

การวิเคราะห์ร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ
ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
CONJOINT ANALYSIS IN THE DECISION MAKING OF INDEPENDENT
OUTBOUND TRAVELING OF GENERATION Y TOURISTS IN BANGKOK
METROPOLIS

ปีวรา เกียรติทง ญัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ
Peewara Keattanong¹, Nattaya Praditsuwan²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนเพื่อแสดงระดับความสำคัญของปัจจัยดังกล่าว รวมไปถึงเพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ร่วม ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-29 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป 2) นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย การวิเคราะห์ร่วม

Abstract

This research aims to study the important factors relating to the decision making of independent outbound traveling of Generation Y tourists in Bangkok Metropolis. This study also shows the importance of each factor resulting in the choice of decision making of independent outbound traveling of Generation Y and to study the decision making of independent outbound traveling of Generation Y tourists in Bangkok Metropolis by demographic segmentation. The sample of this research are Generation Y tourists who lived in Bangkok Metropolis and used to travel abroad by independent traveling. There were 200 samples. Questionnaire was a

¹ Faculty of Business administration for society, Srinakharinwirot University, Corresponding Author, Email Address: gs601110102@swu.ac.th

² Faculty of Business administration for society, Srinakharinwirot University, Email Address: nattaya@swu.ac.th

tool for data collection. Descriptive statistic for data analysis are conjoint analysis, percentage, arithmetic mean, and standard deviation

The finding of the research are follows 1) Most generation Y tourists are female, aged between 26-29 years old, being single, holding bachelor's degree, being employees of companies and an average income over 45,001 baht per month. 2) Most Generation Y tourists interested four important factors in term of the decision making of independent outbound traveling which are traveling intention, surrounding factors, reference group and budget.

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

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อภาพรวมของระบบเศรษฐกิจ เป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น สินค้าส่งออก เป็นต้น เป็นแหล่งสำคัญของการนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ เป็นตัวชี้วัดระบบเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญและมีอิทธิพลต่อธุรกิจประเภทอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสายการบิน ธุรกิจโรงแรมหรือที่พัก ธุรกิจทัวร์ท่องเที่ยว เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มขยายการเติบโตต่อไปในอนาคต เห็นได้จากผลสำรวจเกี่ยวกับแผนการท่องเที่ยวระดับโลกของวีซ่า (Visa Global; Travel Intentions Study) ได้เปิดเผยว่า นักเดินทางชาวไทยเดินทางไปต่างประเทศบ่อยที่สุดในโลก โดยผลสำรวจฉบับนี้ ได้ศึกษาเกี่ยวกับความนิยมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักเดินทางจำนวน 17,500 ราย จาก 27 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ ผลสำรวจยังระบุว่า สถิติคนไทยเดินทางไปต่างประเทศเติบโตมากกว่าประเทศอื่นๆ ด้วยจำนวนแผนการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นภายในปี 2562

นอกจากนี้ จากสถิติบ่งชี้ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เปิดเผยว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวมากกว่าเจนเนอเรชั่นอื่นๆ โดยเจนเนอเรชั่นวายนิยมท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ขณะที่เจนเนอเรชั่นอื่นนิยมท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี ดังนั้น ททท.จึงมีแผนขยายการท่องเที่ยวของตลาดกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวซึ่งเป็นรายได้หลักของระบบเศรษฐกิจประเทศไทย และจากรายงานเบื้องต้นโครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมและปัจจัยด้านจิตวิทยาในการเดินทางของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ชาวไทย อายุ 18-35 ปี โดยมีบริษัท แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด เป็นผู้ดำเนินการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนๆ อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการชอปปางแผนด้วยตนเอง ไม่ชอบการถูกกำหนดด้าน เวลา สถานที่ หรือกิจกรรมจากบริษัทนำเที่ยว สามารถปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางได้ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคม ตลอดจนกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัย จึงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาวิเคราะห์ ทำความเข้าใจพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่น่าสนใจเพราะมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยกว่าเจนเนอเรชั่นอื่นๆ นอกจากนี้ ยังไม่มีงานวิจัยใดในการวิเคราะห์ร่วมมาใช้เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระโดยการวิเคราะห์ร่วม ซึ่งเป็นการตัดสินใจเลือกโดยใช้ปัจจัยหลายๆ ตัวเพื่อการตัดสินใจในเวลาเดียวกัน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระโดยการวิเคราะห์ร่วม ซึ่งผลการวิจัยที่ได้รับจากการศึกษาคั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยว รวมไปถึงผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำไปปรับปรุงหรือพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับงานด้านการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อแสดงระดับความสำคัญของปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ประกอบด้วย ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ค่าความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ

