

การศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม
Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19

THE STUDY OF MILLENNIAL FAMILYS' DESITION-MAKING TO TRAVEL AT
PATTAYA WITHIN THE COVID-19 PANDEMIC SITUATION

โดย

นางสาวญาดา	เขตต์กัน	รหัสนิสิต 62166010017
นางสาวปิยนุช	วสุธาวุฒิจารณ์	รหัสนิสิต 62166010030
นายเพชร	แต่สงเคราะห์	รหัสนิสิต 62166010031
นางสาวพริดา	ทิพย์แก้ว	รหัสนิสิต 62166010033
นางสาวฉัตรมณี	แป้นเกลี้ยง	รหัสนิสิต 62166010092
นางสาวรินรดา	รุ่งธนานนท์	รหัสนิสิต 62166010115
นายอภิศักดิ์	วิเมศ	รหัสนิสิต 62166010130

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.อัญชัญ ตัณฑเทศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้

เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา กทบ421 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว

ภาคเรียน 2 ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Millennial Family ที่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตปกครองพิเศษพัทยา ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: ANOVA) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test) ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-34 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท อยู่ในครอบครัวประเภทครอบครัวเดี่ยว และมีสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน

2. นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งละสูงกว่า 13,000 บาท มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเยี่ยมชมศึกษาธรรมชาติมากที่สุด มีการเตรียมการเดินทางทุกครั้งที่เดินทาง ซึ่งมีการเตรียมการในเรื่องที่พักมากที่สุด และมีความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ

3. องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตปกครองพิเศษพัทยาที่มีผลต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.57)

4. เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า ในภาพรวมลักษณะประชากรศาสตร์ทั้งหมดไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: Millennial Family, โควิด-19, พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

Abstract

The objective of this research was to investigate Millennial Family tourists' decision-making to travel at Pattaya within the COVID-19 pandemic situation. This study was quantitative research. The sample was 385 Thai tourists under Millennial Family group with prior traveling experience to Pattaya Special Administrative Region during the COVID-19 pandemic. A questionnaire was used as a research tool to collect data. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, arithmetic mean (\bar{X}), standard deviation (S.D.), and One-way Analysis of Variance (ANOVA), and Chi-square Test. The results of this study indicated as follows.

1. Most of the respondents were in the age range of 30-34 years, graduated with a bachelor's degree, worked as civil servant/state enterprise employee, earned average monthly income between 15,001-25,000 baht, lived in a single-family which had 1-3 family members.

2. The purpose of travel of the respondents was to leisure travel. They used Internet as a platform to search for travel information. A private car was mostly used as vehicle to travel. Travel cost per trip was higher than 13,000 baht. Most respondents preferred to doing was natural attractions and natural tourism activities. Travel arrangements are made once travel. Moreover, Accommodation arrangement was the most common type of travel arrangements. They their concerned to revisit.

3. Overall components of tourist attractions Pattaya under the COVID-19 pandemic were at a high level ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.48). For individual aspects individual, all aspects were at a high level and an aspect with the highest mean was traveling to tourist attractions ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.57).

4. As for tourists' decisions were compared by age, education level, occupation and average monthly income, family type, number of family members and relationship between demographic characteristics and the travel decisions was analyzed, it was found that overall demographic characteristics were not related with travel decisions with a statistical significance level of 0.05.

Keywords: Millennial Family, COVID-19, Tourist behavior

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 สามารถสำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจากอาจารย์ ดร. อัญชัญ ตันตเทศ อาจารย์ที่ปรึกษารายงานวิจัยที่กรุณาสละเวลาให้ความรู้ คำปรึกษา แนะนำให้คณะผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ จนทำให้รายงานการศึกษาวิจัยเล่มนี้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา กทบ 421 พื้นฐานวิจัยด้านการท่องเที่ยวสำเร็จสมบูรณ์ คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.คมลิตี เกียนวัฒนา ผศ.ดร.กฤติกา สายณะรัตรชัย อาจารย์ ดร.อุษณีย์ วัชรไพศาลกุล อาจารย์ ดร.ศรัญญา ศรีทอง และอาจารย์ ดร. เอกรัตน์ สุวรรณกุลที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และกรุณาในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้คำปรึกษา รวมถึงช่วยแนะนำการแก้ไขปัญหาข้อบกพร่อง ช่วยให้เครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้ให้การสนับสนุนเงินทุนในการศึกษารายงานวิจัย และการช่วยเหลือการทำหนังสือติดต่อกับหน่วยงานภายนอกทำให้การดำเนินงานวิจัยสำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อการตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ต่อรายงานการวิจัยในครั้งนี้ให้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวของคณะผู้วิจัยทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ ตลอดจนการให้กำลังใจและการเปิดโอกาสในการศึกษาเล่าเรียนให้คณะผู้วิจัยดำเนินงานวิจัยจนประสบความสำเร็จได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัย

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
สมมติฐานของงานวิจัย	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ และกลุ่ม Millennial Family.....	18
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	23
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว.....	26
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19.....	32
พื้นที่ศึกษาเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา.....	40
วิจัยที่เกี่ยวข้อง	44

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	49
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	50
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	57
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว.....	60
ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยว	
ในเขตปกครองพิเศษพืษยาของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
ข้อมูลแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	
ในเขตปกครองพิเศษพืษยาสำหรับครอบครัว.....	73
การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษ	
พืษยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์	
แพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตาม อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ	
รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน และประเภทครอบครัว.....	76
การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจ	
เดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพืษยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family	
ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19	170
การทดสอบสมมติฐาน.....	173

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	175
สรุปผลการวิจัย	176
อภิปรายผลการวิจัย	179
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	181
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	181
บรรณานุกรม.....	183
ภาคผนวก.....	191
ภาคผนวก ก รายงานผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย.....	192
ภาคผนวก ข แบบประเมินค่าความสอดคล้องของเครื่องมือ (IOC)	194
ภาคผนวก ค ตัวอย่างแบบสอบถาม	199
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	208
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	211

สารบัญตาราง

เนื้อหา	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	57
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	57
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	58
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน.....	58
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทครอบครัว.....	59
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	59
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	60
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว.....	61
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว.....	61
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว.....	62
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว.....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว.....	64
ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามการเตรียมการเดินทาง.....	64
ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามการเตรียมการเดินทาง (ความถี่ในการเตรียมการเดินทาง).....	65
ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามการเตรียมการเดินทาง (เรื่องในการเตรียมการเดินทาง).....	65
ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ.....	66
ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ	
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตปกครองพิเศษพัทยา.....	67
ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ	
สิ่งดึงดูดใจ (Attraction).....	68
ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ	
การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว(Accessibility).....	69
ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ	
การบริการที่พัก (Accommodation).....	70
ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ	
กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities).....	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับ สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities).....	72
ตารางที่ 23 จำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำแนกตามรายชื่อ.....	73
ตารางที่ 24 จำนวน และค่าร้อยละ ประเด็นข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ จำแนกตามรายชื่อ.....	74
ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยจำแนกตามอายุ.....	77
ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามอายุ.....	79
ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอายุ.....	81
ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก โดยจำแนกตามอายุ.....	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
<p>ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวใน เขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์ แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านบริการที่พัก รายชื่อย่อยเรื่องที่พักสวยงาม จำแนกตามอายุของ ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....</p>	86
<p>ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอายุ.....</p>	87
<p>ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวใน เขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์ แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว รายชื่อย่อยเรื่องรูปแบบกิจกรรมมีความ เหมาะสมกับครอบครัว จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....</p>	91
<p>ตารางที่ 32 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามอายุ.....</p>	92
<p>ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวใน เขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์ แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รายชื่อย่อยเรื่องมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน, การCheck-in Online, QR code ในการให้ข้อมูล</p>	

สารบัญตาราง (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	95
ตารางที่ 34 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	96
ตารางที่ 35 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	98
ตารางที่ 36 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวโดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	101
ตารางที่ 37 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	103
ตารางที่ 38 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	106
ตารางที่ 39 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
ตารางที่ 40 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยจำแนกตามอาชีพ.....	112
ตารางที่ 41 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามอาชีพ	114
ตารางที่ 42 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอาชีพ	118
ตารางที่ 43 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก โดยจำแนกตามอาชีพ	121
ตารางที่ 44 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอาชีพ.....	125
ตารางที่ 45 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามอาชีพ.....	129
ตารางที่ 46 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน.....	133

สารบัญตาราง (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
ตารางที่ 47 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน.....	136
ตารางที่ 48 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน.....	140
ตารางที่ 49 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน.....	143
ตารางที่ 50 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน	147
ตารางที่ 51 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน	151
ตารางที่ 52 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	155
ตารางที่ 53 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	157

สารบัญตาราง (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
ตารางที่ 54 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	159
ตารางที่ 55 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	161
ตารางที่ 56 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	164
ตารางที่ 57 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	167
ตารางที่ 58 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19	170
ตารางที่ 59 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	173
ตารางที่ 60 ค่าดัชนีความสอดคล้องข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	195
ตารางที่ 61 ค่าดัชนีความสอดคล้องข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	195

