมีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.69) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 0.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 0.66) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการค้นหาข้อมูล ( $\bar{X} = 3.62$ , S.D. = 0.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.82) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 1.18)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทาง

ห้องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน คือ การค้นหาข้อมูล

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 108 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 109 ด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 109 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	45,001-55,000 บาท	สูงกว่า 55,000 บาท
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.71	-	0.39	0.54	0.06	0.92	0.02*
15,001-25,000 บาท	3.59		-	0.87	0.02*	0.67	0.24
25,001-35,000 บาท	3.62			-	0.04*	0.77	0.20
35,001-45,000 บาท	4.09				-	0.15	0.00*
45,001-55,000 บาท	3.69					-	0.21
สูงกว่า 55,000 บาท	3.40						-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 109 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท

ตารางที่ 110 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตระหนักถึงความ ต้องการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F- Test	P
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท		15,001- 25,000 บาท		25,001-35,000 บาท		35,001-45,000 บาท		45,001-55,000 บาท		สูงกว่า 55,000 บาท		รวม			
	$\bar{X}$	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.		
1. ท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา	3.41	1.06	3.35	1.03	3.43	0.01	3.70	0.95	3.57	0.93	3.31	1.06	3.41	1.03	0.77	0.57
2. ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.47	1.08	3.38	1.02	3.55	0.97	3.74	1.10	3.43	1.08	3.29	1.06	3.44	1.05	1.01	0.41
รวม	3.67	0.69	3.60	0.80	3.54	0.66	3.92	0.82	3.66	0.70	3.46	0.87	3.61	0.77	1.82	0.11

$p > 0.05$  ( $F_{5,380} = 2.21$ )



จากตารางที่ 110 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.69) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.47$ , S.D. = 1.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.38$ , S.D. = 1.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 0.66) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.55$ , S.D. = 0.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.82) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.74$ , S.D. = 1.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.57$ , S.D. = 0.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา ( $\bar{X} = 3.31$ , S.D. = 1.06)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

**ตารางที่ 111** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การค้นหาข้อมูล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F-Test	P
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท		15,001-25,000 บาท		25,001-35,000 บาท		35,001-45,000 บาท		45,001-55,000 บาท		สูงกว่า 55,000 บาท		รวม			
	$\bar{X}$	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.		
1. ท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ	3.52	1.14	3.59	1.06	3.57	1.01	3.96	0.94	3.62	0.97	3.40	1.23	3.55	1.11	1.11	0.35
2. ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว	3.90	1.02	3.59	1.19	3.67	1.14	4.22	1.01	3.76	1.04	3.40	1.20	3.71	1.13	3.49	0.00*
<b>รวม</b>	<b>3.67</b>	<b>0.69</b>	<b>3.60</b>	<b>0.80</b>	<b>3.54</b>	<b>0.66</b>	<b>3.92</b>	<b>0.82</b>	<b>3.66</b>	<b>0.70</b>	<b>3.46</b>	<b>0.87</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>1.82</b>	<b>0.11</b>

\*p < 0.05 ( $F_{5,380} = 2.21$ )

จากตารางที่ 111 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.69) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 1.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 1.06) และข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 1.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 0.66) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 1.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.82) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 4.22$ , S.D. = 1.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 1.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 1.23) และข้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 1.20)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า มี

กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ช้อย่อย คือ ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว

จากการพบความแตกต่างดังตารางที่ 111 จึงนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 112 ช้อท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว

**ตารางที่ 112** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล รายชื่อย่อยเรื่อง ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	45,001-55,000 บาท	สูงกว่า 55,000 บาท
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.90	-	0.07	0.21	0.17	0.60	0.00*
15,001-25,000 บาท	3.59		-	0.71	0.01*	0.53	0.31
25,001-35,000 บาท	3.67			-	0.04*	0.74	0.18
35,001-45,000 บาท	4.22				-	0.16	0.00*
45,001-55,000 บาท	3.76					-	0.18
สูงกว่า 55,000 บาท	3.40						-

\*p < 0.05

จากตารางที่ 112 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยจำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีค่าเฉลี่ยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท

**ตารางที่ 113** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การประเมินทางเลือก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F-Test	P
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ		15,001-25,000 บาท		25,001-35,000 บาท		35,001-45,000 บาท		45,001-55,000 บาท		สูงกว่า 55,000 บาท		รวม			
	$\bar{X}$	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.		
1. การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมาyingสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.89	1.00	3.95	1.07	3.75	1.00	4.04	1.09	3.86	0.96	3.73	1.35	3.85	1.11	0.58	0.71
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมาyingสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน	3.76	1.09	3.97	1.02	3.61	1.13	4.11	1.05	3.86	0.91	3.55	1.29	3.75	1.13	1.81	0.11
3. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน	3.89	1.03	3.73	1.14	3.49	1.12	4.22	0.89	3.67	1.11	3.71	1.28	3.78	1.13	1.91	0.09
<b>รวม</b>	<b>3.67</b>	<b>0.69</b>	<b>3.60</b>	<b>0.80</b>	<b>3.54</b>	<b>0.66</b>	<b>3.92</b>	<b>0.82</b>	<b>3.66</b>	<b>0.70</b>	<b>3.46</b>	<b>0.87</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>1.82</b>	<b>0.11</b>

$p > 0.05$  ( $F_{5,380} = 2.21$ )



จากตารางที่ 113 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.69) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 1.00) และข้อชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 1.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 1.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 0.66) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.75$ , S.D. = 1.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.82) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของท่าน ( $\bar{X} = 4.22$ , S.D. = 0.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 1.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีผลต่อการเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 1.35)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

**ตารางที่ 114** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจเดินทาง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F-Test	P
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท		15,001-25,000 บาท		25,001-35,000 บาท		35,001-45,000 บาท		45,001-55,000 บาท		สูงกว่า 55,000 บาท		รวม			
	$\bar{X}$	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.		
1. ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.95	1.00	3.98	0.99	3.71	1.03	4.15	0.95	3.81	0.81	3.69	1.27	3.86	1.07	1.43	0.21
2. การแนะนำของบริษัทนำเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.41	1.23	3.22	0.97	3.16	1.07	3.67	1.07	3.52	0.93	3.19	1.23	3.32	1.15	1.33	0.25
3. ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ	3.50	1.06	3.37	1.04	3.51	0.95	3.81	0.96	3.29	1.06	3.35	1.17	3.45	1.06	1.06	0.38
<b>รวม</b>	<b>3.67</b>	<b>0.69</b>	<b>3.60</b>	<b>0.80</b>	<b>3.54</b>	<b>0.66</b>	<b>3.92</b>	<b>0.82</b>	<b>3.66</b>	<b>0.70</b>	<b>3.46</b>	<b>0.87</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>1.82</b>	<b>0.11</b>

$p > 0.05$  ( $F_{5,380} = 2.21$ )

จากตารางที่ 114 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตัดสินใจเดินทาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.69) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 1.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 0.66) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 1.003)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.82) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 0.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.69$ , S.D. = 1.27)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อ

พิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 115 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมหลังการเดินทาง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F-Test	P
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	45,001-55,000 บาท	สูงกว่า 55,000 บาท	รวม									
	$\bar{X}$	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.		
1. ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจาก สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม	3.93	1.03	3.68	1.15	3.59	0.92	3.81	1.04	4.00	0.77	3.64	1.21	3.77	1.08	1.44	0.21
2. ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทาง กลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมอีกครั้ง	3.46	0.98	3.51	1.16	3.37	0.92	3.67	0.92	3.52	0.75	3.39	1.08	3.46	1.01	0.43	0.83
3. ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น	3.74	1.00	3.75	1.00	3.63	0.96	3.89	0.97	3.76	0.77	3.59	1.07	3.70	1.00	0.57	0.72
<b>รวม</b>	<b>3.67</b>	<b>0.69</b>	<b>3.60</b>	<b>0.80</b>	<b>3.54</b>	<b>0.66</b>	<b>3.92</b>	<b>0.82</b>	<b>3.66</b>	<b>0.70</b>	<b>3.46</b>	<b>0.87</b>	<b>3.61</b>	<b>0.77</b>	<b>1.82</b>	<b>0.11</b>

p > 0.05 (F<sub>5,380</sub> = 2.21)

จากตารางที่ 115 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.69) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.93$ , S.D. = 1.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.75$ , S.D. = 1.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 0.66) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.82) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.70) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อการตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.46$ , S.D. = 0.87) และเมื่อพิจารณารายช้อย่อย พบว่ามีความแตกต่าง โดยข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ข้อท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 1.21)

เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตัดสินใจเดินทาง โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อ

พิจารณาในรายช้อย่อยพบว่า มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ไม่แตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน



ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจทางการเดินทางและส่วนประสมทางการตลาดต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

8.1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรแรงจูงใจต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นตัวแปรตาม และใช้ตัวแปรย่อย 4 ตัวแปร เป็นตัวแปรอิสระ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter

X1 หมายถึง แรงจูงใจทางกายภาพ

X2 หมายถึง แรงจูงใจทางวัฒนธรรม

X3 หมายถึง แรงจูงใจระหว่างบุคคล

X4 หมายถึง แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง

**ตารางที่ 116** ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรแรงจูงใจต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

แรงจูงใจการเดินทาง	B	Std. Error	Beta	T	P
แรงจูงใจทางกายภาพ (X1)	0.44	0.04	0.50	12.63	0.00*
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (X2)	0.33	0.04	0.38	9.45	0.00*
แรงจูงใจระหว่างบุคคล (X3)	-0.04	0.04	-0.05	-1.25	0.21
แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง (X4)	0.08	0.03	0.10	2.37	0.02*
<b>ค่าคงที่</b>	<b>0.73</b>	<b>0.12</b>		<b>6.34</b>	<b>0.00*</b>

Multiple R = 0.81<sup>a</sup> R Square = 0.66 Adjusted R square = 0.65 Std. Error = 0.45

\*p < 0.05

จากตารางที่ 116 พบว่าผลการวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.81 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.66 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว (Adjusted R square) เท่ากับ 0.65 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการตัดสินใจ (Standard Error) เท่ากับ 0.45 แสดงว่า แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม รวมร้อยละ 65.40 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 34.60 มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ

เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า มีแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เรียง

ตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ (Beta = 0.50) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Beta = 0.38) แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง (Beta = 0.10) และแรงจูงใจระหว่างบุคคล (Beta = - 0.05) ตามลำดับ

## 8.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุเชิงพหุของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นตัวแปรตาม และใช้ตัวแปรย่อย 4 ตัวแปร เป็นตัวแปรอิสระ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter

Y1 หมายถึง การสร้างประสบการณ์

Y2 หมายถึง ความคุ้มค่า

Y3 หมายถึง การเข้าถึงผู้บริโภค

Y4 หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์

**ตารางที่ 117** ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของตัวแปรแรงจูงใจต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ส่วนประสมทางการตลาด	B	Std. Error	Beta	T	P
การสร้างประสบการณ์ (Y1)	0.20	0.04	0.24	5.01	0.00*
ความคุ้มค่า (Y2)	0.28	0.04	0.35	7.41	0.00*
การเข้าถึงผู้บริโภค (Y3)	0.22	0.04	0.23	5.96	0.00*
การสร้างความสัมพันธ์ (Y4)	0.16	0.02	0.22	7.32	0.00*
ค่าคงที่	0.49	0.10		4.96	0.00*

Multiple R = 0.86<sup>a</sup> R Square = 0.74 Adjusted R square = 0.74 Std. Error = 0.39

\*p < 0.05

จากตารางที่ 117 พบว่าผลการวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.86 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.74 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว (Adjusted R square) เท่ากับ 0.74 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการตัดสินใจ (Standard Error) เท่ากับ 0.39 แสดงว่า ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อตัวแปรตามคือกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ร้อยละ 74.10 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 25.90 มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ

เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า มีส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เรียงตามลำดับความสำคัญ

ได้แก่ ความคุ้มค่า (Beta = 0.35) การสร้างประสบการณ์ (Beta = 0.24) การเข้าถึงผู้บริโภค (Beta = 0.23) และการสร้างความสัมพันธ์ (Beta = 0.22) ตามลำดับ

### ส่วนที่ 9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

#### ตารางที่ 118 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 2 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 3 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 4 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 5 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 6 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 7 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่	ไม่สอดคล้อง

แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน	
สมมติฐานที่ 8 : ปัจจัยด้านแรงจูงใจทางกายภาพมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมในประเทศไทย	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 9 : ปัจจัยด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมในประเทศไทย	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 10 : ปัจจัยด้านแรงจูงใจระหว่าง บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 11 : ปัจจัยด้านแรงจูงใจทาง สถานภาพและชื่อเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 12 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาดด้านการสร้างประสบการณ์มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมใน ประเทศไทย	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 13 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาดด้านความคุ้มค่ามีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมใน ประเทศไทย	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 14 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาดด้านการเข้าถึงนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมใน ประเทศไทย	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 15 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาดด้านการสร้างความสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมใน ประเทศไทย	สอดคล้อง

จากตารางที่ 118 พบว่า ผลการศึกษาที่สอดคล้องสมมติฐาน คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย ที่ต่างกัน ปัจจัยด้านแรงจูงใจเดินทางท่องเที่ยวด้านกายภาพ วัฒนธรรม และสถานภาพและชื่อเสียงมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย และปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาดด้านการสร้างประสบการณ์ ความคุ้มค่า การเข้าถึงนักท่องเที่ยว และการสร้างความสัมพันธ์มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

## ตอนที่ 2 สรุปผลการสัมภาษณ์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม จำนวน 3 คน สามารถสรุปเป็นรายชื่อ ดังนี้

**คำถามข้อที่ 1 :** ท่านคิดว่า การเดินทางและลักษณะการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 40 มาจากทุกภูมิภาคของประเทศไทย และนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 60 ส่วนใหญ่มาจากแถบยุโรป (สแกนดิเนเวีย) เยอรมัน ฝรั่งเศส เป็นต้น ลักษณะของการเดินทางส่วนใหญ่จะเป็นแบบแวะเยี่ยมชม เนื่องจากเป็นทางผ่าน ไม่ใช่การตั้งใจมาเพื่อ เป็นจุดหมายหลักตั้งแต่แรกประมาณร้อยละ 90 และแบบที่วางแผนจะมาสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมประมาณร้อยละ 10 โดยมาศึกษาเส้นทางของสึนามิ มาดูร่องรอยของโศกนาฏกรรม

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเพื่อศึกษาด้านโศกนาฏกรรม ประมาณ ร้อยละ 10 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และมาจากภูมิภาคกลาง เดินทางมาเป็นกรุ๊ปทัวร์

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวจำนวน 2 วัน 1 คืน และ สักส่วนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม คู่รักและกลุ่มครอบครัว

**คำถามข้อที่ 2 :** ท่านคิดว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้แก่อะไรบ้าง

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** วัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ รำลึกถึงเหตุการณ์และคนในครอบครัวที่ เสียชีวิตจากเหตุการณ์สึนามิ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และมาเรียนรู้จากการเล่าขานจากเหตุการณ์ที่ เกิดขึ้นจริง และมาเก็บประสบการณ์จากคำบอกเล่า

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** มากราบไหว้สักการะ ขอพร มารับรู้เรื่องราวของบุคคลในอดีต นักท่องเที่ยวอยากรู้เรื่องเกี่ยวกับปูชนียบุคคล (คนสำคัญในอดีต) หาประสบการณ์ แสวงหาความรู้ บุตร หลานหรือญาติที่มาศึกษาหาความรู้ของต้นตระกูลที่ได้ทำความดีให้แก่พื้นที่

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีการรับรู้เฉพาะกลุ่มหรือสำหรับผู้ที่สนใจการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เท่านั้น เพราะบางส่วนยังไม่รับรู้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะศึกษาเรื่องราวก่อนการเดินทางในสถานที่นั้น เมื่อเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่จริง จะสังเกตหรือพยายามเรียบเรียงเรื่องราวที่รับรู้กับจุดเหตุการณ์ของสถานที่จริง รวมทั้งถ่ายภาพเป็นการแสดงว่าได้มายังสถานที่จริง สำหรับวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวได้รับการรับรู้หรือมีปัจจัยกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว อาทิ สื่อออนไลน์ หรือภาพยนตร์ที่มีเหตุการณ์อดีต และวันรำลึกของเหตุการณ์