ทบทวนวรรณกรรม

ลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกตามลักษณะของเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งแต่ละปัจจัยส่งผลถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนี้ 1) เพศ โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวเพศชาย เป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง ซึ่งสามารถเดินทางได้ตามลำพัง หรือเดินทางเป็นกลุ่ม และสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลายมากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงจะมีความคล่องตัวน้อยกว่า และมักเดินทางกับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย และสามารถเดินทางได้สะดวก 2) อายุ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความสามารถในการเดินทางต่างกัน 3) สถานภาพ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีโอกาสที่จะเดินทางได้บ่อยครั้งกว่านักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว เนื่องจากไม่มีภาระผูกพันและสามารถตัดสินใจได้โดยลำพัง 4) ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับอาชีพและรายได้ เป็นตัวชี้วัดคุณภาพของ นักท่องเที่ยว ซึ่งด้วยสมมติฐานที่ว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูง มักเป็นผู้มีวิถีความคิดและคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า เช่น มีความเข้าใจในสังคมและวัฒนธรรม มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ เป็นต้น 5) อาชีพ นักท่องเที่ยวที่มีหน้าที่การงานแตกต่างกัน ย่อมมีโอกาสในการเดินทางแตกต่างกัน 6) รายได้ เป็นสิ่งที่บ่งบอกความสามารถในการเดินทางของตัวบุคคล (ศุภลักษณ์ อัครากร, 2551)

การตัดสินใจ

การตัดสินใจ เป็นการกระทำอย่างรอบคอบในการเลือกทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว โดยวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ (จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, 2543)

การเดินทางท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตในปัจจุบัน โดยปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การมีรายได้ และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาชีพ และการมีเวลาว่าง เพิ่มขึ้น การพัฒนาการทางการขนส่ง การสื่อสาร การแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคปัจจุบัน ทรัพยากร การท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยตลอดจนสื่อมวลชน (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2542)

เจนเนอเรชันวาย

เจนเนอเรชันวาย เกิดในยุคที่อินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างสูง ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆ คนกลุ่มนี้อาศัยอยู่ในโลกของดิจิทัล (Digital World) ทำให้เจนเนอเรชันนี้มีลักษณะเฉพาะ 4 ประการ ซึ่งแตกต่างจากเจนเนอเรชันอื่นๆ ได้แก่ 1) มีความมั่นใจในตัวเองสูง 2) ต้องการความรวดเร็ว 3) มุ่งเน้นความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม 4) มักประเมินทางเลือกต่างๆ อย่างรอบคอบ (Yarrow และ O'Donnell, 2009)

การวิเคราะห์ร่วม (Conjoint Analysis)

แนวคิดพื้นฐานของการวิเคราะห์ Conjoint มาจากทฤษฎีอุปสงค์ที่ว่า อรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคไม่ได้มาจากตัวสินค้าโดยตรง แต่มาจากความพึงพอใจในคุณลักษณะต่างๆ ของตัวสินค้า สมมติว่าผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง ประกอบด้วยคุณลักษณะที่หลากหลาย และพฤติกรรมทางเลือกของผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจ และตอบสนองกับผลิตภัณฑ์นั้นในลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ ทฤษฎีอรรถประโยชน์พื้นฐาน กล่าวว่า สินค้าหรือกลุ่มสินค้าและบริการจะถูกประเมินตามอรรถประโยชน์ทางอ้อม โดยคุณค่าที่ได้จะกำหนดจากคุณลักษณะสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้รับรู้ (Lancaster, 1971) โดยการวิเคราะห์ Conjoint สามารถอธิบายถึงคุณลักษณะของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการ (Hauser & Rao, 2002) ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจในคุณลักษณะต่างๆ ที่มีความหลากหลายในสินค้า และสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค (Gabrielle, Hellie, & Woo, 2003)

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบ Combination Method โดยมีทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ

1. การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อหาปัจจัยสำคัญของการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายชายไทย ทั้งชายและหญิง อายุ 22-38 ปี ที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ จำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 7 คน โดยเลือกกลุ่มสัมภาษณ์ตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งใช้หลักเกณฑ์การแบ่งรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนจากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ (ข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน. 2556) ได้แก่ 1. 15,000-25,000 บาทต่อเดือน 2. 25,001-35,000 บาทต่อเดือน 3. 35,001-45,000 บาทต่อเดือน 4. 45,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน

2. การวิเคราะห์ร่วม (Conjoint Analysis) หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แต่ละกลุ่มเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ออกเป็น 4 ปัจจัยสำคัญของการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ ได้แก่ 1. ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว (ปัจจัยซื้อของ, เทียบชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม) 2. ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป (มีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลาย, ปลอดภัย, การเดินทางที่สะดวกสบาย)

3. ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว (20,000 บาท, 30,000 บาท) 4. ด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว, สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย, การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำทั้ง 4 ปัจจัยดังกล่าว มาออกแบบแบบสอบถาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่นวายทั้งชายและหญิง อายุ 22-38 ปี ที่เคยท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร และกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกินร้อยละ 5 (ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ผู้วิจัยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.07 ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 196 ตัวอย่าง และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 4 ตัวอย่าง รวม 200 ตัวอย่าง เนื่องจากการศึกษางานวิจัยควรเลือกกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่างเป็นอย่างน้อย (อัจฉราวรรณ งามญาณ, 2554) ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ และทำอากาศยานดอนเมือง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามปลายปิด

ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ต่างประเทศแบบอิสระ	ระดับ	ค่าอรรถประโยชน์	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
3. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	20,000 บาท	-1.02	1.22
	30,000 บาท	1.02	1.22
4. สิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยว	เพื่อน คนใกล้ชิด ครอบครัว	-1.77	1.41
	สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย	-3.55	2.83
	การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)	5.32	4.25
(Constant)	66.83	3.11	

จากตาราง 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ที่แสดงออกมาในค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ดังนี้

ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม มากกว่า การจับจ่ายซื้อของ

ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอันดับแรกกับ สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมหลากหลาย รองลงมาเป็นการเดินทางที่สะดวกสบาย และความปลอดภัย ตามลำดับ

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

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

2) การวิเคราะห์ค่าความสำคัญ (Importance Weight)

ตารางที่ 3 แสดงค่าความสำคัญ (Importance weight) ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของกลุ่มตัวอย่าง

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

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ลำดับความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระ เรียงจากระดับความสำคัญมากไประดับความสำคัญน้อย ดังนี้ ด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป ด้านสิ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัย มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

1) จากผลการวิจัย นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุ 26-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จากผลการวิจัยดังกล่าว อาจเป็นเพราะสัดส่วนประชากรของประเทศไทยจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย รวมไปถึงเป็นช่วงอายุที่มีความพร้อมทั้งทางร่างกาย หน้าที่การงาน และรายได้เพียงพอสำหรับการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ตลอดจนเป็นวัยทำงานตอนต้น ซึ่งจะเป็นช่วงอายุ 26 - 29 ปี ที่ยังไม่มีพันธะหรือภาระผูกพัน นอกจากนี้ การจะไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้ จะต้องมีความพร้อมรับมือกับค่าใช้จ่ายที่สูง ทำให้ต้องเป็นผู้ที่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ซึ่งเป็นรายได้ของพนักงานบริษัทเอกชนที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจวรรณ บุญพรหม (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มีรายได้สูงในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 - 70,000 บาท และส่วนใหญ่เดินทางไปต่างประเทศด้วยตนเอง

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

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษา วิเคราะห์ และสรุปผลการวิจัยข้างต้น ทำให้ทราบถึงการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศแบบอิสระของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมไปถึงการวางแผนทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการไปเที่ยวชมทัศนียภาพและทำกิจกรรม มากกว่าการไปจับจ่ายซื้อของตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการเกี่ยวกับด้านธุรกิจท่องเที่ยว อาจมีการวางแผนทางการตลาด โดยเน้นไปการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบโจทย์ความต้องการด้านการท่องเที่ยวเพื่อชมทัศนียภาพและทำกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ เป็นการเปิดประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดท่องเที่ยว และสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่เดินทางไป โดยให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่หลากหลาย ดังนั้น ผู้ประกอบการเกี่ยวกับด้านธุรกิจท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ