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และพัฒนาสังคมของหลายประเทศทั่วโลก เพราะช่วยส่งเสริมในเรื่องของการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ กระจายไปสู่ภาคส่วนต่าง ๆ ก่อให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญในการผลิตการท่องเที่ยว โดยดึงเอาทรัพยากรที่มีมาใช้ได้อย่างเกิดประโยชน์ อีกทั้งช่วยกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในไทยมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยนั้นมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีชื่อเสียง เช่น ทะเล ภูเขา อุทยานแห่งชาติ และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น รวมถึงมีการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงที่มีหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นสวนสนุก โรงละคร แหล่งช้อปปิ้ง และสถานบันเทิงต่าง ๆ ที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกระดับ ตั้งแต่นักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณจำกัดในการเดินทางไปจนถึงนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่สูงสามารถใช้จ่ายในระดับหรูหราก็ได้ จึงอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยนั้นเป็นแหล่งรวมสถานที่ท่องเที่ยวที่ครบวงจรและหลากหลาย และเมื่อพิจารณาในแง่ของการเดินทาง ประเทศไทยมีสนามบินที่มีมาตรฐาน สะดวก ทันสมัย รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก และมีระบบขนส่งมวลชนที่เชื่อมต่อทั่วถึงและรวดเร็วเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้การที่ประเทศไทยมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่กึ่งกลางของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยก่อนจะเดินทางต่อไปยังประเทศข้างเคียงได้อีกด้วย (Law for ASEAN, 2559)

โดยการท่องเที่ยวในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2563 เกิดสถานการณ์วิกฤตโลก คือ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งมีการเริ่มระบาดมาตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 และยังไม่สามารถระบุเป็นที่แน่ชัดได้ว่าจะสิ้นสุดลงเมื่อใด จนทำให้การท่องเที่ยวโลกหยุดชะงักด้วยการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีผลติดลบร้อยละ 22.7 ในช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 และยังคงหยุดนิ่งต่อเนื่องยาวไปจนถึงเดือนเมษายนของปี พ.ศ. 2563 จากการลดลงอย่างมากของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีผลสูงถึงร้อยละ 97 หากเทียบกับเดือนเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 นับได้ว่าเป็นช่วงตกต่ำที่สุดในวาระ 10 ปีที่ผ่านมาหลังจากวิกฤตการเงินของโลกในปี พ.ศ. 2552 และการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เช่นกัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง รายได้จากการท่องเที่ยว

ลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมากเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) ได้คิดแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 จัดทำขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของยุทธศาสตร์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (2561) ได้มีการคิดแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ EEC โดยมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และแนวทางภายใต้แผนดังกล่าว โดยแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ มีทิศทางที่จะสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้กับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) ได้จัดแคมเปญสื่อสารการตลาดภายใต้ชื่อ “Amazing ไทยเท่” เพื่อที่ต้องการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดการใช้จ่าย ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหลัก (Gen-Y, Multi-generation Family และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมไลฟ์สไตล์ ได้แก่ อาหาร กีฬา และดนตรี) และนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป (Silver Age) นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้หญิง (Lady) กลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัวยุคใหม่ (Millennial Family) รวมถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ และนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ อาทิ นักท่องเที่ยวกลุ่มคูรั๊ก (Couple) และนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง (High-End) โดยมีการนำเสนอ Fun & Creative Activities และยกระดับภาพลักษณ์ภูมิภาคด้วย Gastro-luxperience นำเสนอสินค้า บริการ และประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบ Luxury ควบคู่กับ Creative Gastronomy ให้กับกลุ่ม Millennial Family ในโครงการ Luxperience@ตะวันออก จะเห็นได้ว่ากลุ่ม Millennial Family ซึ่งเป็นกลุ่มครอบครัวยุคใหม่ ที่คุณพ่อคุณแม่อยู่ในช่วงวัย 30-55 ปี มีลูกอายุไม่เกิน 12 ปี เป้าหมายของนักเดินทางกลุ่มนี้คือ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถสร้างเสริมประสบการณ์ และพัฒนาการอันมีค่าให้แก่ลูก อีกทั้งยังเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (จิราณี พูนนายม, 2561) โดยกลุ่ม Millennial Family เป็นกลุ่มที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เล็งเห็นและให้ความสนใจเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในแคมเปญสื่อสารการตลาด “Amazing ไทยเท่” รวมถึงจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีการใช้แผนพัฒนาของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เป็นแผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งเป็นหนึ่งในแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 จัดทำขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของยุทธศาสตร์ระยะ 20 ปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลายลง ซึ่งจากสถิติตัวเลขการท่องเที่ยวในพื้นที่ EEC แสดงให้เห็นว่า เขตปกครองพิเศษพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักที่เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกเปรียบเสมือนแม่เหล็กดึงดูดด้านการท่องเที่ยวและการทำธุรกิจของประเทศ โดย EEC ได้พัฒนาและนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเขตปกครองพิเศษพัทยา เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย คือนักท่องเที่ยวครอบครัว เนื่องจากเขตปกครองพิเศษพัทยาเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทาง

ธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เป็นต้น และเขตปกครองพิเศษ พัทยา มีสัดส่วนผู้มาเยี่ยมเยือนกว่าร้อยละ 84 ของจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนทั้งหมด สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้สูงถึงร้อยละ 96 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดของจังหวัดชลบุรี (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2561) ต่อมาในปี พ.ศ.2563-2564 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยเขตปกครองพิเศษ พัทยาได้จัดทำโครงการ Pattaya Move On หรือแผนเปิดเมืองรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลายลง โดยมีเกณฑ์กำหนดถึงมาตรฐานความปลอดภัยของทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจให้ดีขึ้น และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ร่วมกับภาคเอกชนในการวางแผนจัดการตลาด โปรโมชัน แพ็กเกจท่องเที่ยวเขตปกครองพิเศษพัทยา เพื่อใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกด้วย (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดชลบุรี, 2564)

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ซึ่งเป็นกลุ่มครอบครัวรุ่นใหม่ที่เป็นกำลังขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ มีกำลังจ่ายค่อนข้างสูง มีความต้องการเดินทางเพื่อพัฒนาการเรียนรู้และส่งเสริมประสบการณ์จริงให้ลูก แต่ไม่ได้อะไรที่ความต้องการของตนเอง ทำให้ต้องมองหาพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับความต้องการของทุกคนในครอบครัวได้พร้อม ๆ กัน ซึ่งเขตปกครองพิเศษพัทยามีกลุ่มเป้าหมายที่เจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงอย่างกลุ่ม Millennial Family และมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับความต้องการของกลุ่มครอบครัวได้ แต่เนื่องด้วยปัจจุบันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีจำนวนลดลงคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 สามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี และประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพได้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