**คำถามข้อที่ 3 :** ท่านคิดว่า ผู้ตัดสินใจเลือกการเดินทางและผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยมีลักษณะอย่างไร และลักษณะการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีลักษณะอย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** มีหลากหลายลักษณะ หลากหลายกลุ่มและอายุ ทั้งมาเป็นกลุ่มเพื่อนวัยรุ่น ครอบครัว และมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมเฉพาะกลุ่มตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** ด้วยเหตุการณ์ COVID - 19 กลุ่มนักท่องเที่ยวมีทั้งผู้สูงอายุ เด็กรุ่นใหม่ Backpacker กลุ่มนักท่องเที่ยวมีขนาดเล็กกลาง และสนใจท่องเที่ยวแบบ Slow Life มากขึ้น แต่แฝงไปด้วยการแสวงหาความรู้ มีการเผยแพร่ความรู้เพิ่มมากขึ้น

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** ลักษณะของนักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษหรือชื่นชอบเรื่องราวในอดีต นอกจากนี้มีนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปค่อนข้างจำนวนมาก เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมบางแห่งจัดอยู่ในโปรแกรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว อาทิ นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี และมีสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบนี้อยู่ในโปรแกรมการเดินทางด้วย

**คำถามข้อที่ 4 :** ท่านคิดว่า การค้นหาข้อมูลข่าวสารสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถสืบค้นข้อมูลได้ทางไหนบ้าง

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** สามารถค้นหาข้อมูลได้ผ่านทางเว็บไซต์ของจังหวัด และทาง Facebook

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** Facebook และ YouTube เพจของจังหวัดปัตตานี และค่ายมณฑลทหารบก จังหวัดปัตตานี และสถาบันกัลยาณิวัฒนาของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี และสามารถเข้าไปที่เพจของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานีได้

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หรือศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว อาทิ ททท. และศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งงานวิจัยของการศึกษาการท่องเที่ยวและพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมเรื่องราวของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม อาทิ ศูนย์ประวัติศาสตร์ช่องเขาขาด รวบรวมเรื่องราวของการสร้างทางรถไฟผ่านช่องเขาในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งสามารถจัดให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมได้

**คำถามข้อที่ 5 :** ท่านคิดว่า พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมมีลักษณะอย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** ลักษณะของพาหนะที่ใช้เดินทาง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะใช้เป็นรถยนต์ส่วนตัว หรือเป็นแพคเกจท่องเที่ยวที่มีทั้งที่พักและรถรับส่ง อีกทั้งยังมีรถโดยสารสาธารณะ ซึ่งเป็นรถมินิบัส เส้นทางพังงา - ตะกั่วป่า ลักษณะของสถานที่พักแรม มีทั้งรีสอร์ทและโรงแรม

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** แหล่งท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมเป็นทางหลวงแผ่นดินทั้งหมด เข้าถึงได้ง่าย มีดังนี้ ทางเรือจากฝั่งอันดามันมาฝั่งอ่าวไทย คือ การเดินทางจากชลบุรีไปยังภูเก็ต แต่ไม่เป็นที่นิยมเท่าไร รถไฟ จะมีรถมารับที่สถานีรถไฟแต่เป็นรถโดยสารประจำทาง เครื่องบิน ใช้สนามบินนราธิวาส และสนามบินหาดใหญ่ (สนามบินหลัก) รถตู้หรือรถบัส หากมาเป็นกรุ๊ปทัวร์ ใช้ถนนสายเพชรเกษม เข้ารถเพื่อการท่องเที่ยว รถยนต์ส่วนตัว และที่พักแรม จะเป็นที่พักโฮมสเตย์ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว รีสอร์ทแหล่งแคมป์ปิ้ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกพักโรงแรม

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** พาหนะการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นพาหนะส่วนบุคคล หรือพาหนะที่เกี่ยวข้องกับสถานที่นั้น ๆ อาทิ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ ทางรถไฟสายมรณะ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมนั่งรถไฟเพื่อไปยังสถานที่นี้ สำหรับสถานที่พักแรมจะเป็นสถานที่พักแรมที่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือที่สะดวกสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว

**คำถามข้อที่ 6 :** ท่านคิดว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร ใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง และมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเป็นอย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้จ่ายและกำลังซื้อที่ค่อนข้างสูง เพราะเป็นพื้นที่ของการท่องเที่ยว แต่ไม่ได้มีการจัดสรรงบประมาณไว้เป็นพิเศษสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม เนื่องจากใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในสถานที่อื่น เนื่องจากส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมความสวยงามทางธรรมชาติเป็นหลัก ไม่ได้มีจุดประสงค์มาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม แต่เป็นการแวะเยี่ยมชม

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** ใช้จ่ายไปกับสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร เน้นจับจ่ายใช้สอยในเรื่องของอาคาร อาหาร อารมณ์ แหล่งผลิตชุดเสื้อผ้าสตรีของมุสลิมส่งขายไปทั่วโลก มีผ้าหลายชนิด เช่น ผ้าบาติก ผ้าปาเต๊ะ เป็นต้น ค่าใช้จ่ายประมาณ 1700 - 1800 บาท/คน/วัน โดยใช้จ่ายไปกับสิ่งของรอบข้าง

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทาง อาทิ นักท่องเที่ยวใช้รถส่วนตัวจะเป็นค่าน้ำมัน หรือค่าตัวสำหรับรถสาธารณะ นอกจากนี้มีค่าธรรมเนียมบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว อาทิ พิพิธภัณฑ์ สำหรับพฤติกรรมการใช้จ่าย นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะไม่ค่อยนิยมเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่เก็บบัตรเข้าชม แต่สามารถใช้จ่ายสำหรับค่าพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว

**คำถามข้อที่ 7 :** ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมมีการวางแผนล่วงหน้าหรือไม่และเป็นอย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** ลักษณะการวางแผน จะไม่เป็นการวางแผนล่วงหน้าเพื่อที่จะไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมโดยตรง แต่เป็นการวางแผนไปเที่ยวจังหวัดนั้น ๆ แล้วหาสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพิ่มเติม

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 2 คืน 3 วัน เป็นแบบแวะเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ห่างไกลกัน

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** เนื่องจากนิยามของคำว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมส่วนใหญ่มีการรับรู้เฉพาะกลุ่มหรือสำหรับผู้ที่สนใจการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะศึกษาเรื่องราวก่อนการเดินทางในสถานที่นั้นและวางแผนการเดินทางก่อนล่วงหน้า สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปที่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ (ไม่รับรู้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม) จะมีการสอบถามข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเดินทาง อาทิ สอบถามว่าสถานที่แห่งนี้คืออะไร เป็นอย่างไร สามารถเที่ยวชมได้ไหม

**คำถามข้อที่ 8 :** ท่านคิดว่า การจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร มีการจัดสรรไว้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นพิเศษหรือไม่

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** ไม่มีการจัดสรรงบประมาณไว้เป็นพิเศษสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม แต่จะเป็นการจัดสรรงบประมาณไว้สำหรับการท่องเที่ยวยังสถานที่อื่นในพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะแวะท่องเที่ยวในสถานที่เชิงโคกนาฏกรรมบ้าง ลักษณะของการจัดสรรงบประมาณจึงเป็นไปในลักษณะของการจับจ่ายเมื่อถึงสถานที่แล้ว

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** นักท่องเที่ยวไม่ได้มีการจัดสรรงบประมาณไว้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมเป็นพิเศษ จะเน้นใช้จ่ายไปกับสิ่งอื่น ๆ รอบข้างมากกว่า

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม จะมีการจัดสรรงบประมาณไว้สำหรับค่าใช้จ่ายที่ใช้ อาทิ ค่าบัตรเข้าชม ค่าพาหนะ และค่าของที่ระลึกจากสถานที่นั้น รวมทั้งในสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ค่าธรรมเนียมเข้าชม นักท่องเที่ยวอาจจะมีการให้ค่าบำรุงรักษาสำหรับสถานที่นั้น ๆ อาทิ ตู้อบรม

**คำถามข้อที่ 9 :** ท่านคิดว่า การรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาจากช่องทางใดบ้าง

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวผ่านโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ Facebook เว็บไซต์ของหน่วยงานการท่องเที่ยว บริษัทนำ



**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** มีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร่วมมือกับมหาวิทยาลัย

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** ส่วนใหญ่มาจากภาพยนตร์ ที่อาจจะมีการจำลองเหตุการณ์นั้น หรือถ่ายทำในสถานที่จริง สำหรับทางสื่อออนไลน์ นักท่องเที่ยวบางส่วนรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว แต่อาจจะไม่รู้ว่าคือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

**คำถามข้อที่ 10 :** ท่านคิดว่า แรงจูงใจทางกายภาพที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมได้แก่อะไรบ้างและมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** แรงจูงใจทางกายภาพทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ได้แก่ การเดินทางเพื่อไปรำลึกถึงเหตุการณ์เศร้าสลดที่เกิดขึ้นพร้อมทั้งเรียนรู้การรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นซ้ำในอนาคต รวมถึงเดินทางเพื่อไปรำลึกถึงคนบุคคลในครอบครัวที่เสียชีวิตจากเหตุการณ์สึนามิ ณ สถานที่แห่งนั้น ซึ่งแรงจูงใจต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นอย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยจะผูกพันกับคำว่าครอบครัว อีกทั้งยังได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากการเรียนรู้จากเหตุการณ์เศร้าสลดนี้

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** ชาวมุสลิมทั้งที่อาศัยในประเทศไทยและอาศัยอยู่ในต่างประเทศนิยมมาเที่ยว เพราะมีวิถีชีวิตและค่านิยมที่คล้ายคลึงกัน มีศักยภาพเพียงพอเนื่องจากมีที่พักแรมเพียงพอ อีกทั้งมีรีสอร์ทเพิ่มจำนวนมากขึ้น

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยส่วนใหญ่ได้รับความดูแลรักษาและบำรุงจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ อาทิ ศูนย์ประวัติศาสตร์ช่องเขาขาด นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว คือ หูฟังสำหรับเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น และมีพื้นที่ลาดสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการเที่ยวชมโซนพิพิธภัณฑ

**คำถามข้อที่ 11 :** ท่านคิดว่า แรงจูงใจทางวัฒนธรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมได้แก่อะไรบ้างและมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** มีการจัดวันรำลึกถึงเหตุการณ์ความสูญเสียขึ้นทุกปี ในช่วงวันที่ 26-27 ธันวาคม ซึ่งเป็นวันเดียวกันกับที่เกิดเหตุการณ์สึนามิ และมีงานเปิดฤดูกาลท่องเที่ยวช่วงเดือนธันวาคม เชื่อมโยงกับเหตุการณ์สึนามิ เพราะแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้จะเป็นช่วง High Season ในเดือน

พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ ซึ่งมีอิทธิพลดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิง  
 ใศกนาฏกรรมเพิ่มมากขึ้น พร้อมกับการเปิดฤดูกาลท่องเที่ยวของภาคใต้

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** มีความเป็นพหุวัฒนธรรมคือมีความหลากหลายทางด้านอาคาร อาหาร  
 อารมณ์ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกันกับเหตุการณ์ในอดีต ทำให้การท่องเที่ยวเชิงใศกนาฏกรรมเป็นไปใน  
 ลักษณะเชื่อมโยงกันกับชุมชนและสถานที่

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** สถานที่ท่องเที่ยวเชิงใศกนาฏกรรมของประเทศไทย ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ  
 กับประวัติศาสตร์ ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์ใน  
 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงใศกนาฏกรรม อาทิ ทางรถไฟสายมรณะ นักท่องเที่ยวจะได้รับรู้ว่าสร้างมาด้วยความ  
 ยากลำบากเพราะสร้างเรียบหน้าผา เพลยศึกได้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก จึงมีคำพูดว่า “หนึ่งไม่หมอนรถไฟ  
 เท่ากับหนึ่งชีวิตพลเศก” ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่รับรู้เรื่องราว มีปัจจัยกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อ  
 จะมาสถานที่จริงเพื่อดูสถานที่ว่าสร้างมาด้วยความลำบากผ่านหน้าผาจริงไหม

วันสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงใศกนาฏกรรม อาทิ วัน Remembrance Day ตรงกับวันที่ 11  
 พฤศจิกายน ซึ่งเป็นวันรำลึกทหารอังกฤษในช่วงสงครามโลก ครั้งที่ 2 จัดขึ้นที่สุสานทหารสัมพันธมิตร  
 ดอนรัก และวันแอนแซก วันที่ 25 เมษายน วันรำลึกของชาวออสเตรเลีย ณ ศูนย์ประวัติช่องเขาขาด  
 ซึ่งวันสำคัญเหล่านี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยอาจจะรับรู้ได้จากข่าวต่าง ๆ ในช่วงที่เขาจัดวันรำลึก และเกิดการ  
 รับรู้เรื่องราวของสถานที่นี้ ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาต่อมา

**คำถามข้อที่ 12 :** ท่านคิดว่า แรงจูงใจระหว่างบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไป  
 ท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงใศกนาฏกรรมได้แก่อะไรบ้าง และมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย  
 อย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** คนในชุมชน เจ้าหน้าที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถถ่ายทอด  
 ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นให้แก่นักท่องเที่ยวได้ บุคคลที่เกี่ยวข้อง  
 ช่วยกันดูแลนักท่องเที่ยวดูจตุรมิตร ทั้งด้านความเป็นอยู่ ความปลอดภัยและทรัพย์สิน ส่งผลให้  
 นักท่องเที่ยวบอกต่อความประทับใจปากต่อปาก อยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อีกทั้งยังมีนักท่องเที่ยวเดิน  
 ทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** องค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญา ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ช่วยสร้างการ  
 จดจำที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** คนในพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงใศกนาฏกรรมมีผลต่อปัจจัยการ  
 ตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว อาทิ พื้นที่ที่เคยเกิดเหตุการณ์สึนามิ และคนในท้องถิ่นที่เคยเผชิญกับ  
 เหตุการณ์นั้น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไป อาจจะสอบถามเกี่ยวกับสถานที่และเรื่องราวในช่วงเวลานั้น

**คำถามข้อที่ 13 :** ท่านคิดว่า แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมได้แก่อะไรบ้าง และมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม ได้แก่ การรำลึกถึงเหตุการณ์และผู้เสียชีวิต ไปถ่ายภาพเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์นี้ มีอิทธิพลต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะเรียนรู้ที่ต้องการไปเยือนสถานที่จริง ได้เห็นภาพถ่ายจากนักท่องเที่ยวท่านอื่น ๆ ก่อนที่จะไปเยือนสถานที่จริง

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม ได้แก่ ตามรอยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เชิงโคกนาฏกรรมที่ได้รับรู้มาผ่านการบอกเล่าหรือ สื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาสัมผัสบรรยากาศ ณ สถานที่จริง

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** การเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม นักท่องเที่ยวบางส่วนเป็น Influencer เดินทางเพื่อจัดทำ Content เรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม ซึ่งเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวอาจเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากการรับรู้ครั้งนี้

**คำถามข้อที่ 14 :** ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมสามารถสร้างประสบการณ์ด้านบวกและด้านลบอย่างไรบ้างแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** ด้านบวก นักท่องเที่ยวได้สติและข้อเตือนใจในเหตุการณ์เชิงโคกนาฏกรรม ผู้คนช่วยเหลือซึ่งกันมากขึ้น สามารถสร้างแผนรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้ สร้างกระบวนการรับรู้ข่าวสารขึ้นภายในกลุ่มคนที่ประสบเหตุการณ์และประสบภัยต่าง ๆ เพื่อเตรียมเฝ้าระวังเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นซ้ำรอย และด้านลบ รู้สึกเศร้า สะเทือนใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ในผู้คนบางกลุ่มอาจไม่ยอมพูดถึง เพราะเกิดเหตุการณ์สูญเสียคนใกล้ชิดจากเหตุการณ์เชิงโคกนาฏกรรม

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** นักท่องเที่ยวได้รับองค์ความรู้ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์เชิงโคกนาฏกรรม รวมถึงประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** สามารถสร้างประสบการณ์ทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับทัศนคติหรือแนวคิดของแต่ละบุคคล ด้านบวก คือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้เรื่องราวในอดีตเพื่อนำมาแก้ไข ซึ่งไม่ใช่นำมาเพื่อให้ตัวเองรู้สึกโกรธเคืองในอดีต และด้านลบ คือนักท่องเที่ยวบางส่วน อาจจะรู้สึกอารมณ์หดหู่ หรือรู้สึกค้างคาใจกับเหตุการณ์ในสถานที่นั้น ๆ

**คำถามข้อที่ 15 :** ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะได้รับความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมอย่างไรบ้าง

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** -

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** นักท่องเที่ยวได้รับความคุ้มค่าด้านการเรียนรู้เหตุการณ์เชิงโศกนาฏกรรมที่เคยเกิดขึ้น ได้เรียนรู้วิธีรับมือกับเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้น และปฏิบัติตนได้ถูกต้องหากเกิดเหตุการณ์เกิดขึ้นซ้ำรอย