เป็นธุรกิจสายการบิน ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น อาจมีการออกแบบการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ให้ตอบโจทย์กับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้น เพื่อผลกำไรของธุรกิจในระยะยาว

3. นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเพิ่มงบประมาณเพื่อสนับสนุนการวางแผนเพื่อการส่งเสริมการขาย เพื่อตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

4. นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่ายที่ 30,000 บาท สำหรับการท่องเที่ยวต่างประเทศในระยะเวลา 5 วัน ซึ่งมากกว่า 20,000 บาท จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายส่วนใหญ่ มีกำลังใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรออกแบบสินค้าและบริการ รวมถึงการตั้งราคา ให้อยู่ภายในงบประมาณตามที่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายวางแผนไว้ ก็เป็นโอกาสที่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายจะเลือกใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้ประกอบการหรือธุรกิจการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากเจนเนอเรชั่นวายส่วนใหญ่ นิยมรับสื่อผ่านโซเชียลมีเดียหรือสื่อออนไลน์เป็นหลัก เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. ผู้ประกอบการหรือธุรกิจการท่องเที่ยว ควรมีการจัดสรรโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ครอบคลุม เหมาะสมกับงบประมาณและความสนใจของเจนเนอเรชั่นวาย เนื่องจากเจนเนอเรชั่นวายเป็นวัยทำงานจึงมีข้อจำกัดทั้งด้านเวลาและงบประมาณในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในแต่ละครั้ง รวมไปถึงหากมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์กับพฤติกรรมกรเที่ยวของเจนเนอเรชั่นวาย ก็จะสามารถดึงดูดความสนใจจากเจนเนอเรชั่นวายได้

3. ผู้ประกอบการหรือธุรกิจการท่องเที่ยว ควรมีการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมกรเที่ยวของเจนเนอเรชั่นวาย

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยการสนับสนุนและความกรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และความช่วยเหลือ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เป็นอย่างดี จาก รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกฤตดา ประธานคณะกรรมการควบคุมการสอบ อาจารย์ ดร. ญาณพล แสงสันต์ คณะกรรมการควบคุมการสอบ และ อาจารย์ ดร. หนึ่งญา ประดิษฐ์สุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำที่มีคุณค่า เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างยิ่ง ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- (2531). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (2556). สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กรุงเทพมหานคร.
- การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (2556). สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กรุงเทพมหานคร.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2543). *ยุทธวิธีทางการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542) *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธีระวุฒิ เอกกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุดรราชธานี: สถาบันราชภัฏอุดรราชธานี.
- เบญจวรรณ บุญพรหม. (2553) *พฤติกรรมกรเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มีรายได้สูงในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- วนิดา เลิศพิพัฒน์นันท์. (พฤษภาคม, 2561). รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพมหานคร, 145-146.
- ศุภลักษณ์ อัครากร. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- อัจฉราวรรณ งามญาณ. (กรกฎาคม-กันยายน, 2554). อันเนื่องมาแต่สูตรของยามาเน่. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร, 34(131).
- Gabrielle B., S. Hellie, J. S. Lim, and S. Woo. (2003) *Conjoint Analysis*. จ ำ ก <http://www.uchicago.edu/fac/pradeep>
- Hauser, J. R., and V. R. Rao. (2002) “*Conjoint Analysis, Related Modeling, and Application*”. *Advances in Marketing Research: Progress and Prospects*. 23: 1-32.
- Lancaster, K. J. (1971) *Consumer Demand: A New Approach*. New York: Columbia University.
- SME Social Planet. (2016). *เปิดสถิติใหม่! นักท่องเที่ยวไทยวัยโจ๋ ชอบเที่ยวมากที่สุด*. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2561, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/article/3043>
- Visa Global Travel Intentions Study. (2018). *วีซ่าเผยคนไทยเที่ยวบ่อยที่สุดในโลก เน้นทริปสั้น*. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2561, จาก http://www.brandage.com/article/6117/Visa-Global-Travel-Intentions-Study?fbclid=IwAR17tWn-W_Sp3kE0FaoCVyBXfF3ySNAvmYrGbWYZgWGHAYhSMHj7aRUnstL8
- Yarrow, K. & O'Donnell, J. (2009). *Gen Y: how tweens, teens, and twenty-somethings are revolutionizing retail*. Market Street, SF: A Wiley Imprint.