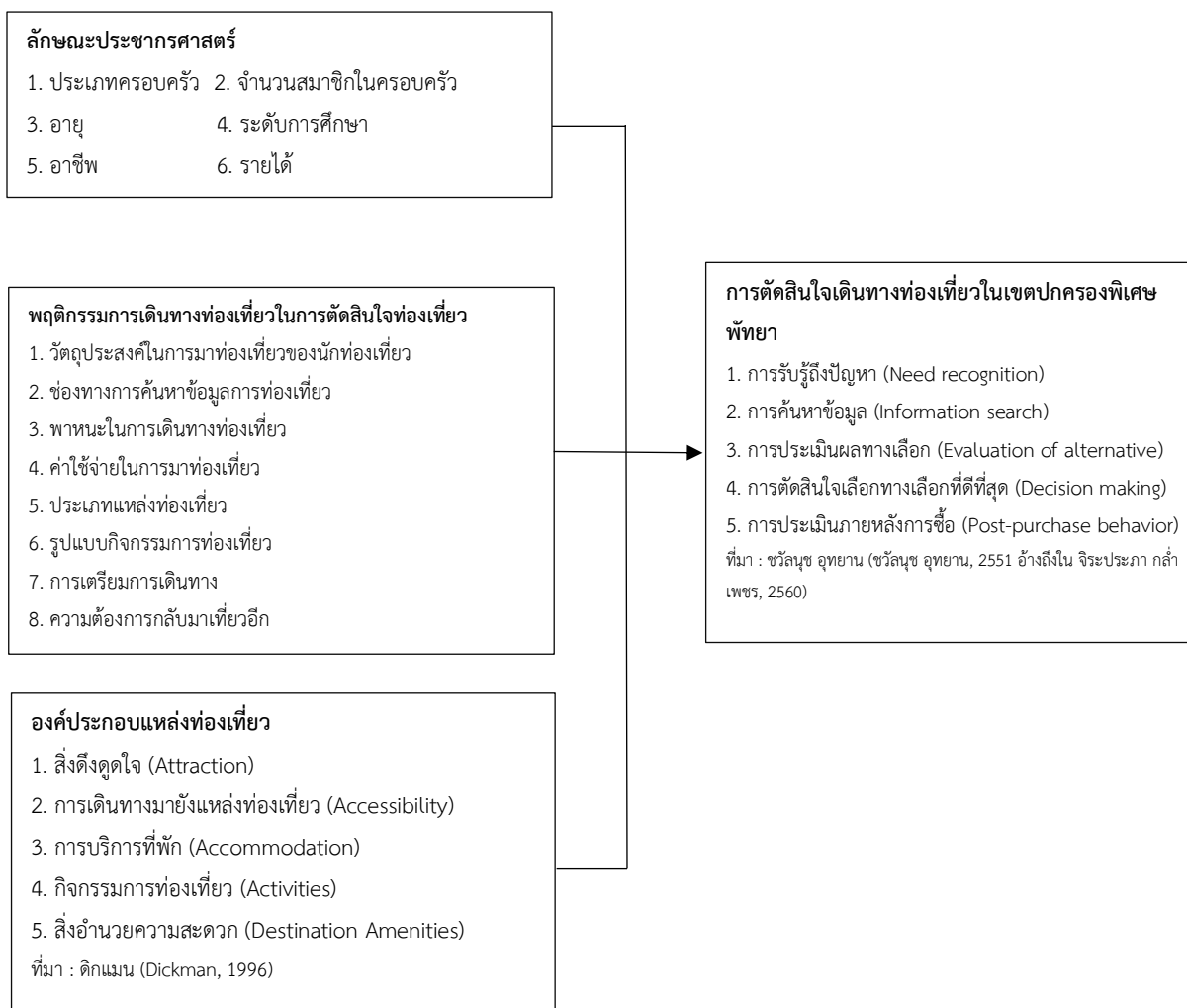
ขอบเขตของการวิจัย

1. **ด้านประชากร** ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Millennial Family ที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เขตปกครองพิเศษพญา ที่มีอายุตั้งแต่ 30-55 ปี และมีบุตร อายุไม่เกิน 12 ปี
2. **ด้านพื้นที่** คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ของการทำวิจัย คือ เขตปกครองพิเศษพญา
3. **ด้านเวลา** ระยะเวลาในการทำวิจัยเชิงปริมาณ อยู่ในระหว่างเดือน มกราคม จนถึงเดือน พฤษภาคม
4. **ด้านเนื้อหา** การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้มีการศึกษา 5 ทฤษฎี เพื่อใช้ในการศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19
 - 4.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 4.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ และกลุ่ม Millennial Family
 - 4.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
 - 4.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว
 - 4.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **Millennial Family** หมายถึง กลุ่มครอบครัวยุคใหม่ที่พ่อและแม่มีอายุตั้งแต่ 30-55 ปี มีบุตรอายุไม่เกิน 12 ปี และมีเป้าหมายการเดินทาง คือ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถเสริมสร้างประสบการณ์และพัฒนาการที่มีค่าของลูก รวมถึงเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว
2. **โควิด-19** หมายถึง โรคติดต่อซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด ไวรัสและโรคอุบัติใหม่นี้ไม่เป็นที่รู้จักมาก่อนที่จะมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนในเดือนธันวาคมปี 2019 ขณะนี้โรคโควิด-19 มีการระบาดใหญ่ไปทั่วและส่งผลกระทบต่อหลายประเทศทั่วโลก
3. **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว** หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและใช้บริการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทธา โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง ได้แก่ การเดินทาง พาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว สื่อประชาสัมพันธ์ กิจกรรม ภาพลักษณ์ ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกและค่าใช้จ่าย
4. **เขตปกครองพิเศษพัทธา** หมายถึง องค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี อยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย มีศักยภาพในด้านเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ สร้างรายได้หลักให้แก่จังหวัดชลบุรี
5. **องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ เป็นสิ่งที่ช่วยในการตัดสินใจและมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
6. **การตัดสินใจ** หมายถึง การพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่เพื่อหาแนวทางที่ดีที่สุดไปใช้ในการแก้ปัญหา หรือเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการบรรลุวัตถุประสงค์ของเป้าหมาย

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานของงานวิจัย

1. สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1.1 นักท่องเที่ยวในกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน

1.2 นักท่องเที่ยวในกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน

1.3 นักท่องเที่ยวในกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน

1.4 นักท่องเที่ยวในกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน

1.5 นักท่องเที่ยวในกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านประเภทครอบครัวที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน

1.6 นักท่องเที่ยวในกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน

2. สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

2.1 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยาของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

2.2 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยา ของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

2.3 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการที่พัก (Accommodation) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยาของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

2.4 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19

2.5 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19

3. การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 มีความสัมพันธ์กับลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ และกลุ่ม Millennial Family
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19
6. พื้นที่ศึกษาเขตปกครองพิเศษพัทยา
7. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการเดินทาง โดยจะต้องเป็นการเดินทางที่เป็นที่เป็นการชั่วคราวและเกิดขึ้นจากความสมัครใจ แต่การเดินทางนั้นจะต้องเพื่อ บรรลุวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่ไม่เป็นการถูกบังคับและไม่ใช่การเดินทางเพื่อสินจ้าง เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความเพลิดเพลินหาความสนุกสนานให้กับชีวิต เพื่อการศึกษา เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตร หรือเพื่อนฝูง เป็นต้น ถ้าหากการเดินทางอยู่ในเงื่อนไข 6 ประการดังต่อไปนี้ จะไม่นับว่าเป็นการท่องเที่ยวได้แก่

1. เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจในประเทศที่เดินทางไป
2. เป็นการเดินทางโดยตั้งใจจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. เป็นการเดินทางเข้าไปประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงานด้านการทูตหรือองค์การระหว่างประเทศ หรือเอกชนอื่น ๆ โดยได้รับค่าจ้างตอบแทน
4. เป็นการเดินทางเข้าพรมแดนไปทำงานนอกประเทศทุกวันเป็นประจำ
5. เป็นการเดินทางผ่านโดยไม่แวะลง แม้ว่าการเดินทางจะอยู่ในอาณาเขตของประเทศหนึ่ง ประเทศใดเป็นเวลานานมากกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม
6. เป็นการเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่น การเคลื่อนย้ายกองทหารหรือนักโทษจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เป็นต้น