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** คุ้มค่าในส่วนของความรู้สึก ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายเมื่อเปรียบเทียบกับความคุ้มค่า มีความคุ้มค่าและประสบการณ์ที่ได้รับมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป

**คำถามข้อที่ 16 :** ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมและคนในท้องถิ่นสามารถเข้าถึงและให้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างไรบ้าง

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** คนในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นอย่างดี ทำให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและประสบการณ์จริงให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน คนในท้องถิ่นมีความเป็นกันเอง ส่งผลให้มีการสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย อีกทั้งยังสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** คนในชุมชนได้มีการเผยแพร่องค์ความรู้ให้ประชาชนและเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ให้องค์ความรู้ที่มีคุณค่านักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมและคนในท้องถิ่นสามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ เพราะบางสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากได้รับข้อมูลจากคนในท้องถิ่นหรือผู้ที่มีประสบการณ์ตรง

**คำถามข้อที่ 17 :** ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสามารถสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างไรบ้าง

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงการเรียนรู้เพื่อหาทางป้องกันและเตรียมพร้อมรับมือกับเหตุการณ์เลวร้ายที่จะส่งผลจนถึงขั้นกลายเป็นเหตุการณ์เศร้าสลดมากขึ้น รวมถึงมีการไว้อาลัยให้แก่ผู้เสียชีวิต

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** -

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** ปฏิสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่และคนในพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยวสามารถสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว และสามารถสร้างให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีการบอกต่อ

**คำถามข้อที่ 18 :** ท่านคิดว่า เพราะเหตุใด นักท่องเที่ยวชาวไทยจึงเริ่มสนใจการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมากขึ้นและมีปัญหาอุปสรรคใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** เพราะคนรุ่นใหม่อยากจะมาเรียนรู้เรื่องตำนานเล่าขาน ความเป็นมา ยกตัวอย่างเช่น คนรุ่นเก่า มักไม่ต้องการเกี่ยวข้องกับเรื่องราวที่ไม่เป็นมงคล เช่น เหตุการณ์ที่มีผู้คนเสียชีวิตกันเป็นจำนวนมากแต่คนรุ่นใหม่ชอบที่จะเรียนรู้ ค้นหา พิสูจน์ ในสถานที่ที่เคยเกิดเหตุเศร้าสลด หรือสถานที่เชิงโศกนาฏกรรม

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** ในด้านอื่น ๆ ของจังหวัดที่มีความเด่นชัด เช่น ความหลากหลายด้านเชื้อชาติ ศาสนา ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพิ่มมากขึ้น ในด้านของอุปสรรค ประเด็นที่ 1 คือคำว่า “พื้นที่ความไม่สงบ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้” ทำให้ส่งผลกระทบต่อจิตใจของนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 80 และนักท่องเที่ยวที่ต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคิดเป็นร้อยละ 20 ก้าวข้ามผ่านความกลัวเพื่อมาศึกษาหาความรู้และหาประสบการณ์ ประเด็นที่ 2 คือ เรื่องของการคมนาคมขนส่งซึ่งไม่มีสนามบินพาณิชย์

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ต้องการการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ หรือสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแปลกใหม่ รวมทั้งได้มีการเรียนรู้ต่าง ๆ สำหรับอุปสรรค นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 2 คนขึ้นไป เมื่อคนใดคนหนึ่งมีความสนใจท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพียงคนเดียว ดังนั้นจึงมีข้อจำกัดสำหรับเพื่อนเดินทางอีกคน

**คำถามข้อที่ 19 :** ท่านคิดว่า การค้นหาข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** สื่อออนไลน์หลายช่องทาง เช่น Facebook หรือ เว็บไซต์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** นักท่องเที่ยวมักจะค้นหาข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Facebook, YouTube, Google, เพจของจังหวัดปัตตานี

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** นักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายปลายทางของสถานที่ท่องเที่ยว และหาข้อมูลการเดินทางจากอินเทอร์เน็ตและ Google Map เมื่อได้ข้อมูลที่ไม่ชัดเจนจะสอบถามกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น อาทิ เพจของสถานที่ ลำดับสุดท้ายคือ โทรสอบถามกับสถานที่ท่องเที่ยวและศูนย์ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

**คำถามข้อที่ 20 :** ท่านคิดว่า มีการประเมินทางเลือกก่อนการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่ อย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** มีการประเมินทางเลือกก่อนการตัดสินใจเดินทาง โดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องการขนส่ง ซึ่งพิจารณาจากความเข้าถึงง่าย สะดวก มีที่จอดรถ มีห้องสุขา มีการรวมโปรแกรมนำเที่ยวรถรับ - ส่งระหว่างสนามบินและที่พักให้รวมอยู่ในแพคเกจเดียวกัน ถ้าทางเรือก็จะมีรถมารับส่งที่ทำเรือ

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** นักท่องเที่ยวจะประเมินถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตามด้วยความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว ทั้งการคมนาคมขนส่ง และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกจากสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองสนใจเรื่องราว จากนั้นการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พาหนะการเดินทาง นอกจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวยังมีการเชื่อมโยงของสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง

**คำถามข้อที่ 21 :** ท่านคิดว่า ปัจจัยใดส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดและเพราะเหตุใด

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือ ความต้องการไปเยือนสถานที่จริง หลังจากที่มีการรับรู้เรื่องราวของสึนามิ ถ้าเข้าถึงง่าย สะดวก มีที่จอดรถ มีห้องสุขา คนก็อยากไป ถ้าจองกับโรงแรมจะมี โปรแกรม แต่กับชาจรจะมีรถส่วนตัวน้อยมากที่จะมีรถรับจ้างหรือรถสาธารณะ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการขนส่ง คนในท้องถิ่นส่วนใหญ่มีรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ถ้าทางเรือก็จะมีรถมารับส่งที่ทำเรือ

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือการเยี่ยมชมความสวยงามเพราะต้องการมาสัมผัสบรรยากาศสถานที่ที่มีเรื่องราวโศกนาฏกรรมที่เป็นประวัติศาสตร์

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** ปัจจัยที่ได้สร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยว อาทิ ภาพยนตร์ และ Influencer นักท่องเที่ยวรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ และมีความสนใจเดินทางมาสถานที่จริง

**คำถามข้อที่ 22 :** ท่านคิดว่า ภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม นักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันมีพฤติกรรมอย่างไร มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอย่างไร

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** นักท่องเที่ยวได้ตระหนักและเข้าใจธรรมชาติ ทำให้เกิดกระบวนการคิดว่าชีวิตต้องมีการเตรียมรับมืออุบัติเหตุและอุบัติเหตุ อีกทั้งมีการวางแผนรับมือภัยพิบัติมากขึ้น เป็นการสอนให้ผู้คนเรียนรู้ไปด้วย และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ รู้สึกคุ้มค่ากับการท่องเที่ยว มีความสุข

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** นักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 65 มีความพึงพอใจและกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยเฉพาะการมาท่องเที่ยวครั้งแรกของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุ ลูกหลานจะกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย แต่หลังจากการท่องเที่ยวในครั้งแรก กลุ่มผู้สูงอายุมักจะนำลูกหลานกลับมาท่องเที่ยวด้วยในครั้งต่อไป

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้และเข้าใจถึงเหตุการณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะมีพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

**คำถามข้อที่ 23 :** ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 :** ให้คงสภาพของสถานที่ไว้เช่นเดิม แต่หากกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว เช่น ปลูกป่าโกงกาง ปลูกต้นไม้เชิงสัญลักษณ์ เก็บขยะ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ให้นักท่องเที่ยวสามารถมาพักผ่อนหย่อนใจได้ และให้คนในชุมชนมาร่วมกันเล่าขานตำนาน ถ้านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิถีและเชิงชุมชนเข้ามาร่วมด้วยจะดีขึ้น เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนด้วย

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 :** ส่งเสริมองค์ความรู้ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เน้นการถ่ายภาพ และจับจ่ายใช้สอย อีกทั้งปรับทัศนคติของเด็กรุ่นใหม่ ให้รักแผ่นดิน กตัญญูต่อผู้มีพระคุณ หรือคนที่ไม่ใช่คนนอกเหนือจากครอบครัว ให้หวงแหนชาติมากขึ้น

**คำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 :** -

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน โดยขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) หรือการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) (สำนักนโยบายและวิชาการสถิติ, ม.ป.ป.) ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำแบบสอบถามด้วยตัวเอง ผ่านช่องทางออนไลน์ (Google Form) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ด้านสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Science)

### 5.1 สรุปผลการศึกษาและผลการทดสอบสมมติฐาน

#### 5.1.1 สรุปผลการศึกษาจากแบบสอบถาม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ปัจจัยด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 18 – 24 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯและปริมณฑล ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในรูปแบบการท่องเที่ยวเขตพื้นที่ทหาร ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวอยู่ที่ 2 – 3 วัน เดินทางข้ามจังหวัด และส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางกับครอบครัว และเลือกเดินทางในวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และใช้บริการที่พักแรมประเภทโรงแรม/รีสอร์ท โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางครั้งละ 3,001 – 5,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำกิจกรรมถ่ายรูปทัศนียภาพในสถานที่ท่องเที่ยว และมีการวางแผนในการเดินทางทุกครั้ง ด้วยวิธีการวางแผนอย่างละเอียด โดยส่วนใหญ่มีการจัดสรรงบประมาณให้กับที่พักเป็นหลัก และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทาง Facebook ปัจจัยด้านแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง ด้านแรงจูงใจทางกายภาพอยู่ในระดับความสำคัญที่มากที่สุด ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยด้านความคุ้มค่าอยู่ในระดับความสำคัญที่มากที่สุด และกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยด้านประเมินทางเลือกอยู่ในระดับความสำคัญที่มากที่สุด







หมายถึง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างความสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ต่างกัน ปัจจัยแรงจูงใจเดินทางท่องเที่ยวด้านกายภาพ วัฒนธรรม และสถานภาพและชื่อเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างประสบการณ์ ความคุ้มค่า การเข้าถึงนักท่องเที่ยว และการสร้างความสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

### 5.1.2 สรุปผลการศึกษาจากแบบสัมภาษณ์

คณะผู้วิจัยนำข้อมูลจากการจดบันทึกและบันทึกด้วยเครื่องบันทึกเสียงสรุปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ดังต่อไปนี้

#### 1. การเดินทางและลักษณะการเดินทาง

การเดินทางเข้ามายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยไม่ได้เป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยว เพราะฉะนั้นลักษณะของการเดินทางจะเป็นแบบทางผ่านแวะเยี่ยมชม

#### 2. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

สามารถจำแนกได้เป็น 2 วัตถุประสงค์หลัก คือ การมารำลึกถึงเหตุการณ์และผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์โศกนาฏกรรมที่เกิดขึ้น และการมาเรียนรู้และเก็บประสบการณ์จากสถานที่เกิดเหตุจริงรวมถึงฟังคำบอกเล่าจากคนในพื้นที่ ซึ่งบางส่วนมาเพื่อสัมผัสสถานที่จริงเพื่อเชื่อมโยงกับเรื่องราวที่เคยรับรู้หรือศึกษามา

#### 3. ลักษณะการจัดการเดินทาง

นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นกลุ่มทั่วไปค่อนข้างจำนวนมาก อีกทั้งมีหลากหลายลักษณะ หลากหลายกลุ่มอายุ ทั้งมาเป็นกลุ่มเพื่อนมาเป็นครอบครัวหรือ Backpacker อาทิเช่น ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษหรือชื่นชอบเรื่องราวในอดีตแต่เนื่องด้วยเหตุการณ์ COVID - 19 ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวมีขนาดเล็กลง จำนวนคนลดลง เพื่อเป็นการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)

#### 4. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางและสถานที่พักแรม

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมีหลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับเส้นทางและความสะดวกสบายในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม แต่ละรูปแบบจะมีความนิยมและราคาที่แตกต่างกันไป ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางได้ตามความสะดวกในการใช้จ่ายเพื่อการเดินทาง

สถานที่พักแรมมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเลือกสถานที่พักแรมที่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวหรือสะดวกสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว

#### 5. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

นักท่องเที่ยวไม่ได้มีการจัดสรรงบประมาณไว้เป็นพิเศษ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงเลือกไปยังสถานที่ที่ไม่เสียค่าเข้าชม จึงไม่มีค่าใช้จ่ายและงบประมาณสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม

#### 6. กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ในปัจจุบัน กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม คือ การไปถ่ายภาพและเช็คอินตามสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเก็บเป็นความทรงจำว่าครั้งหนึ่งเคยมาเยือนสถานที่แห่งนี้ จากนั้นจึงมีการศึกษาและเรียนรู้เรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เพิ่มเติม

#### 7. การวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรงบประมาณการเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้มีการวางแผนเพื่อมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม โดยตรง แต่เป็นการมาเยือนเนื่องจากเป็นทางผ่าน หรือ อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่ตั้งใจเดินทางมา และส่วนน้อยจะวางแผนมาโดยตรง คือกลุ่มที่ต้องการมารำลึกถึงเหตุการณ์และญาติที่เสียชีวิตในเหตุการณ์ ซึ่งยังมีนักท่องเที่ยวกลุ่มน้อยที่มีการศึกษามาว่าสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวมีความสำคัญอย่างไร มีเหตุการณ์สำคัญอย่างไร

ส่วนการจัดสรรงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวที่แวะชมสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวเนื่องจากเป็นทางผ่านหรืออยู่ในบริเวณเดียวกันกับสถานที่ท่องเที่ยวหลักที่ตั้งใจมาจะไม่ได้มีการจัดสรรงบประมาณไว้สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวนี้นี้เป็นพิเศษ แต่นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจมาเพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์และผู้เสียชีวิตรวมถึงนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจมาศึกษาเรียนรู้ จะมีการจัดสรรงบประมาณไว้ เช่น ค่าเข้าชม ค่าของฝาก ค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการรำลึก เป็นต้น

#### 8. การรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมได้ผ่านเพจ Facebook และเว็บไซต์ของหน่วยงานการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ท่าอากาศยาน ในบางแห่งมีการรับรู้ผ่านภาพยนตร์ที่เข้ามาถ่ายทำในสถานที่จริง หรือมีการจำลองเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้น

#### 9. แรงจูงใจทางกายภาพ

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐให้พัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยว จึงทำให้มีการพัฒนาด้านความสะดวกสบายในการเข้าถึง ในบางสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับผู้

พิการ เพื่อให้สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างเท่าเทียม และในบางแห่งมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ที่มากขึ้น ซึ่งศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวก็มามาก มีการพัฒนาที่พักแรมให้เพียงพอต่อความต้องการ พัฒนาระบบขนส่งให้เชื่อมต่อกันได้สะดวกมากขึ้น

#### 10. แรงจูงใจทางวัฒนธรรม

ทุกสถานที่ที่เกิดโศกนาฏกรรม มาพร้อมกับความสูญเสีย ในทุกปีสถานที่ดังกล่าวจะมีการจัดงานรำลึกถึงเหตุการณ์และผู้เสียชีวิต จึงเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้น ซึ่งในบางสถานที่ได้ใช้โอกาสนี้จัดงานประจำปีและเชื่อมโยงเรื่องราวเข้ากับความเป็นพหุวัฒนธรรมในพื้นที่ มีการแสดงแสงสีเสียงดึงดูดนักท่องเที่ยว

#### 11. แรงจูงใจระหว่างบุคคล

คนในพื้นที่ที่เคยเกิดเหตุการณ์โศกนาฏกรรมจะเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวแก่นักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนในท้องถิ่นได้ คนในท้องถิ่นเองก็มีความพร้อมและเต็มใจในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังคอยดูแลนักท่องเที่ยวเสมือนญาติพี่น้อง ช่วยดูแลความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เกิดการบอกต่อ และเกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

#### 12. แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง

แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เป็นไปในลักษณะของการที่บุคคลมีชื่อเสียง และการบอกเล่าเรื่องราวผ่านโซเชียลมีเดียทำให้เพิ่มการรับรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมและทำให้เกิดการท่องเที่ยวตาม ในบางครั้งแรงจูงใจดังกล่าวสามารถพบได้ในลักษณะของการจัดทำภาพยนตร์ในสถานที่เกิดเหตุการณ์จริง และทำให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเยี่ยมชม ณ สถานที่จริงตามภาพยนตร์

#### 13. การสร้างประสบการณ์

ประสบการณ์ดังกล่าวสามารถจำแนกได้เป็นด้านดีและด้านลบ

ด้านดี คือ นักท่องเที่ยวได้ข้อเตือนใจจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เกิดการช่วยเหลือพึ่งพากันมากขึ้น เกิดองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่จะนำมาพัฒนาเพื่อช่วยในการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์โศกนาฏกรรมขึ้นอีก มีการสร้างกระบวนการรับรู้ข่าวสารเพื่อเตรียมระวังเหตุกันมากขึ้น

ด้านลบ คือ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่สูญเสียบุคคลอันเป็นที่รักไปจากเหตุการณ์ดังกล่าวจะมีความรู้สึกหดหู่ ไม่อยากพูดถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเกิดความเกลียดชังต่อผู้ที่กระทำให้เกิดความสูญเสียในอดีต

#### 14. ความคุ้มค่า

นักท่องเที่ยวได้รับความคุ้มค่าทั้งเวลา ความรู้ ความรู้สึก เนื่องจากได้มาสัมผัสสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์จริง ได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ได้องค์ความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวบางกลุ่มได้มาสัมผัสวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ ทำให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีกลับไป

#### 15. การเข้าถึงผู้บริโภค

เนื่องด้วยสถานที่เกิดเหตุการณ์โศกนาฏกรรมนั้นเกิดในพื้นที่ ดังนั้นคนในพื้นที่จึงสามารถเข้าถึงและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ รวมทั้งมีความเป็นกันเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดี สามารถปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และมีการเผยแพร่องค์ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

#### 16. การสร้างความสัมพันธ์

คนในท้องถิ่นมีความเป็นกันเอง มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว เป็นเจ้าบ้านที่ดี รวมถึงมีความรู้และประสบการณ์ตรงที่สามารถถ่ายทอดแก่นักท่องเที่ยวได้ อีกทั้งหากนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือระหว่างการเดินทาง คนในท้องถิ่นมีความพร้อมและเต็มใจช่วยเหลือเสมอ โดยมีการปลุกฝังกันมารุ่นสู่รุ่นในความเอาใจใส่และเห็นความสำคัญของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นรายได้หลักของคนในท้องถิ่น ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์จากคนในท้องถิ่นมีผลต่อความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำและบอกต่อ

#### 17. การตระหนักถึงความต้องการ

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมจะมีปัญหาเฉพาะของแต่ละพื้นที่ซึ่งทำให้ส่งผลกระทบต่อ การตระหนักถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว มีด้วยกันหลายประเด็น ดังนี้

1. ประเด็นด้านความคิดและความเชื่อ เนื่องด้วยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นพื้นที่ที่เกิดเหตุการณ์เศร้าสลด เกิดการสูญเสียมากมาย ซึ่งคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ ได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่ต่างกัน ทำให้เกิดความคิดและความเชื่อที่แตกต่างกัน มีจุดประสงค์ที่ต่างกันในการเดินทางไปยังสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์เศร้าสลด อาทิ คนรุ่นใหม่สนใจและต้องการไปเรียนรู้ถึงเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้น แต่คนรุ่นเก่าอาจไม่ยอมไปเพราะเชื่อว่าเป็นสถานที่ที่ไม่เป็นมงคลหรืออาจให้พลังงานด้านลบแก่ผู้ไปเยือน

2. ประเด็นด้านความขัดแย้งกับผู้ร่วมเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 2 คนขึ้นไป ดังนั้นจึงมักมีอุปสรรคของความชอบไม่เหมือนกันบ้างในบางเรื่อง

3. ประเด็นของความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในบางพื้นที่ขึ้นชื่อว่าเป็นพื้นที่ที่เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบ ทำให้การนักท่องเที่ยวตระหนักถึงชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้นว่าจะยอมเสี่ยงชีวิตและทรัพย์สินเพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในพื้นที่นั้น ๆ หรือไม่

### 18. การค้นหาข้อมูล

นักท่องเที่ยวมีการเลือกจุดหมายปลายทางของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม และหาข้อมูลการเดินทางจากอินเทอร์เน็ตผ่าน Google และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ เพจ Facebook ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ หรือ YouTube เพื่อดูรีวิวสถานที่จริงจากนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ที่เคยไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เพื่อประเมินการตัดสินใจท่องเที่ยว แต่เมื่อได้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่ไม่ชัดเจนและไม่ครบถ้วน จึงได้มีการโทรสอบถามกับสถานที่ท่องเที่ยวและศูนย์ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพิ่มเติม

### 19. การประเมินทางเลือก

นักท่องเที่ยวมีการประเมินทางเลือกที่หลากหลาย ทั้งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เน้นความสะดวกสบายมีความง่ายในการเข้าถึง การคมนาคมขนส่งที่สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่ครบครัน อาทิ ห้องสุขา ที่จอดรถ เป็นต้น รวมถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

### 20. การตัดสินใจเดินทาง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือ การมาเยือนสถานที่จริงหลังจากที่ได้รับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ผ่านการรับรู้ไม่ว่าจะเป็นจากบุคคล โซเชียลมีเดีย หรือ ภาพยนตร์ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาสัมผัสบรรยากาศของสถานที่จริงที่เคยเกิดเหตุการณ์เชิงโศกนาฏกรรมทางประวัติศาสตร์

### 21. พฤติกรรมหลังเดินทาง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม มีการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในบางพื้นที่ อีกทั้งมีการตระหนักถึงและเข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และเกิดการเรียนรู้จากประวัติศาสตร์เพื่อนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันหากมีเหตุการณ์ที่คล้ายคลึงกันเกิดขึ้นในอนาคต

### 22. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ควรคงสถานที่ไว้เช่นเดิม แต่เพิ่มกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับบริบทของสถานที่ เช่น สถานที่ที่เคยเกิดสึนามิ สามารถทำกิจกรรมปลูกป่าชายเลนเพื่อเป็นแนวกันน้ำกันคลื่น เพิ่มความอุดมสมบูรณ์แก่ธรรมชาติ เป็นต้น และควรนำการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวแบบวิถีวิถีเข้ามาเป็นส่วนหลักในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้ยั่งยืน รวมทั้งควรเพิ่มองค์ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อนำมาถ่ายภาพ ไม่สนใจการแสวงหาความรู้ความสำคัญของสถานที่

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย คณะผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

## 1. พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรูปแบบการท่องเที่ยวเขตพื้นที่ทหาร เนื่องจากประเทศไทยมีพื้นที่ที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์อยู่มาก อีกทั้งยังทิ้งร่องรอยความเสียหาย สูญเสีย และความโศกเศร้าไว้จนถึงปัจจุบัน ทำให้สถานที่ที่เหล่านีกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่นำมาเสนอขายให้นักท่องเที่ยวและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยรูปแบบการท่องเที่ยวในพื้นที่ทหารในประเทศไทยมีความเข้าถึงได้ง่าย และมีระยะทางใกล้กับกรุงเทพมหานครจึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เช่น สะพานรถไฟสายมรณะ สุสานทหารพันธมิตรดอนรัก ถ้ำกระแซและช่องเขาขาด จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งสอดคล้องกับ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2557) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะเป็นผู้ที่มีความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวจริง ๆ ไม่ใช่แค่แวะมา เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยมีความหลากหลาย และกระจายอยู่ทั่วประเทศไทย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ บางแห่งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น และใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวอยู่ที่ 2 – 3 วัน เดินทางข้ามจังหวัด และส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางกับครอบครัว และเลือกเดินทางในวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และใช้บริการที่พักแรมประเภทโรงแรม/รีสอร์ท โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางครั้งละ 3,001 – 5,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำกิจกรรมถ่ายรูปทัศนียภาพในสถานที่ท่องเที่ยว และมีการวางแผนในการเดินทางทุกครั้ง ด้วยวิธีการวางแผนอย่างละเอียด โดยส่วนใหญ่มีการจัดสรรงบประมาณให้กับที่พักเป็นหลัก และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยวผ่านช่องทาง Facebook

## 2. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล เนื่องจากในปัจจุบันทุกเพศสภาพสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารและค้นหาข้อมูลได้อย่างอิสระ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมส่วนมากสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีการคมนาคมที่หลากหลาย โครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกให้กับทุกเพศ อีกทั้งความชอบส่วนบุคคลและการตัดสินใจเดินทางไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพศสภาพ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง



โศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของเนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) ที่ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยว่าในอดีตที่ผ่านมานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง แต่ในปัจจุบันพบว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงมีจำนวนเพิ่มขึ้นทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง อีกทั้งในปัจจุบันทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างมีภาระหน้าที่การทำงาน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ในปัจจุบันเข้าถึงได้เท่ากันทุกคน จึงทำให้พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของชายและหญิงไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์จากภาพรวมของกลุ่มอายุ 32 – 38 ปี กับอายุ 39 – 45 ปี อายุ 53 – 59 ปี และตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Y เป็นกลุ่มคนที่เกิดมาในยุคเปลี่ยนผ่านการใช้งานเทคโนโลยีที่มากขึ้น เป็นกลุ่มคนที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้งานในการทำงานและการค้นหาข้อมูลเป็นหลัก รวมถึงการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube การรับส่งอีเมล และการค้นหาข้อมูลคนกลุ่มนี้จะเน้นการใช้เพื่อการทำงานพร้อมกับการใช้งานส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับแมคแดเนียล (McDaniel, 2012 อ้างถึงใน ปฐมพร เนตินันท์, 2559) ที่ได้กล่าวว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Y เป็นกลุ่มที่นิยมในการเปิดรับและเชี่ยวชาญการใช้สื่อต่าง ๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เกิดและเติบโต มากับการเติบโตของเทคโนโลยี มีความฉลาดในการตัดสินใจซื้อใช้ ซึ่งมักจะค้นหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจด้วยตนเองหรือบุคคลใกล้ชิดมากกว่าการโฆษณาชวนเชื่อ ในขณะที่ กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen X มักใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารเพื่อความสะดวกสบายมากกว่าและมีการนำเทคโนโลยีมาสร้างประโยชน์เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ทิพวัล สนิธิธาวร, 2553 อ้างถึงใน วรินทร์ทิพย์ กำลังแพทย์, 2559) และกลุ่มนักท่องเที่ยว Baby Boomers หรือ Gen B เกิดมาในช่วงที่ยังไม่มีเทคโนโลยี ต้องการคำแนะนำ เรียนรู้และปรับตัวในการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจไม่อามี (2557) ที่ได้กล่าวว่ากลุ่ม Baby Boomers เป็นกลุ่มหนึ่งที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Twitter อย่างกว้างขวาง เนื่องจากพวกเขานิยมใช้เพื่อติดต่อกับครอบครัวและเพื่อน ๆ

2. ด้านการประเมินทางเลือก พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางเมื่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับผู้คนมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ทำให้การประเมินทางเลือกของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y จะคำนึงถึงกระแสนิยมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ ยาร์โรว์ (Yarrow, 2009 อ้างถึงใน อรไท ครุฑเวช, 2564) ที่ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y มีลักษณะเฉพาะที่ แตกต่างไปจาก Gen อื่น ๆ โดยมีลักษณะเด่น 4 ประการได้แก่ มีความมั่นใจในตัวเองสูง มุ่งเน้นความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม มักจะประเมินทางเลือกในการเดินทางอย่างรอบคอบ และต้องการความรวดเร็วและกระตือรือร้น ในขณะที่ กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen X

แคลโลเวย์ (Calloway, 2018) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะเชื่อในความคิดของตนเองแต่มีความเต็มใจที่จะทำหายในสิ่งที่ตนเองไม่เคยได้ลอง มีค่านิยมและทัศนคติที่แตกต่างกันออกไปและรอบล้อมไปด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ ตลอดเวลา ทำให้เทคโนโลยีอยู่ใกล้แค่เอื้อมมือและสามารถตัดสินใจทางเลือกจากการค้นหาข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งพรนิภา หาญมะโน (2558) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังซื้อค่อนข้างมาก เพราะมีรายได้สูง และหน้าที่การงานมั่นคง จึงทำให้มีกำลังการซื้อสินค้ามากพอสมควร และการประเมินทางเลือกของกลุ่มนักท่องเที่ยว Baby Boomers มีกำลังจ่ายที่มากกว่าจึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คำนึงถึงความสะดวกสบาย และความปลอดภัย มีโอกาสท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ พงศ์เสวก เอนกจรรย์พร (2561) ที่กล่าวไว้ว่า การประเมินทางเลือกของ Baby Boomers มักคำนึงถึงความปลอดภัยมากที่สุดบริการต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีการดูแลรักษาความสะอาดและความปลอดภัยเป็นสำคัญ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว

3. ด้านการตัดสินใจเดินทาง กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Y มีการผนวกกับเทคโนโลยีทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการความคาดหวังสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ สุทธภา อมรวิวัฒน์ (2557) ที่ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยว Gen Y มีความคล่องตัวของเทคโนโลยีเป็นพื้นฐานเนื่องจากคนกลุ่มนี้เติบโตมากับคอมพิวเตอร์ จึงถูกมองว่าเป็นกลุ่มที่ชอบมีสังคม มีการตัดสินใจด้วยข้อมูลที่มีเป็นจำนวนมาก ทำให้กลุ่มช่วงวัยนี้เป็นกลุ่มที่ช่างเลือก อาจพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ราคาสินค้า ผู้ขาย ปริมาณ เพื่อใช้ในการตัดสินใจเดินทาง ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen X มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจเดินทาง ซึ่งมีความสอดคล้องกับ สิริชัย อุ่อกพันธ์ (2563) ได้กล่าวว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการค้นหาข้อมูลจากการบทความ หรือรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวจริงผ่านสื่อออนไลน์ หรือมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกลุ่มคนทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้การเดินทางเป็นไปอย่างราบรื่นและได้รับประสบการณ์ที่ดีในระหว่างการเดินทาง และกลุ่มนักท่องเที่ยว Baby Boomers มีการคำนึงถึงความต้องการ ซึ่งคนกลุ่มนี้ตัดสินใจการเดินทางจากองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ความสะดวกสบาย และสามารถตัดสินใจเดินทางในราคาที่สูงเพื่อตอบสนองต่อความสะดวกสบายของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจไม่อา มี (2557) ที่ได้กล่าวว่า Baby Boomers เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ตนเอง และคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ ราคาเป็นเรื่องรอง โดย Baby Boomers ให้ความสำคัญกับค่านิยมในการมีคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นอย่างยิ่ง

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จากภาพรวมของสถานภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด โดยในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการประเมินทางเลือก เนื่องจากสถานภาพไม่ใช่ข้อจำกัดในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมักเลือกเดินทางกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเดียวกัน โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปกับคู่สมรสเพียงอย่างเดียว และสถานภาพด้านอื่น ๆ ไม่ใช่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาผลการวิจัยของ เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) ที่กล่าวว่า ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั่วไปต่างมีสังคมเป็นของตนเอง ไม่ว่าจะเป็สถานภาพ โสด สมรส หรือหย่าร้างกัน ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีหลายปัจจัยอื่นที่สำคัญกว่า เช่น การเงิน เวลา วัตถุประสงค์ของการเดินทาง เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่ต่างกัน

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จากภาพรวมของระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า โดยในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ซึ่งมีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ 2. ด้านการค้นหาข้อมูล คือ การค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว 3. ด้านการประเมินทางเลือก ซึ่งชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว 4. ด้านการตัดสินใจเดินทาง ซึ่งการแนะนำของบริษัทนำเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม และ 5.ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง ภายหลังจากการเดินทางนักท่องเที่ยวจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น ซึ่งพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นช่วงวัยที่มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบพิเศษ คือ การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม มีการค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากมีฐานข้อมูลที่กว้างและเป็นช่วงวัยที่กำลังศึกษา เมื่อเปรียบเทียบภาพรวมของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีจุดประสงค์การค้นหาข้อมูลที่แตกต่างออกไป ซึ่งอาจจะค้นหาจากความชื่นชอบส่วนบุคคลและความต้องการที่จะเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ รุ่งรวี คล้ายสุวรรณ (2554) ที่ได้กล่าวว่า ยิ่งการศึกษาสูงจะมีความรู้มากทำให้มีดุลพินิจการตัดสินใจมากและนานขึ้น โดยเฉพาะเมื่อรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ อีกทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) ที่ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวขั้นที่ 2 ด้านการค้นหาข้อมูลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) ที่ได้ศึกษางานวิจัยและนำมาสังเคราะห์ ให้เห็นถึงลักษณะโครงสร้างของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เกี่ยวกับการศึกษา ซึ่งผลการศึกษาในอดีต ชี้ให้เห็นว่า ผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงขึ้นมีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาขึ้นไป แม้ว่าจะเป็ประชากรส่วน

น้อยของประเทศ แต่เป็นสัดส่วนที่มีสูงมากในกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้มีการศึกษาสูงเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพและมีตำแหน่งหน้าที่การงานตลอดจนรายได้ที่ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ทำให้มีโอกาสได้เดินทางไปปฏิบัติหน้าที่ในเขตต่าง ๆ เช่น เดินทางไปประชุมสัมมนา เดินทางไปติดต่อราชการและธุรกิจต่าง ๆ และยังมีอำนาจในการซื้อบริการด้านการท่องเที่ยวได้มากกว่าอีกด้วย