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ (องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ, 1963 อ้างถึงใน ศรีธัญญา วรากุลวิทย์, 2558) ได้กำหนด

ความหมายของการท่องเที่ยวว่าการเดินทางใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ผู้เดินทางต้องเป็นผู้เดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับให้เดินทาง
3. เป็นการเดินทางเพื่อบรรลุความต้องการหรือเป้าหมายอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังหมายถึง กิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดหมายปลายทางนั้นจะต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไข 3 ประการ ได้แก่

1. การเดินทาง
2. การพักค้างคืน
3. การรับประทานอาหารนอกบ้าน

(นิศา ชัชกุล, 2550 อ้างถึงใน ปรัชญา บุญเดช, 2561)

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2546 อ้างถึงใน กชรมน วงศ์คำ, 2562) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางชั่วคราวของนักท่องเที่ยวที่มีความสมัครใจที่จะเดินทางไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อไปผ่อนคลายจากความเครียดและหาประสบการณ์ใหม่ ๆ

จากความหมายข้างต้นที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำ หรือการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นระยะเวลาชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่การถูกบังคับ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของแต่ละประเทศจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ปริมาณนักท่องเที่ยวทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศของตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจสำคัญที่ถูกรวมเข้ากับแผนการพัฒนาประเทศในทุกมิติ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างมากในสังคมโลกและในอนาคตการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเติบโตขึ้นไปในทิศทางบวก อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ขยายตัวเข้าไปใกล้ชุมชนต่าง ๆ มากขึ้น ทำให้เกิดการกระจายอาชีพ กระจายรายได้ทั่วทุกส่วน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและผู้คนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), ม.ป.ป.)

จากทั้งหมดที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม และเป็นการนำทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อสร้างเป็น

เอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยว สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างรายได้ สร้างอาชีพ มีการจ้างงาน เกิดการกระตุ้นการใช้จ่ายในประเทศ เกิดการเรียนรู้ เป็นการฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น หากจะให้การท่องเที่ยวขยายตัว ทุกฝ่ายจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลดีต่อประเทศในด้านเศรษฐกิจและสังคมต่อไป

1.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว

เลิศพร ภาระสกุล (2559) ได้กล่าวว่า รูปแบบการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ตามลำดับการเกิด ตั้งแต่รูปแบบที่เก่าแก่ที่มีมาตั้งแต่ยุคอารยธรรมจนถึงรูปแบบที่เพิ่งปรากฏขึ้นในครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 มีรูปแบบการท่องเที่ยว 10 รูปแบบ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปพักในบ้านของญาติหรือคนที่รู้จักที่อยู่ห่างไกล เช่น การเดินทางกลับมาเยี่ยมญาติที่ต่างจังหวัด
2. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปดูไปชมวัฒนธรรมที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของตัวเอง
3. การท่องเที่ยวแบบอิงศาสนา คือ การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางด้านจิตวิญญาณ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสุขทางด้านจิตใจ
4. การท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการติดต่อธุรกิจ ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น การเดินทางไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การเดินทางเพื่อการแนะนำสินค้า การเดินทางเพื่อไปร่วมประชุมสัมมนา หรืออบรมทางด้านวิชาชีพ
5. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการเดินทางที่เกิดจากแรงจูงใจทางการเรียนรู้
6. การท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง เป็นการเดินทางที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจในการท่องเที่ยวช่วงกลางคืน เช่น การท่องเที่ยวสถานบันเทิงย่านสีลมในช่วงกลางคืน อาจจะมีการรับประทานอาหาร หรือดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น
7. การท่องเที่ยวเพื่อชมทิวทัศน์ เช่น การที่ศิลปินมีการแต่งกลอนและการวาดภาพที่สื่อให้เห็นถึงความสวยงามของธรรมชาติในมุมมองต่าง ๆ ทำให้ผู้ฟังเกิดความที่ต้องการที่จะเดินทางไปชมสถานที่จริงด้วยตาของตนเอง
8. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรค ฟื้นฟูสุขภาพ หรือเสริมความงาม
9. การท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรม การท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงแบบแผนชีวิต งานอดิเรกหรือความชอบของผู้ที่มีความสนใจในด้านกีฬา และการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรม โดยส่วนใหญ่ มักจะใช้ทักษะในทางด้านร่างกายเป็นหลัก ซึ่งสามารถจำแนกกิจกรรมได้ดังต่อไปนี้
 - 9.1 การท่องเที่ยวที่เน้นความแข็งแรงและการเคลื่อนไหวทางร่างกาย เช่น การไปปีนเขาหรือปีนปายหน้าผา การกระโดด Bungy Jump จากที่สูง