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จากภาพรวมตามภูมิลาเนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลาเนาอยู่ที่ภาคตะวันตก โดยในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักออกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงกับภูมิลาเนาของตน อีกทั้งภูมิลาเนาไม่ได้เป็นข้อจำกัดในการเดินทาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ฐปณี สุวรรณฉัตรชัย (2542 อ้างถึงใน นรินทร์สิริ เชียงพันธ์, 2560) ที่กล่าวว่า ภูมิลาเนาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม เนื่องจากสังคมรอบข้างมักมีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของบุคคลเสมอ โดยในแต่ละพื้นที่ย่อมมีแนวคิด วิธีการปฏิบัติตัวที่ต่างกันออกไป ด้วยเหตุนี้ ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามภูมิลาเนาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่ต่างกัน

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จากภาพรวมตามอาชีพ ของกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ โดยในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มักจะมีการค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในวัยเรียนมักใช้เครือข่ายออนไลน์ในการติดตามข่าวสารและเพื่อค้นหาข้อมูลในสิ่งที่ตนสนใจในเวลาว่าง ซึ่งมีความสอดคล้องกับวราพร คำจับ (2562) ที่พบว่าช่วงวัยของนักเรียนนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและใช้สื่อสังคมออนไลน์สูงสุด เพราะเป็นวัยของการเรียนรู้ แสดงให้เห็นว่านักเรียนนักศึกษาต้องการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ เช่น เกษียณอายุและแม่บ้าน มักจะใช้เครือข่ายออนไลน์เพื่อการสนทนากับเพื่อนและการอัพเดทสถานะ ข้อมูลส่วนตัวและรูปภาพมากกว่า ทำให้การใช้งานเพื่อการค้นหาข้อมูลเป็นเรื่องรองลงมา อาจเป็นเพราะความแตกต่างในช่วงเวลาของการใช้งานที่ไม่มีเท่ากัน ทำให้วัตถุประสงค์ของการใช้งานมีความแตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับ ญัฐวราวรรต จีร์รัชต์ (2557) ที่พบว่า ผู้บริโภควัยทำงานที่มีอาชีพต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการใช้งาน เวลาเฉลี่ยในการใช้งาน ความบ่อยครั้งในการใช้งาน และช่วงระยะเวลาในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน

2. ด้านการประเมินทางเลือก พบว่ากลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับการคมนาคมที่สะดวกสบายและค่าใช้จ่ายในการเดินทางเมื่อเลือกมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยเรียนอาจมีความแตกต่างในเรื่องของงบประมาณในการเดินทาง ทำให้ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังนิยมการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนคลายเครียด ดังนั้นการคมนาคมจึงต้องมีความปลอดภัยและสะดวกสบายสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่าย ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในประเทศไทยและการประเมินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววันธรรมดา ประจำปี 2559 ของ ซูโอเซ็นโก ประเทศไทย (2559) ที่กล่าวว่ากลุ่มนักท่องเที่ยววัยเรียน หรือ Gen Z มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่เพียงพอ ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และรับจ้าง เป็นกลุ่มคนที่มีรายได้และงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งการท่องเที่ยวสำหรับคนกลุ่มนี้ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชีวิตจากการทำงาน ทำให้วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางคือ การพักผ่อนกับครอบครัวหรือญาติ นิยมเดินทางโดยการขับรถส่วนตัวจึงให้ความสำคัญกับการเดินทางที่สะดวกและมีความปลอดภัย สอดคล้องกับสภาพเกียรติพิริยะ (2563) ที่พบว่าวัยทำงานส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อปี 3 - 4 ครั้ง นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว โดยมากครอบครัวหรือญาติมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเดินทาง ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน รวมถึงการมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จากภาพรวมตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท โดยในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มักมีการค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลไม่ขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลตามความสนใจและความต้องการของตนเองได้อย่างอิสระ แต่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมต้องมีการสร้างสื่อและนำเสนอข้อมูลให้ตรงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้แก่สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์เส้นทางความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล (แบรนด์บุฟเฟต์, 2561 อ้างถึงใน ชื่นสมล บุนนาค, 2563) ที่ได้เสนอว่า แม้นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงปัจจัยด้านราคาแต่ก็ยังเห็นว่าความคุณค่าทางจิตเจ้านั้นสำคัญกว่าราคาที่จ่ายไป ดังนั้น แบนด์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรต้องเร่งทำความเข้าใจ และปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของคนยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสรรคสินค้าและบริการ รวมไปถึงการนำเสนอโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวที่

ตรงต่อความต้องการผู้บริโภค โดยเฉพาะการสร้างแบรนด์ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหมายต่อตัวตนและความเชื่อ

### 3. การวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่มากที่สุด คือ ปัจจัยแรงจูงใจทางกายภาพ นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัยในการเข้าถึง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญหลักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของธัญชนกภรณ์ โตชมบุญ (2558 อ้างถึงใน ชนาวุฒิ มั่งมี, 2561) ที่พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจขั้นพื้นฐานและสิ่งทีจูงใจที่เกิดจากภายในตัวบุคคลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ มีผลโดยตรงต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อในทุกด้าน ได้แก่ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจเดินทาง และพฤติกรรมหลังเดินทาง โดยมีสิ่งจูงใจที่เป็นพื้นฐานมาจากความจำเป็นและความต้องการ และแรงจูงใจทางกายภาพที่เกิดจากภายในตัวบุคคล เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนหย่อนใจและมองหาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับ Crompton (1979 อ้างถึงใน ธรรมชนก เพชรานนท์, 2559) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นปัจจัยหลักขั้นที่สำคัญของการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว และการสร้างแรงจูงใจให้แก่การท่องเที่ยว คือ การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้สอดคล้องตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความสะดวกและความปลอดภัย ภาพลักษณ์ สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ลีวิส (Lewis, 2021) ที่ได้กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ที่มีนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมหลากหลายประเทศ สรุปได้ว่าการใช้โทรทัศน์และสื่อร่วมสมัยที่นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีอิทธิพลในทางบวก เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปเยี่ยมชม เมื่อเกิดการนำเสนอและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความอยากรู้อยากเห็นและต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่แท้จริง

ปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย รองลงมา คือ ปัจจัยแรงจูงใจทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นในอดีตและสิ่งที่สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทำให้มีการปรับปรุงสถานที่เพื่อเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรมในอีกแง่มุมสำหรับเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น และมีความสนใจพิเศษ

มากขึ้นเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ เนียมเมล่า (Niemelä, 2010) การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีประวัติศาสตร์และเหตุการณ์ที่เลวร้ายเป็นส่วนสำคัญ ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวประเภทนี้ยังไม่เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในมุมมองกว้าง แต่ยังมีบทบาทในการสะท้อนอดีตถึงปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อผู้คนที่ท่องถิ่น สิ่งเหล่านี้ถือเป็นแรงจูงใจทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม

ปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่องานอดิเรก เนื่องจากแรงจูงใจทางการเดินทางของนักท่องเที่ยว เกิดจากความชอบและงานอดิเรกส่วนบุคคล ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อใช้เวลาว่างไปกับงานอดิเรกเป็นส่วนใหญ่ โดยมักจะแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกจากเดิม อีกทั้งยังเป็นการศึกษาเรื่องราวในเชิงพื้นที่ รวมไปถึงมีการเข้าไปพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับอัลแมน (Allman, 2017) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวไม่เพียงแต่หลงใหลในการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมหรือกิจกรรมเหนือธรรมชาติ ซึ่งงานวิจัยนี้ยังมุ่งเน้นไปที่การศึกษาปัจจัยแรงจูงใจส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวและความสัมพันธ์ระหว่างความชอบและการรับประสบการณ์การเรียนรู้ที่ไม่เหมือนใคร โดยภาครัฐควรมีการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบรูปแบบการท่องเที่ยวนี้มีความสัมพันธ์กับสถานที่หรือบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

#### 4. การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยในระดับมากที่สุด คือ ด้านความคุ้มค่า นักท่องเที่ยวจะรู้สึกคุ้มค่าที่ได้เรียนรู้เรื่องราวและได้รับคุณค่าทางวัฒนธรรมจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีความน่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านเรื่องราวเลวร้ายที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมรู้สึกได้รับประสบการณ์และเรื่องเล่า ซึ่งภาครัฐควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในรูปแบบของการให้ข้อมูลสื่อความหมายโดยใช้เรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นมาเป็นจุดขาย เช่น งานสัปดาห์แสงสีเสียงสะพานข้ามแม่น้ำแคว ที่เป็นการรำลึกถึงเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับ คอร์เนล (Cornell, 2019) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบเรื่องราวและกิจกรรมที่ได้มีส่วนร่วมกับคนในท้องถิ่นในการสร้างประสบการณ์เป็นการสร้างแรงกระตุ้น

ความอยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยว จึงทำให้เรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมกลายเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย รองลงมา คือ ด้านการสร้างประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสามารถให้ข้อมูลที่มีคุณค่าและประสบการณ์ตรง ซึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่สถานที่ท่องเที่ยวที่มีเรื่องราว หรือเหตุการณ์เลวร้ายในอดีต ถูกนำมาสร้างเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเพื่อมอบประสบการณ์ในอีกแง่มุมให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ อิลิเยฟ (Iliev, 2020) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นแรงจูงใจที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สโตน (Stone, 2011) ว่าการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสามารถสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยวได้ รวมถึงสามารถเป็นจุดขายที่ไม่เหมือนใครให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย ลำดับถัดมา คือ ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ มีการทำการตลาดเชิงรุกในจังหวัดที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่แต่ละแห่งมีชื่อเสียงจึงทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้น ภาครัฐควรที่จะดำเนินการวางแผนพัฒนาแผนการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งสอดคล้องกับ คาโรตชุก (Korotchuk, 2013) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม การเข้าถึงข้อมูลสามารถทำได้ง่ายในปัจจุบันแต่ยังไม่เป็นวงกว้างมากนัก ดังนั้นจึงควรสร้างแคมเปญการตลาดที่ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เหมาะสมและมอบจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ อินทซ์ เอื้อสุนทรวัฒนา (2561) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารหรือการเดินทางที่สะดวกสบายและไม่มีความยุ่งยากในการเดินทางท่องเที่ยวช่วยเพิ่มการตัดสินใจท่องเที่ยวได้รวดเร็วมากขึ้น และในเรื่องของป้ายสื่อความหมายสามารถให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูล เนื่องจากป้ายสื่อความหมายเป็นเครื่องมือสื่อสารแบบออฟไลน์เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลและช่องทางติดต่ออื่น ๆ อีกทั้งนักท่องเที่ยวจะสามารถจดจำอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ สุขุม คงดิษฐ์ (2561) สรุปได้ว่า มีการจัดการประชุมเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของการสื่อความหมายอย่างสร้างสรรค์ และเป็นศิลปะการนำเสนอที่สามารถกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ ตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว



ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยที่น้อยที่สุด คือ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในท้องถิ่น เนื่องจากการสร้างความสัมพันธ์โดยยกระดับความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวทำให้มีความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับ อินทัช เอื้อสุนทรวัฒนา (2561) ที่ได้ศึกษาว่า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวที่ขึ้นขึ้นอยู่กับความน่าสนใจและการเป็นหนึ่งในชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวต้องมีความดึงดูดใจที่จะทำให้เกิดการประทับใจ ทำให้เกิดความผูกพันและของที่ระลึกทำให้นักถึงสร้างความสัมพันธ์ที่อยากจะแนะนำหรือบอกต่อเพื่อชักชวนบุคคลใกล้ชิดหรือบุคคลอื่นมาเป็นการเพิ่มการตัดสินใจมากขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ (2562) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างความสัมพันธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในสินค้าและบริการ จนเกิดการกลับมาใช้ซ้ำและบอกต่อ โดยพยายามยกระดับความสัมพันธ์กับผู้บริโภคให้มีความสัมพันธ์ที่ดีมากขึ้น

การวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย คณะผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

### 1. พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการแวะเที่ยวโดยเป็นจุดหมายรองจากสถานที่ท่องเที่ยวหลักที่นักท่องเที่ยวประสงค์เดินทางมา แต่ขณะเดียวกันมีนักท่องเที่ยวบางส่วนที่ตั้งใจเดินทางมาเพื่อวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ ได้แก่ 1) การเดินทางมาเพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์สูญเสียในอดีต รวมถึงรำลึกถึงบุคคลอันเป็นที่รักที่เสียชีวิตในเหตุการณ์โศกนาฏกรรมในอดีต เช่น เหตุการณ์สึนามิ ที่จังหวัดพังงาในปี พ.ศ. 2547 เหตุการณ์ยกพลขึ้นบกของทหารญี่ปุ่นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่สะพานเดชาอนุชิต จังหวัดปัตตานี และการสร้างเส้นทางรถไฟสายมรณะ ที่จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเกิดการสูญเสียเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2557) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะนิยมไปเยี่ยมสถานที่ที่เต็มไปด้วยความเศร้าโศกเพราะอุบัติเหตุภัยธรรมชาติ การฆาตกรรมหรือถูกโจมตีจากผู้ก่อการร้าย ไปดูซากปรักหักพังต่าง ๆ หรือไปเพื่อย้อนรอยเหตุการณ์ความนิยมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย และมรณภัย 2) การเดินทางมาเพื่อหาประสบการณ์และความรู้จากสถานที่จริง และจากคำบอกเล่าของคนในท้องถิ่น สอดคล้องกับ ชิโอน (Sion, n.d. อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) ที่ได้อธิบายไว้ว่า การที่คนเราสนใจ ‘หายนะ’ ของคนอื่นนั้นมีเหตุผลหลายอย่าง แรกสุดเราอาจมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับผู้รอดชีวิต เหยื่อผู้เสียชีวิต หรือผู้รู้เห็นในเหตุการณ์นั้นตั้งแต่คนที่มีความสัมพันธ์โดยตรง หรือผ่านการอ่านงานวรรณกรรม จนเกิดความซาบซึ้งกับตัวละครที่ประสบเหตุจากเหตุการณ์นั้น จึงมีความต้องการเดินทางไปยังสถานที่จริง

สอดคล้องกับพฤติกรรมด้านการจัดสรรงบประมาณในการท่องเที่ยว โดยในกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวแบบทางผ่านจะไม่มีการจัดสรรงบประมาณไว้ล่วงหน้า แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจเดินทางมาเพื่อรำลึกจะมีการจัดสรรงบประมาณไว้สำหรับการจัดพิธีกรรมทางศาสนา การบริจาค การทำบุญ เป็นต้น

## 2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ตอบวัตถุประสงค์ข้อนี้ คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมามีหลากหลายเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และหลายภูมิภาค โดยส่วนใหญ่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนากรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นกลุ่มวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่เดินทางไปยังเส้นทางรถไฟสายมรณะ และสวนอนุสรณ์ สีนามิ บ้านน้ำเค็ม จังหวัดพังงา ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศติดชายฝั่งทะเล น้ำตกหรือแม่น้ำใหญ่ เนื่องมาจากความเชื่อและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไปจากสมัยก่อนที่เชื่อว่าความตายเป็นเรื่องไม่ควรเกี่ยวข้อง แต่ในยุคสมัยใหม่มีความสนใจศึกษาความรู้ที่เรียนจากความตาย ในขณะที่จังหวัดปัตตานี ส่วนใหญ่จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มผู้สูงอายุและกรุ๊ปทัวร์เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม และด้านอาหาร สอดคล้องกับ ญัฐิรา อ่ำพลพรรณ (2554) ที่ได้กล่าวว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Z มักจะทำทุกอย่างด้วยตัวเองโดยจะถูกสนับสนุนให้แสดงออก ซึ่งความคิดเห็นของตนเองอย่างอิสระทั้งในโซเชียลมีเดีย บ้าน และโรงเรียน ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าการที่กลุ่มคนยุคใหม่มีความคิดเป็นของตนเองนั้นจะออกจากรอบความคิดแบบเดิมและเปิดรับค่านิยมสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น

## 3. เพื่อวิเคราะห์แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

แรงจูงใจทางกายภาพ ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า ทางภาครัฐมีการสนับสนุนสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในหลายพื้นที่ เช่น เส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี มีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวโดยรถไฟไปยังสถานที่นี้โดยเฉพาะ จัดโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย ส่วนในพื้นที่บ้านน้ำเค็มได้มีการปรับปรุงเส้นทางสัญจรให้มีความเข้าถึงได้ง่าย และในจังหวัดปัตตานี สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมตั้งอยู่บนถนนหลักที่มีการเข้าถึงได้อย่างสะดวก ซึ่งความสะดวกสบายในการเข้าถึงดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับ สถาพร เกียรติพิริยะ (2563) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน รวมถึงการมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ ครอมพ์ตัน (Crompton, 1979 อ้างถึงใน ธรรมชนก เพชรานนท์, 2559) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นปัจจัยหลักต้นที่สำคัญของการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว และการสร้างแรงจูงใจให้แก่การท่องเที่ยว คือ การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้สอดคล้องตรงกับ

ความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความสะดวกและความปลอดภัย ภาพลักษณ์ สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

แรงจูงใจทางวัฒนธรรม พบว่าทุกสถานที่ที่ทำการสัมภาษณ์ ในทุกปีจะมีการจัดงานประจำปีเพื่อรำลึกถึงความสูญเสียจากเหตุการณ์โศกนาฏกรรม ซึ่งในบางพื้นที่การสูญเสียดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวที่กลายเป็นวัฒนธรรม เป็นเรื่องเล่าอยู่คู่กับคนในชุมชน ส่งผลให้ชุมชนนั้นมีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ เนียเมลา (Niemelä, 2010) การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีประวัติศาสตร์และเหตุการณ์ที่เลวร้ายเป็นส่วนสำคัญ ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวประเภทนี้ยังไม่เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในมุมมองกว้าง แต่ยังมีบทบาทในการสะท้อนอดีตถึงปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อผู้คนในท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้ถือเป็นแรงจูงใจทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม

แรงจูงใจระหว่างบุคคล ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันว่ามีการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ตรงให้แก่นักท่องเที่ยว และให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นเสมือนบ้าน ซึ่งในบางพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวทางการเมือง มีเหตุการณ์ไม่สงบอยู่บ่อยครั้ง เช่น 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจในการตัดสินใจเดินทางมา แต่คนในชุมชนเป็นสำคัญที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย ประทับใจ และเกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับ อินทซ์ เอื้อสุนทรวัฒนา (2561) ที่ได้ศึกษาว่า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว นั้นขึ้นอยู่กับความน่าสนใจและการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวต้องมีความดึงดูดใจที่จะทำให้เกิดความประทับใจ ทำให้เกิดความผูกพันและของที่ระลึกทำให้นักถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ยากแนะนำ หรือบอกต่อเพื่อชักชวนบุคคลใกล้ชิดหรือบุคคลอื่นมาเพิ่มการตัดสินใจมากขึ้น ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 ท่านยังเสนอแนะไปในทางเดียวกันอีกด้วยว่า ควรส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้มีการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน โดยลักษณะกิจกรรมควรมีความสอดคล้องกับบริบทของเหตุการณ์และพื้นที่ที่เกิดการสูญเสีย เนื่องจากพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาและทำการถ่ายภาพเพียงอย่างเดียวจึงต้องการให้มีการทำกิจกรรมร่วมกันมากขึ้น สอดคล้องกับ คอร์เนล (Cornell, 2019) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบเรื่องราวและกิจกรรมที่ได้มีส่วนร่วมกับคนในท้องถิ่นในการสร้างประสบการณ์เป็นการสร้างแรงกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยว จึงทำให้เรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมกลายเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น

แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 ท่านกล่าวว่าแรงจูงใจในด้านนี้ส่วนใหญ่มาจากการที่บุคคลมีชื่อเสียงได้ลงภาพหรือทำการเช็คอินสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม และจากการ

ที่ภาพยนตร์บางเรื่องได้ถ่ายทอดเรื่องราวเหตุการณ์การสูญเสีย เช่น ภาพยนตร์เรื่อง *The Railway Man* : 2013 ที่ได้มีการมาถ่ายทำในสถานที่จริงคือเส้นทางรถไฟสายมรณะ และช่องเขาขาด จังหวัดกาญจนบุรี ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นและเกิดการท่องเที่ยวตามมา ซึ่งสอดคล้องกับ ออลแมน (Allman, 2017) ที่กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวไม่เพียงแต่หลงใหลในการท่องเที่ยวเชิง ทัศนศึกษาหรือกิจกรรมเหนือธรรมชาติ ซึ่งงานวิจัยนี้ยังมุ่งเน้นไปที่การศึกษาปัจจัยแรงจูงใจส่วนบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวและความสัมพันธ์ระหว่างความชอบและการรับประสบการณ์การเรียนรู้ที่ไม่เหมือนใคร โดยภาครัฐควรมีการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบรูปแบบ การท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับสถานที่หรือบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิง ทัศนศึกษา

#### 4. เพื่อวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง ทัศนศึกษาในประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 ท่านให้ข้อมูลว่า การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาช่วยสร้างประสบการณ์ทั้ง ด้านบวกและด้านลบให้แก่นักท่องเที่ยว บางส่วนได้รับความรู้และประสบการณ์จากเหตุการณ์ ทัศนศึกษาในอดีต ในขณะที่บางส่วนเดินทางมาเพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์และการสูญเสียบุคคลอันเป็นที่ รัก จึงทำให้เกิดความเศร้าสลด สอดคล้องกับ อิลิเยฟ (Iliev, 2020) ที่ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิง ทัศนศึกษาเป็นแรงจูงใจที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับ สโตน (Stone, 2011) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาสามารถสร้างประสบการณ์ที่ แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยวได้ รวมถึงสามารถเป็นจุดขายที่ไม่เหมือนใครให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิง ทัศนศึกษา ในด้านความคุ้มค่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้สึกคุ้มค่าเนื่องจากได้รับความรู้และประสบการณ์ จากสถานที่จริง รวมถึงบริบทพื้นที่โดยรอบสามารถตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี เช่น ความ สวยงามทางธรรมชาติ อาหารที่มีความเฉพาะถิ่น สถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และความเป็นมิตร ของคนในพื้นที่ สอดคล้องกับ คอร์เนล (Cornell, 2019) ที่ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบ เรื่องราวและกิจกรรมที่ได้มีส่วนร่วมไปกับคนในท้องถิ่นในการสร้างประสบการณ์เป็นการสร้างแรงกระตุ้น ความอยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยว จึงทำให้เรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษากลายเป็น หนึ่งในปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ส่วนการเข้าถึงผู้บริโภคนั้นทางหน่วยงาน ภาครัฐได้ให้การสนับสนุนทางด้านคมนาคมให้สะดวกต่อการเข้าถึง รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ใน ช่องทางต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก สอดคล้องกับ คาโรตชุก (Korotchuk, 2013) ที่ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม การเข้าถึงข้อมูลสามารถทำได้ ง่ายในปัจจุบันแต่ยังไม่เป็นวงกว้างมากนัก ดังนั้นจึงควรสร้างแคมเปญการตลาดที่ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่เหมาะสมและมอบจุดหมายปลายทาง

ทางการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการ และในด้านการสร้างความสัมพันธ์นั้นเป็นไปได้  
 อย่างมีประสิทธิภาพ คนในชุมชนให้ความร่วมมือสร้างความสัมพันธ์ และเป็นเจ้าบ้านที่ดีแก่นักท่องเที่ยว  
 สร้างการกลับมาเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับ เกียรติพงษ์ อดมธนะธีระ (2562) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การสร้าง  
 ความสัมพันธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในสินค้าและบริการ จนเกิดการกลับมาใช้ซ้ำและบอก  
 ต่อ โดยพยายามยกระดับความสัมพันธ์กับผู้บริโภคให้มีความสัมพันธ์ที่ดีมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการรักษา  
 ความปลอดภัยที่เข้มงวด เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว และมีการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่ง  
 ท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัย โดยไม่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางความคิดและ  
 ความเชื่อของนักท่องเที่ยวที่มีวัยแตกต่างกัน

2. ด้านการค้นหาข้อมูล ภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีช่องทางการ  
 ประชาสัมพันธ์และช่องทางการค้นหาข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อให้ตามทันกระแสนิยมในโซเชียลมีเดียและ  
 สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัย

3. ด้านการประเมินทางเลือก ภาคเอกชนควรมีรถขนส่งสาธารณะที่ทันสมัย สะดวกสบาย และมี  
 การรับรองด้านการขับขี่ปลอดภัยตามมาตรฐานสากลที่สามารถรับ - ส่งนักท่องเที่ยวจากที่พักไปยังสถานที่  
 ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมได้ เพื่อเป็นทางเลือกที่คอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

4. ด้านการตัดสินใจเดินทาง ภาคเอกชนควรมีการกำหนดราคาโปรโมชั่นสำหรับของที่ระลึกและ  
 ค่าเข้าชมในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมที่มีค่าเข้าชมให้มีความเหมาะสม

5. ด้านพฤติกรรมหลังการเดินทาง ภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดทำแบบ  
 ประเมินให้นักท่องเที่ยวทำการกรอกเพื่อแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมและความพึงพอใจภายหลังการ  
 ท่องเที่ยว เพื่อนำข้อสรุปมาพัฒนาและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

1. คณะผู้วิจัยควรเปลี่ยนกลุ่มประชากรเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย  
 และต่างประเทศที่เคยเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

2. คณะผู้วิจัยควรเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง  
 ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อให้เห็นมุมมองที่  
 หลากหลายมากยิ่งขึ้น

3. คณะผู้วิจัยควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง  
 โศกนาฏกรรมในต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อให้สามารถนำมาปรับใช้เพื่อ

ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิง  
โศกนาฏกรรมในประเทศไทย

4. คณะผู้วิจัยควรนำระดับการศึกษาที่มุ่งเน้นในกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาเทียบเท่าปริญญา  
ตรีหรือสูงกว่ามาทำการวิจัยต่อ เนื่องจากปัจจัยระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีความสำคัญในทุกด้านของกระบวนการตัดสินใจเดินทาง

## บรรณานุกรม

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). **สรุปรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2558 – 2563P**. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2564, จาก <https://bit.ly/2Y4zygL>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **คู่มืออบรมมัคคุเทศก์: เล่มที่1 ภาคความรู้ทางวิชาการ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ศรีเอทมายด์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **Disaster Tourism ทำไมเราถึงอยาก ไปดูหายนะของคนอื่น**. TAT Review. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2564, จาก <https://bit.ly/3Gz6l92>
- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2562). **กลยุทธ์การตลาด 4Ps และส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)**. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2564, จาก <https://bit.ly/2ZG3oZD>
- แกลโมรี (2563, 20 สิงหาคม). **Special Interest Tourism: การท่องเที่ยวสำหรับคนที่มีความสนใจ สิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นพิเศษ**. บล็อกดิดิต. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2564. จาก <https://bit.ly/3ybY11g>
- ชัชพรพล เทัญญโณม. (2563). **Dark Tourism ท่องเที่ยวแบบสะเทือนใจ**. สืบค้น 5 กันยายน 2564, จาก <https://bit.ly/3zFSKhv>
- ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). **ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคณวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. (รายงานการค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ) สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3cQvepb>
- ชื่นสุมล บุณนาค. (2563). **การวิเคราะห์เส้นทางความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล**. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 17(2). สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3lagrKJ>
- ชนาวุฒิ มั่งมี. (2561). **แรงจูงใจและปัจจัยทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการธุรกิจประเภทโรงภาพยนตร์และ E-movie ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. (รายงานการค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ). สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3lwDI3o>
- ชูโอ เซ็นโก ประเทศไทย. (2559). **การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในประเทศไทยและการประเมินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววันธรรมดา ประจำปี 2559**. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: [ม.ป.ท.] สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3p4Ki8i>
- ฐิรัชญา มณีเนตร. (2552). **ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว = Thai Studies for Tourism**. ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณิศรา กานราศ. (2563). **การศึกษาคุณลักษณะและปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวด้านมืดของมนุษย์ในเกาหลีใต้: กรณีศึกษา พื้นที่เขตปลอดทหารเมืองพางู**. วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย, มหาวิทยาลัยสวนสุนันทา, 14(1). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3AOmVo6>

- ณัฐธาวรัตน์ จีระรัชต์. (2557). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตห้วยขวางกรุงเทพมหานคร. (รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ) สืบค้นจาก <https://bit.ly/313Ximt>
- ณัฐริธา อำพลพรรณ. (2554). Make Way for Generation Z: Marketing to Today's Tweens and Teens, *eTAT Tourism Journal*, 54(3). สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564. จาก <https://bit.ly/3FHlxo8>
- ณัฐพัชพันธ์ แสงทรัพย์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชน ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3CN3BZ2>
- คำเกิง โถทอง. (2551). เส้นทางท่องเที่ยวสายอารยธรรมขอมในประเทศไทย กัมพูชาและลาว. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- โตมร สุขปรีชา. (2557). Black Tourism การท่องเที่ยวที่ต้องจับตามอง. *TAT Review*, 57(4). สืบค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2564, จาก <https://bit.ly/3ocmReo>
- ธรรณชนก เพชรานนท์. (2559). แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย. *สุทธิปริทัศน์*, 30(94). สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://bit.ly/3xm7XoB>
- นิตา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว = Tourism Industry. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัทญ์ จันทโกโต. (2561). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3m3fqUf>
- นลิน สีมะเสถียรโสภณ. (2562). Tourist's decision to travel to Thai cultural tourism destination in central part of Thailand. *E3S Web Conferences*, 164(10002). สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2564, จาก <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016410002>
- นรินทร์สิริ เชียงพันธ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3kKkc9V>
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2539). รายงานการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 15(4). สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3FQhgjG>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว = Tourist Behavior**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2557). **การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย และมรณภัย ในภูมิภาคตะวันตก ประเทศไทย**. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, เพชรบุรี). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3uhgVLB>
- มฤดี ศรีรักษา. (ม.ป.ป.). **หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นพื้นฐานงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2564 จาก <https://bit.ly/3ESfmPX>
- มาริสสา. (2556, 14 ตุลาคม). **ท่องเที่ยวแบบเสรีฯ ๆ. กรุงเทพฯธุรกิจ**. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2564, จาก <https://bit.ly/3mkUwQP>
- ปฐมพร เนตินันท์. (2559). **ความสัมพันธ์ของการเปิดรับข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของ "Gen Y"**. วารสารปัญญาภิวัตน์. 8(พิเศษ). สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2564, จาก <https://bit.ly/3ICtVJ0>
- ปณิสา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม**. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3ETUVBX>
- พงศ์เสวก เอนกจันงค์พร. (2561). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร**. *Burapha Journal of Business Management*, 7(1). สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/32A9Xyb>
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). **ค้นหาความหมายของคำว่า การเดินทางและตัดสินใจ**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2564, จาก <https://bit.ly/2XWNWYz>
- พัชสิริ ชมภูคำ, และณัฐธิดา จักรภีศรีสุข. (2563). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเอเรชั่น Y และเจนเอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร**. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(165). สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3DVIQv4>
- พิศิษฐ ตัณฑวนิช, และพนา จินดาศรี. (2561). **ความหมายที่แท้จริงของค่า IOC**. *วารสารวัดผลการศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 24(2). สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2564, จาก <https://bit.ly/3oqumhQ>
- พนิตดา เทศนิยม. (2532). **ประชากรศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พรนิภา ฮารมะโน. (2558). **พฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่ม Generation B Generation X และ**

- Generation Y ที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.  
วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ. 4(1). สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2564, จาก  
<https://bit.ly/3LS4ppF>
- รุ่งรวี คล้ายสุวรรณ. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี. (รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัย  
นเรศวร, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3HXwWTV>
- วิญญู หมั่นการ. (2555). การรักษาความสำคัญและคุณค่าพื้นที่ทางประวัติศาสตร์เส้นทางรถไฟสาย  
มรณะ. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร, เพชรบุรี). สืบค้นจาก  
<https://bit.ly/3zFKUER>
- วิมล จิโรจน์พันธุ์. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: แสงดาว
- วันสนันท์ โพธิ์เพชร. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง  
ประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมชมชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.  
(ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี). สืบค้นจาก  
<https://bit.ly/39Hh6wW>
- วราพร คำจับ. (2562). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสารศิลปศาสตร์  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 7(2). สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3nSwl8y>
- วรินทร์ทิพย์ กำลั้งแพทย์. (2559). การตลาดออนไลน์กับผู้บริโภคยุค XYZ. วารสารวิชาการและวิจัย  
มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 1(2). สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2564, จาก  
<https://bit.ly/3dAAsG5>
- ศิวพร มีนาภา. (2561). ปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่  
ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี).  
สืบค้นจาก <https://bit.ly/3zLEKTJ>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2549). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศรัณญา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พระนครศรีอยุธยา: สถาบัน  
เทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสุกรี.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2563). ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing  
Mix). สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2564, จาก <https://bit.ly/3ia1eal>
- สถาพร เกียรติพิริยะและคณะ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์  
และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงาน. วารสารมหาจุฬานาครธรรม์, 7(12). สืบค้นเมื่อ 26  
พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3rbU1wt>

- สมหทัย จารุมิลินท. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3B07rhb>
- สิริชัย ดีเลิศ และสุภาวดี รัตนพงศ์พันธ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มผู้ประกอบการเฉพาะกลุ่ม. *Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทยสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(1). สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3r5S9Fn>
- สิริชัย อุ่นอกพันธ์. (2563). ทักษะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวการศึกษาความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยว Generation X และ Generation Y. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3EIEMi9>
- สุขุม คงดิษฐ์ และธารณี นวสันธิ์. (2561). การสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยววิเวกเกษตรอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, กรุงเทพฯ) สืบค้นจาก <https://bit.ly/3o1vBUt>
- สุทธภา อมรวิวัฒน์ และคณะ. (2557). Insight กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y. สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3cQQhlm>
- สุณิสา ตรงจิตร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Marketplace). (ปริญญาานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3kGWmM6>
- สยามรัฐออนไลน์. (2564, 16 มิถุนายน). ททท.เผยผลสำรวจคนไทยกว่า 65% ยังเชื่อมั่นการท่องเที่ยวภายในประเทศ. *สยามรัฐออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2564, จาก <https://bit.ly/3zLgilg>
- สุวีร์ณิสัญ โสภณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว = Tourist behavior analysis: ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจไม่อามี. (2557). *พฤติกรรมและแนวความคิดของ Baby Boomers ประชากรกลุ่มใหญ่ที่สุดในสหรัฐฯ*. สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3FLihJJ>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2540). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่แปด (พ.ศ. 2540 – 2544)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2560 (ในรอบปี2559)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สืบค้น 15 กันยายน 2564, จาก <https://bit.ly/3o6doFA>

- สำนักนโยบายและวิชาการสถิติ. (ม.ป.ป.). **เทคนิคการสุ่มตัวอย่างและประมาณค่า**. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/3FGUlal>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: Diamond in Bussiness World.
- หฤทัย พันธุ์จุล. (2560). **3.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว**. สืบค้น 3 กันยายน 2564, จาก <https://bit.ly/3kl9YXm>
- แหล่งความรู้สำหรับร้านค้า. (2021). **หลักการตลาดออนไลน์ยุคใหม่มัดใจลูกค้าด้วย 4Es**. สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2564, จาก <https://bit.ly/3ivVGrB>
- อินทัช เอื้อสุนทรวัฒนา. (2561). **ส่วนประสมการตลาด 4Es และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ )**. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3AKv1y4>
- อมรรัตน์ วงศ์เป็ง. (2550). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมงคลชัยบรู๊รี, ปทุมธานี)**
- อรไท ครุฑเวช และคณะ. (2563). **การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการในมุมมองของนักท่องเที่ยวเจนวายที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในสภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของ COVID - 19. วารสารรัชต์ภาคย์, 15(41)**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://bit.ly/30YWL54>
- อรมน ปั่นทอง. (2550). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ )**. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3AL6Mjp>
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (ม.ป.ป.). **การวิเคราะห์และนำเสนอในผลงานวิจัยเชิงคุณภาพ**. สืบค้น 26 กันยายน 2564, จาก <https://bit.ly/3ogh8V6>
- Abhishek Bhati & Manisha Agarwal. (2020). **Dark Tourism in SouthEast Asia: Are Young Asian Travelers up for it?. International Journal of Hospitality & Tourism** <https://doi.org/10.1080/15256480.2019.1708223>
- A.V. Seaton. (1996). **Guided by the dark: From Thanatopsis to Thanatourism. International Journal of Heritage Studie. 2(4)**. Retrieve September 6, 2021, from <https://doi.org/10.1080/13527259608722178>
- Celina Calloway. (2018). **Recruiting and Retaining Generations X and Y in Organizations**. (Honors Project Analysis, Wright State University, Ohio). Retrieved December, 10 2021, from <https://bit.ly/3pJZLLn>

- Chin – cheng Ni et al. (2017). **The International Decision-Making and Travel Behavior of Graduates Participating in Working Holiday**. Retrieve September 9, 2021, from <https://doi.org/10.5772/intechopen.70331>
- Cochran, W. G. (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Dagney Mckinney. (2019). **Dark Tourism: What is it and Why is it important?**. Retrieve September 5, 2021, from <https://bit.ly/3m0l08S>
- Dale, C. & Robinson, N.. (2011). **Research Themes for Tourism: Chapter 15 Dark tourism**. Retrieve September 3, 2021, UK: University of Wolverhampton
- Dann, Graham M. S., (1981). Tourist motivation an appraisal. **Annals of Tourism Research, 8(2)**, Retrieve August, 31 2021, from <https://bit.ly/3lBPzNw>
- Daryl Ace V. Cornell et al. (2019). The Bright Side of Dark Tourism in Baguio City: Understanding its Impact to the Stakeholders. **Revista Turismo & Desenvolvimento (RTD), 19(31)**. Retrieve November 26, 2021, from <https://bit.ly/3CNxgB2>
- Dejan Iliev. (2020). Consumption, motivation and experience in dark tourism: a conceptual and critical analysis. **Tourism Geographies, 23(2)**. Retrieve November 26, 2021, from <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1722215>
- E Jerome Mccarthy. (1960). **Basic marketing, a managerial approach**. Homewood, Ill: Irwin
- Emil Juvan et al. (2017). **Tourist Behavior: An Overview of Models to Date**. Retrieve September 8, 2021, from <https://bit.ly/2XTkWAd>
- Gheorghe Epuran et al. (2015). From 4P's to 4 E's – How to Avoid the Risk of Unbalancing the Marketing Mix in Today Hotel Businesses. **Annals of Dunarea de Jos University of Galati Fascicle. 21(2)** Retrieve August 31, 2021, from <https://bit.ly/3ibINCI>
- Hayley Stainton. (2020). **Dark tourism explained: What, Why and Where**. Retrieve September 6, 2021, from <https://bit.ly/2ZprRC3>
- Hayley Stainton. (2020). **What is a tourist? Tourist definition**. Retrieve September 8, 2021, from <https://bit.ly/3AQqTN6>
- Heather Lewis et al. (2021). Dark Tourism: motivations and visit intentions of tourists. **International Hospitality Review, 35(1)**. Retrieve November 25, 2021, from <https://bit.ly/3l82H2X>

- Heather R. Allman. (2017). **Motivations and intentions of tourists to visit dark tourism locations.** (Graduate Thesis and Dissertations, The Iowa State University Digital Repository). Retrieve November 26, 2021, from <https://bit.ly/3xmVq44>
- Jacqueline Mangwane et al. (2019). Who visits the apartheid museum and why? An exploratory study of the motivations to visit a dark tourism site in South Africa. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 13(3). Retrieve August 31, 2021, from <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-03-2018-0037>
- J. John Lennon & Malcolm Foley. (2000). **Dark Tourism.** London: Continuum
- Kadir Çakar. (2020). Investigation of the Motivations and Experiences of Tourists Visiting the Gallipoli Peninsula as a Dark Tourism Destination. **European Journal of Tourism Research**, 24(2405). Retrieve August 31, 2021, from <https://bit.ly/2XSwXG8>
- Mark Griffiths. (2015). **Black Spot Tourism.** Retrieve September 6, 2021, from <https://bit.ly/3EVMmvv>
- McIntosh, Robert W., and Charles R. Goeldner. (1986). **Tourism: Principles, Practices, Philosophies.** New York: Wiley Press.
- Nunnally, J.C. & Bernstein, I.H. (1994). **Psychometric Theory.** (3<sup>rd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- Oleksandra Korotchuk. (2013). **Motivations Behind Behind Traveling to Dark Tourism Destinations: A Qualitative Study for Future Marketing Campaign Targeting Dark Tourism to Chernobyl.** (Syracuse University Honors Capstone Project). Retrieve November 26, 2021, from <https://bit.ly/3HXlcRm>
- Peter Hohenhaus. (n.d.). **Dark - Tourism.** Retrieve September 6, 2021, from <https://bit.ly/3CYapme>
- Philip Kotler. (1999). **Kotler on Marketing.** New York: The Free Pr.
- Philip R. Stone. (2011). **Dark Tourism Experiences: mediating between life and death.** London: Routledge.
- Philippe Poulou. (2018). **From 4P to 4E: Rethinking the Marketing Mix.** Retrieve September 11, 2021, from <https://bit.ly/3CV8n73>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). **On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity.** (Research Report No. 24). Retrieve September 26, 2021

- S.P. Bansal. (n.d.). **Tourism and Hospitality: Concept, Component, status and Trends**. Retrieve September 8, 2021, from <https://bit.ly/2Y2ulk9>
- Scott A. Cohen et al. (2014). Consumer behavior in tourism: Concepts, influences and opportunities. **Current Issues In Tourism**. 17(10). Retrieve September 18, 2021, from <https://bit.ly/3ojaZaq>
- Seasonal Trip. (n.d.). **Motivation of Travel**. Retrieve September 13, 2021, from <https://bit.ly/3CPLf9N>
- Soyoung Park et al. (2016). Evaluation of functional properties of lactobacillus isolated from Korean white kimchi. **Food Control**, 2016(69). Retrieved December, 5 2021, from <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2016.04.037>
- Statia Elliot. (2015). **Behavior, Tourist**. Retrieve September 8, 2021, from <https://bit.ly/3ALANPT>
- Te – Yi Chang. (2014). DARK TOURISM: The effects of motivation and environmental attitudes on the benefits of experience. **Revista Internacional de Sociología (RIS)**. 72(2). Retrieve August 31, 2021, from <https://doi.org/10.3989/ris.2013.08.06>
- Titta Niemelä. (2010). **Motivation Factors in Dark Tourism Case: House of Terror**. (Bachelor's Thesis, Lahti University of Applied Sciences). Retrieve November 26, 2021, from <https://bit.ly/3FPpYP7>

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ทรงงานวิจัย

### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมืองานวิจัย

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| 1. อาจารย์ ดร.กิงกนก เสาวภาวงศ์       | อาจารย์สาขาท่องเที่ยว<br>คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. อาจารย์ ดร.ชมพูนุท ภาณุภาส         | อาจารย์สาขาท่องเที่ยว<br>คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 3. อาจารย์ ดร.อัญชัญ ตันขเทศ          | อาจารย์สาขาท่องเที่ยว<br>คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นุชรา แสงสุข    | อาจารย์สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม<br>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี                      |
| 5. อาจารย์ ดร.พงษ์เกษม สิงห์รุ่งเรือง | อาจารย์สาขาสุขศึกษาและพลศึกษา<br>คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา                              |

ภาคผนวก ข  
แบบสอบถามงานวิจัย



คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม  
และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สำหรับผู้ทำวิจัย  
ข้อมูลชุดที่.....

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาพื้นฐานวิจัยด้านการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาระดับปริญญาตรี ทางคณะผู้วิจัยขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและครบถ้วน เพื่อที่ข้อมูลที่ท่านตอบนั้นจะถูกนำไปวิเคราะห์ภาพรวม ทางผู้วิจัยจะไม่ทำการเปิดเผยข้อมูลรายบุคคล คำตอบของท่านจะเป็นความลับและนำมาใช้ในการวิเคราะห์เท่านั้นซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วย 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมแก่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด กับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 11 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 13 ข้อ

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมจำนวน 1 ข้อ

ขอบคุณในความกรุณาให้ข้อมูล

คณะผู้จัดทำวิจัย

นิสิตปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง :** กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับคำตอบของท่าน

## 1. เพศ

ชาย  หญิง

## 2. อายุ

18 – 24 ปี  25 – 31 ปี  32 – 38 ปี  39 – 45 ปี  
 46 – 52 ปี  53 – 59 ปี  ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป

## 3. สถานภาพ

โสด  สมรส  หย่าร้าง  อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

## 4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี  ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า  สูงกว่าระดับปริญญาตรี

## 5. ภูมิลำเนา

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล  ภาคกลาง  ภาคเหนือ  ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 ภาคตะวันออก  ภาคตะวันตก  ภาคใต้

## 6. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา  ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  พนักงานบริษัทเอกชน  
 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย  รับจ้าง  อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

## 7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท  15,001 – 25,000 บาท  
 25,001 – 35,000 บาท  35,001 – 45,000 บาท  
 45,001 – 55,000 บาท  สูงกว่า 55,000 บาท

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง :** ให้ท่านประเมินพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม โดยเลือกข้อความที่ตรงกับท่าน

กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับคำตอบของท่าน

**รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม**

1. ท่านเคยเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมรูปแบบใด

- การท่องเที่ยวเชิงปริมาณ (Atomic Tourism)  
 การท่องเที่ยวรูปแบบพื้นที่สังหาร (Black Tourism or Grief Tourism)  
 การท่องเที่ยวภัยพิบัติ (Disaster Tourism)  
 การท่องเที่ยวเสี่ยงภัย (Extreme Tourism or Shock Tourism)

- การท่องเที่ยวเขตพื้นที่ทหาร (Militarism Heritage Tourism)
- การท่องเที่ยวสมรภูมิรบ (War Tourism)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

#### การเดินทางและลักษณะการเดินทาง

2. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1 วัน (One Day Trip)
- 2 – 3 วัน
- 4 – 5 วัน
- ตั้งแต่ 5 วันขึ้นไป

3. การเดินทางจากภูมิลำเนาไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (เลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

- เดินทางภายในจังหวัด
- เดินทางข้ามจังหวัด

#### วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว

4. ท่านมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสิ่งใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
- เพื่อการศึกษา
- เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ / อาชีพ
- เพื่อเยี่ยมครอบครัว
- เพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา
- เพื่อร่วมงานรำลึกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

#### ลักษณะการจัดการเดินทาง

5. ท่านเดินทางกับใคร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- เดินทางคนเดียว
- เดินทางกับครอบครัว
- เดินทางกับเพื่อน
- เดินทางเป็นหมู่คณะ (หน่วยงาน / บริษัทนำเที่ยว)
- เดินทางกับคนรัก
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

6. วันที่ท่านเลือกเดินทาง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- วันจันทร์ - วันศุกร์  
 วันหยุดสุดสัปดาห์  
 วันหยุดนักขัตฤกษ์  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

#### พาหนะที่ใช้ในการเดินทางและสถานที่พักแรม

7. ท่านเดินทางด้วยพาหนะชนิดใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- รถโดยสารสาธารณะ  
 รถยนต์ส่วนตัว  
 รถเช่า  
 รถไฟ  
 เครื่องบิน  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

8. ท่านพักสถานที่พักแรมประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- บ้านพักส่วนตัว  
 โรงแรม/รีสอร์ท  
 บ้านญาติ/บ้านเพื่อน  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

#### ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

9. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางแต่ละครั้ง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 3,000 บาท  
 3,001-5,000 บาท  
 5,001-7,000 บาท  
 7,001-9,000 บาท  
 9,001-11,000 บาท  
 11,001-13,000 บาท  
 สูงกว่า 13,000 บาท

#### กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

10. ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ถ่ายรูปทัศนียภาพในสถานที่ท่องเที่ยว  
 ซื้อสินค้าของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น  
 เข้าร่วมเทศกาลงานประเพณี

- ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

#### การวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว

11. ท่านมีการวางแผนการเดินทางในแต่ละครั้งบ่อยแค่ไหน (เลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

- ทุกครั้ง
- บ่อยครั้ง
- บางครั้ง
- ไม่เคยเลย (หากท่านเลือกตัวเลือกนี้ข้ามไปที่ข้อ 13)

12. ท่านมีการวางแผนในการเดินทางแต่ละครั้งอย่างไร (เลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

- วางแผนอย่างละเอียด เช่น จัดรายการเดินทางท่องเที่ยวและการจองที่พักล่วงหน้า
- วางแผนแบบคร่าว ๆ เช่น จัดเตรียมวันเดินทางเพียงอย่างเดียว
- วางแผนแบบกะทันหัน เช่น จัดเตรียมแผนการเดินทางไว้แล้ว แต่เปลี่ยนแปลงกะทันหัน

13. ท่านจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งใดเป็นหลัก

(เลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ)

- ยานพาหนะ
- ที่พัก
- อาหาร
- ของที่ระลึก
- กิจกรรมทางการท่องเที่ยว
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

#### การรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยว

14. ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวผ่านช่องทางใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- โทรทัศน์
- สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ใบปลิว (เป็นต้น)
- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- คนที่รู้จักแนะนำมา
- ค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)



**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง :** กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [โดยกำหนดให้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด]

ลำดับ ที่	แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม	ระดับแรงจูงใจ				
		5	4	3	2	1
แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation)						
1.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจาก ชีวิตประจำวัน					
2.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อใช้เวลาในวันหยุดหรือเทศกาล					
3.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางการ ท่องเที่ยว (เช่น เดินป่าศึกษาธรรมชาติ)					
4.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีความ สะดวกและปลอดภัยในการเข้าถึง					
5.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และได้รับการดูแลอย่างสม่ำเสมอ					
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation)						
6.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อเข้ามาศึกษาประวัติศาสตร์ เช่น สถานที่ บุคคล					
7.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์ในอดีต					
8.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิต					
9.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีประเพณี วัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น					

ลำดับ ที่	แรงจูงใจทางการเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation)						
10.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อต้องการพบปะและแลกเปลี่ยน ประสบการณ์กับผู้คนใหม่ๆและผู้คนใน ท้องถิ่น					
11.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อกลับมาไว้อาลัยบุคคลที่รู้จัก					
แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation)						
12.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่องานอดิเรก					
13.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อพัฒนาศักยภาพ					
14.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจหรืออาชีพ					
15.	ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากบุคคลที่มี ชื่อเสียง					

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม  
**คำชี้แจง :** กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [โดยกำหนดให้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง  
 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด]

ลำดับ ที่	ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับการตัดสินใจ				
		5	4	3	2	1
การสร้างประสบการณ์ (Experience)						
16.	การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่ท่าน					
17.	การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมให้ประสบการณ์ที่ตอบสนองตรงตามความคาดหวังของท่าน					
18.	กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสร้างประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจให้แก่ท่าน					
ความคุ้มค่า (Exchange)						
19.	ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม					
20.	ท่านรู้สึกคุ้มค่าที่ได้เรียนรู้เรื่องราวและได้รับคุณค่าทางวัฒนธรรมจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม					
การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere)						
21.	ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม					
22.	ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โทรศัพท์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม					
23.	เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสามารถให้ข้อมูลที่ท่านต้องการและพร้อมให้บริการได้อย่างครบถ้วน					

ลำดับ ที่	ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism)						
24.	ป้ายสื่อความหมายสามารถให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูล					
25.	ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในท้องถิ่น					
26.	ท่านมีแนวโน้มที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมร่วมกับคนพื้นที่ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรม					

**ส่วนที่ 5** ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม  
**คำชี้แจง :** กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [โดยกำหนดให้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด]

ลำดับ ที่	กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโคกนาฏกรรม	ระดับการตัดสินใจ				
		5	4	3	2	1
การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)						
27.	ท่านมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมเนื่องจากบุคคลที่ท่านรู้จักแนะนำมา					
28.	ท่านเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโคกนาฏกรรมเนื่องจากรับรู้จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ					
การค้นหาข้อมูล (The Information Search)						
29.	ท่านอาศัยการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน หรือญาติ					
30.	ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือบริษัทนำเที่ยว					

ลำดับ ที่	กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรม	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)						
31.	การคมนาคมสามารถเข้าถึงได้อย่าง สะดวกสบายมีผลต่อเลือกมายังสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของท่าน					
32.	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อเลือก มายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม ของท่าน					
33.	ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมมีผลในการตัดสินใจเดินทาง ของท่าน					
การตัดสินใจเดินทาง (Purchase Decision)						
34.	ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับมีผลต่อการ ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม					
35.	การแนะนำของบริษัทนำเที่ยวมีผลต่อการ ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม					
36.	ท่านตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เชิงโศกนาฏกรรมโดยเฉพาะ					
พฤติกรรมหลังการเดินทาง (Post Purchase Behavior)						
37.	ท่านตระหนักถึงความสูญเสีย หายนะ และ ความโหดร้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรม					
38.	ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมายัง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมอีกครั้ง					
39.	ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิง โศกนาฏกรรมให้แก่ผู้อื่น					

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนาฏกรรม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความกรุณาให้ข้อมูล

ภาคผนวก ค  
แบบสัมภาษณ์เพื่องานวิจัย

## แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

.....

หน่วยงาน/องค์กร

.....

วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์

.....

เริ่มการสัมภาษณ์เวลา.....น. จบการสัมภาษณ์เวลา.....น.

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

กรุณาเล่าประวัติโดยย่อเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวต่อไปนี้

.....

.....

.....

ตำแหน่ง

.....

.....

.....

ประสบการณ์การทำงาน.....ปี

สถานที่ทำงานปัจจุบัน

.....

.....

**ส่วนที่ 2** ความคิดเห็นและการดำเนินงานภายในหน่วยงาน/องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรม แนวประเด็นคำถาม

1. ท่านคิดว่า การเดินทางและลักษณะการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร

.....

.....

.....



2. ท่านคิดว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้แก่อะไรบ้าง

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่า ผู้ตัดสินใจเลือกการเดินทางและผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีลักษณะอย่างไร และลักษณะการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่า การค้นหาข้อมูลข่าวสารสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถสืบค้นข้อมูลได้ทางไหนบ้าง

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่า พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร ใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง และมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

7. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมีการวางแผนล่วงหน้าหรือไม่และเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

8. ท่านคิดว่า การจัดสรรงบประมาณสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง  
 ศึกษานาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร มีการจัดสรรไว้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวใน  
 ลักษณะนี้เป็นพิเศษหรือไม่

.....

.....

.....

9. ท่านคิดว่า การรับรู้ถึงโฆษณาของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศึกษานาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
 มาจากช่องทางใดบ้าง

.....

.....

.....

10. ท่านคิดว่า แรงจูงใจทางกายภาพที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยัง  
 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศึกษานาฏกรรมได้แก่อะไรบ้าง และมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

.....

.....

.....

11. ท่านคิดว่า แรงจูงใจทางวัฒนธรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว  
 ยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศึกษานาฏกรรมได้แก่อะไรบ้าง และมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

.....

.....

.....

12. ท่านคิดว่า แรงจูงใจระหว่างบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว  
 ยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศึกษานาฏกรรมได้แก่อะไรบ้าง และมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

.....

.....

.....

13. ท่านคิดว่า แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทาง  
 ไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศึกษานาฏกรรมได้แก่อะไรบ้าง และมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย  
 อย่างไร

.....

.....

14. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสามารถสร้างประสบการณ์ด้านบวกและด้านลบอย่างไรบ้างแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย

.....

.....

.....

15. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะได้รับความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

16. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมและคนในท้องถิ่นสามารถเข้าถึงและให้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

17. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมสามารถสร้างความสัมพันธ์กับนักเที่ยวชาวไทยได้อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

18. ท่านคิดว่า เพราะเหตุใด นักท่องเที่ยวชาวไทยจึงเริ่มสนใจการท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมมากขึ้นและมีปัญหาอุปสรรคใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

.....

.....

.....

19. ท่านคิดว่า การค้นหาข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมของนักเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

20. ท่านคิดว่า มีการประเมินทางเลือกก่อนการตัดสินใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง  
 ศึกษานาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

21. ท่านคิดว่า ปัจจัยใดส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิง  
 ศึกษานาฏกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดและเพราะเหตุใด

.....

.....

.....

22. ท่านคิดว่า ภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศึกษานาฏกรรม  
 นักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันมีพฤติกรรมอย่างไร มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

**ส่วนที่ 3** ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศึกษานาฏกรรม

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความร่วมมือ

คณะผู้วิจัย

ภาคผนวก ง  
หนังสือขอความอนุเคราะห์

ที่ อว ๘๗๑๑.๑/๕๖๑

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์กรอกแบบสัมภาษณ์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัยของนิสิต

เรียน ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดกาญจนบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์เพื่อวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว  
เชิงโศกนาฏกรรมในประเทศ

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชา กทบ๔๒๑ พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว ภาคเรียนที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔ ให้กับนิสิตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ ๔ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ โดยมีอาจารย์ ดร. คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา เป็นอาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชาได้มอบหมายให้นิสิตศึกษาและเก็บข้อมูลวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศ นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านกรอกแบบสัมภาษณ์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัยของนิสิต โดยมีนางสาวกฤษ์ทิรญา เตชะโรจน์ตระกูล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๓-๐๓๒๔๘๔๔ อีเมล Kunphiraya.the@q.swu.ac.th ซึ่งเป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชากร จารุศิริ)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
ปฏิบัติกรแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๔ ๕๐๐๐ ต่อ ๑๑๓๐๘

โทรสาร ๐ ๒๖๖๐ ๒๔๐๓

ที่ อว ๘๗๑๑.๑/๕๖๑

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัยของนิสิต

เรียน ผู้อำนวยการสนามกีฬากลางองค์การบริหารส่วนจังหวัดปัตตานี (กรือเซะ)

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชา กทบ๔๒๑ พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว ภาคเรียนที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔ ให้กับนิสิตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ ๔ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ โดยมีอาจารย์ ดร. คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา เป็นอาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชาได้มอบหมายให้นิสิตศึกษาและเก็บข้อมูลวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศ นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ท่าน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัยของนิสิต ในวันที่ ๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ เวลา ๑๐.๐๐ น. ผ่านโปรแกรม Zoom meeting โดยมีนางสาวกัญชภัฏพิชญ์ เตชะโรจน์ตระกูล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๓-๐๓๒๙๘๔๔ อีเมล Kunphiraya.the@sg.swu.ac.th ซึ่งเป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิษชากร จารุศิริ)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๙ ๕๐๐๐ ต่อ ๑๑๓๐๘

โทรสาร ๐ ๒๖๖๐ ๒๙๐

ที่ อว ๘๗๑๑.๑/๕๕๓

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัยของนิสิต

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานจังหวัดพังงา (สวนสนามิ บ้านน้ำเค็ม)

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชา กทบ๔๒๑ พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว ภาคเรียนที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔ ให้กับนิสิตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ ๔ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ โดยมีอาจารย์ ดร. คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา เป็นอาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชาได้มอบหมายให้นิสิตศึกษาและเก็บข้อมูลวิจัย นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ท่านเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย ในวันที่ ๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ เวลา ๑๐.๐๐ น. โดยมีนางสาวกัญชวีร์ญา เตชะโรจน์ตระกูล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๓-๐๓๒๔๘๔๔ อีเมล kunphiraya.the@sg.swu.ac.th ซึ่งเป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ให้ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิซชากร จารุศิริ)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๔ ๕๐๐๐ ต่อ ๑๑๓๐๘

โทรสาร ๐ ๒๖๖๐ ๒๔๐๓



ที่ อว ๘๗๑๓.๑/ ๕๐๘

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๒๖ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชรา แสงสุข

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) งานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ  
เดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

ด้วยนางสาวกัญช์พิรญา เตชะโรจน์ ตระกูล นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการ  
จัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ชั้นปีที่ ๔ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
ได้จัดทำงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย  
โดยคณะฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถตรวจสอบ  
เครื่องมือวิจัยเพื่อประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) งานวิจัยของนิสิตได้เป็นอย่างดี

ในการนี้จึงขอเชิญท่านเป็นขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อประเมินค่าดัชนี  
ความสอดคล้อง (IOC) งานวิจัยของนางสาวกัญช์พิรญา เตชะโรจน์ ตระกูล เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วิชชากร จารุศิริ)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๙ ๕๐๐๐ ต่อ ๓๓๓๐๘

โทรสาร ๐ ๒๖๖๐ ๒๙๐๓

ที่ อว ๘๗๑๑.๑/ ๕๐๗



มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๒๖ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย  
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชรา แสงสุข  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี  
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) งานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ  
เดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

ด้วยนางสาวกัญช์พิรญา เตชะโรจน์ ตระกูล นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการ  
จัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ชั้นปีที่ ๔ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
ได้จัดทำงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย  
โดยคณะฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถตรวจสอบ  
เครื่องมือวิจัยเพื่อประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) งานวิจัยของนิสิตได้เป็นอย่างดี

ในการนี้จึงขอเชิญท่านเป็นขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อประเมินค่าดัชนี  
ความสอดคล้อง (IOC) งานวิจัยของนางสาวกัญช์พิรญา เตชะโรจน์ ตระกูล เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ดร.วิชากร จารุศิริ)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๔ ๕๐๐๐ ต่อ ๑๑๓๐๘

โทรสาร ๐ ๒๒๖๐ ๒๔๐๓

ที่ อว ๘๗๑๓.๑/๕๐๘

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.พงษ์เกษม สิงห์รุ่งเรือง

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) งานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ  
เดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

ด้วยนางสาวกัญช์พิรญา เตชะโรจน์ ตระกูล นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการ  
จัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ชั้นปีที่ ๔ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
ได้จัดทำงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย  
โดยคณะฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถตรวจสอบ  
เครื่องมือวิจัยเพื่อประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) งานวิจัยของนิสิตได้เป็นอย่างดี

ในการนี้จึงขอเชิญท่านเป็นขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อประเมินค่าดัชนี  
ความสอดคล้อง (IOC) งานวิจัยของนางสาวกัญช์พิรญา เตชะโรจน์ ตระกูล เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโศกนาฏกรรมในประเทศไทย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ดร.วิชชากร จารุศิริ)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๔ ๕๐๐๐ ต่อ ๑๑๓๐๘

โทรสาร ๐ ๒๖๖๐ ๒๙๐๓

### ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล นางสาวกชพรรณ สุขผล  
 วันเดือนปีเกิด 8 มีนาคม พ.ศ. 2541  
 สถานที่เกิด กรุงเทพฯ  
 ประวัติการศึกษา  
 ปี พ.ศ.2560 โรงเรียนราชวินิตบางเขน  
 ปัจจุบัน สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ  
 คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
 อีเมล misskotchapansuk@g.swu.ac.th

ชื่อ-นามสกุล นางสาวกาญจिता แสงจำปา  
 วันเดือนปีเกิด 19 มีนาคม พ.ศ. 2542  
 สถานที่เกิด จันทบุรี  
 ประวัติการศึกษา  
 ปี พ.ศ.2560 โรงเรียนเบญจมราชูทิศ จังหวัดจันทบุรี  
 ปัจจุบัน สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ  
 คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
 อีเมล kantita.san@g.swu.ac.th

ชื่อ-นามสกุล นางสาวกฤษ์พีรญา เตชะโรจน์ตระกูล  
 วันเดือนปีเกิด 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2543  
 สถานที่เกิด กรุงเทพฯ  
 ประวัติการศึกษา  
 ปี พ.ศ. 2560 โรงเรียนสตรีวิทยา  
 ปัจจุบัน สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ  
 คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
 อีเมล Kunphiraya.the@g.swu.ac.th

**ชื่อ-นามสกุล** นางสาวชญาทิพย์ มานิกบุตร  
**วันเดือนปีเกิด** 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542  
**สถานที่เกิด** กรุงเทพฯ  
**ประวัติการศึกษา**  
 ปี พ.ศ. 2560 โรงเรียนสตรีวัดระฆัง  
 ปัจจุบัน สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ  
 คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
**อีเมล** chayathip.manigaboot@g.swu.ac.th

**ชื่อ-นามสกุล** นางสาวชมพูนุช ชลอทรัพย์  
**วันเดือนปีเกิด** 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542  
**สถานที่เกิด** กรุงเทพฯ  
**ประวัติการศึกษา**  
 ปี พ.ศ. 2560 โรงเรียนพรตพิทยพยัต  
 ปัจจุบัน สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ  
 คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
**อีเมล** chompunuch.cha@g.swu.ac.th

**ชื่อ-นามสกุล** นางสาวฐิติมา ยังศิริ  
**วันเดือนปีเกิด** 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2541  
**สถานที่เกิด** นครสวรรค์  
**ประวัติการศึกษา**  
 ปี พ.ศ. 2560 โรงเรียนโพธิสารพิทยากร  
 ปัจจุบัน สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ  
 คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
**อีเมล** thitima.you@g.swu.ac.th

**ชื่อ-นามสกุล** นางสาวปิยธิดา สูญกลาง  
**วันเดือนปีเกิด** 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2543  
**สถานที่เกิด** ลพบุรี  
**ประวัติการศึกษา**  
ปี พ.ศ. 2560 โรงเรียนพิบูลวิทยาลัย  
ปัจจุบัน สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ  
คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
**อีเมล** piyatida.soo@g.swu.ac.th

**ชื่อ-นามสกุล** นางสาวสุนิตา ชินแก้ว  
**วันเดือนปีเกิด** 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2543  
**สถานที่เกิด** กรุงเทพฯ  
**ประวัติการศึกษา**  
ปี พ.ศ. 2560 โรงเรียนราชวินิต มัธยม  
ปัจจุบัน สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ  
คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
**อีเมล** Sunita.kin@g.swu.ac.th