9.2 กีฬาบนบก เช่น ชับโกคาร์ต ตีเทนนิส ตีกอล์ฟ เล่นสเก็ต

9.3 กีฬาในน้ำ เช่น เซิร์ฟบอร์ด ดำน้ำ

10. การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่จะทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นพิเศษ เป็นตลาดความต้องการเฉพาะ หรือ Niche Market โดยมีแรงจูงใจที่จะทำกิจกรรมที่สนใจนี้ เช่น การเรียนมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนทำขนม

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2558) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเป็น 3 ชนิด ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว

1.1 การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure)

1.2 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Recreation)

1.3 การท่องเที่ยวในวันหยุด (Holiday)

1.4 การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (Sport)

1.4.1 การไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ

1.4.2 การไปแข่งกีฬา เล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย

1.5 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health)

1.6 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษ (Study)

1.7 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religion)

1.8 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business)

1.9 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ (Visiting Friends and Relatives)

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล

2.1 การท่องเที่ยวในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่อยู่ในประเทศ

2.2 การท่องเที่ยวนอกประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังประเทศอื่น ๆ หรือสถานที่ที่อยู่ภายนอกประเทศของตน

2.3 การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัว เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะบุคคลหรือเป็นครอบครัวที่เดินทางโดยอิสระ นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้รับผิดชอบการเดินทาง ที่พัก และการใช้จ่ายของตนเอง นักท่องเที่ยวอาจติดต่อให้บริษัทนำเที่ยวจัดการอำนวยความสะดวกเรื่องต่าง ๆ เช่น ที่พักการเดินทางและรายการนำเที่ยว แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าไปเป็นคณะ

2.4 การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ การท่องเที่ยวชนิดนี้โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมอบให้บริษัทนำเที่ยวดำเนินการ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเป็นคณะไม่ต่ำกว่า 15 คน บริษัทจัดดำเนินการนำเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ตามรายการที่ตกลงไว้

3. การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ

3.1 กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) กับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism)

3.2 กำหนดจากระยะทาง คือ ระยะใกล้ และระยะไกล

3.3 กำหนดจากวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เพื่อไปพักผ่อน หย่อนใจ เพื่อชมงาน เพื่อสัมมนา เพื่อเยี่ยมเพื่อน

3.4 กำหนดจากระยะเวลา คือ การไปเยือนแบบไม่ค้างคืนกับแบบค้างคืน

3.5 กำหนดจากตัวนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้ที่กำหนดสถานที่ท่องเที่ยว พร้อมทั้งเส้นทางการเดินทางด้วยตัวเอง

3.6 กำหนดจากวิธีการจัดการ คือ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent Travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Travel and Visits)

3.7 กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) เพราะสามารถไปครั้งละมาก ๆ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชน (Popular Tourism) เพราะเป็นที่นิยมของประชาชน และการท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social Tourism)

1.4 ประเภทแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดประเภทแหล่งท่องเที่ยวความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภท คือ (กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

1. ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือธรรมชาติสร้างสรรค์ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ ทะเล ภูเขา สวนสัตว์ น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน
2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนา ได้แก่ วัด อนุสาวรีย์ พิพิธภัณฑสถาน พิพิธภัณฑ์ โบราณสถาน ศาสนสถาน
3. ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของงานพิธีการ งานประเพณี วิถีชีวิต และความเป็นอยู่

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามแหล่งที่ตั้งจุดสนใจ จำแนกได้ 2 ประเภท คือ
 - 1.1 แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่เป็นจุด ๆ เป็นประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่เป็นจุด ๆ อาจใกล้หรือไกลกันก็ได้ โดยจะมีจุดศูนย์กลางหนึ่งจุดแล้วเกิดการเดินทางไปยังสถานที่อื่น ๆ รอบบริเวณจุดศูนย์กลาง เช่น ตัวเมืองชลบุรีกับแหล่งท่องเที่ยวรอบ ๆ เมือง โดย

ตัวเมืองชลบุรีเป็นจุดศูนย์กลางแล้วล้อมด้วยอำเภอศรีราชา อำเภอบางละมุง เกาะล้าน พัทยา เป็นต้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่กระจาย เป็นประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่กระจายไปในที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่กระจายไปตามเมืองที่ตั้งอยู่บริเวณชายทะเล เป็นต้น

2. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะการเกิด จำแนกได้ 2 ประเภท คือ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ที่มี ภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะสม เช่น ทะเล หุบเขา แม่น้ำ สัตว์ป่า เกาะแก่ง น้ำตก อุทยาน

2.2 แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นโดยการกระทำของมนุษย์ ได้แก่ สถานที่และสิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม

3. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะกิจกรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องกระทำกิจกรรมเมื่ออยู่ ณ ที่นั้น จำแนกได้ 5 ประเภท คือ

3.1 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวโบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต

3.2 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศาสนา ได้แก่ สถานที่ที่มีปูชนียสถานสำคัญทางศาสนา ซึ่งมีผู้ไปประกอบพิธีทางศาสนา หรือแสวงหาความสงบทางใจ

3.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและสุขภาพ ได้แก่ สถานบำบัดรักษาและพักผ่อน สุขภาพให้แข็งแรง

3.4 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและการผจญภัย ได้แก่ การปีนเขา การเดินป่า การล่องแพ การดำน้ำ

3.5 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ได้แก่ ศูนย์กีฬา สนามกีฬา หรือสถานที่ที่มีการแข่งขันกีฬา

4. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะความเป็นเจ้าของ อาจแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

4.1 แหล่งท่องเที่ยวที่รัฐบาลเป็นเจ้าของ ได้แก่ ศาสนสถาน อุทยานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระราชวัง

4.2 แหล่งท่องเที่ยวที่เอกชนเป็นเจ้าของ ได้แก่ สวนสนุก ศูนย์การค้า รีสอร์ท

5. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะนักท่องเที่ยว จำแนกได้ 3 ประเภท คือ

5.1 แหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวภายในจังหวัดเดินทางมาท่องเที่ยว

5.2 แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่นเดินทางมาท่องเที่ยว

5.3 แหล่งท่องเที่ยวนานาชาติประเทศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นเดินทางมาท่องเที่ยว

6. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะการพัฒนา จำแนกได้ 3 ประเภท คือ

6.1 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในสภาพดั้งเดิมปราศจากการตัดแปลง เป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่สันโดษ ซึ่งอยู่ไกลชุมชน มีเอกลักษณ์เฉพาะที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จนเกิดเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ทำให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสกับธรรมชาติและได้รับความรู้ เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล ธรณีสันฐาน วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

6.2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการตัดแปลงปรุงแต่ง แต่ยังรักษาสภาพตามธรรมชาติไว้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่กึ่งสันโดษ ซึ่งมีการปรับปรุงพื้นที่เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงและเพิ่มความสามารถในการรองรับ ทำให้ผู้มาเยือนได้รับความสะดวกในการเยี่ยมชม เช่น ชายหาด ถ้ำ น้ำตก อ่างเก็บน้ำ น้ำพุร้อน

6.3 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการตัดแปลงก่อสร้างเพิ่มเติม เป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติที่มีการพัฒนาแล้ว ซึ่งมีการจัดกิจกรรมตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมชม มีสิ่งอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ คุณค่าต่อผู้มาเยือนอยู่ที่การได้พักผ่อนในสภาพธรรมชาติ แต่ได้รับความสะดวกสบายอย่างครบถ้วน เช่น รีสอร์ท

7. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นการแบ่งประเภทเพื่อสะดวกในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จำแนกได้ 3 ประเภท คือ

7.1 แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยเกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติที่มีความสวยงาม น่าสนใจต่อการเดินทางไปเที่ยวชม ซึ่งรวมถึงบริเวณที่มนุษย์เข้าไปปรับปรุงเพิ่มเติมจากสภาพธรรมชาติในบางส่วน อาจแบ่งได้ 4 ประเภทย่อย คือ

7.1.1 แหล่งท่องเที่ยวประเภทภูมิอากาศ

7.1.2 แหล่งท่องเที่ยวประเภททิวทัศน์สวยงาม

7.1.3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทสัตว์ป่า

7.1.4 แหล่งท่องเที่ยวประเภทสัตว์ทะเล

7.2 แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถานและโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างขึ้นในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา

เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของมนุษย์ จึงเกิดเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปเยือนพื้นที่นั้น สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

7.2.1 ประเภทโบราณสถาน

7.2.2 ประเภทโบราณวัตถุ

7.3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากแบบแผนการดำเนินชีวิตของผู้คนแต่ละกลุ่มในสังคมที่มีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นสิ่งที่ยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมที่มีผลต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน สามารถจำแนกได้ 3 ประเภท คือ

7.3.1 ประเภทศิลปวัฒนธรรม

7.3.2 ประเภทประเพณี

7.3.4 ประเภทกิจกรรม

1.5 ความหมายนักท่องเที่ยว

สันนิบาตชาติ (สันนิบาตชาติ, 2480 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ได้ให้คำนิยามนักท่องเที่ยวไว้ว่า นักท่องเที่ยวได้แก่บุคคลที่เดินทางอยู่ในประเทศใดประเทศหนึ่งที่มีใช้ประเทศที่อยู่เป็นประจำ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง โดยบุคคลที่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยวและไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยว จะมีลักษณะดังนี้

1. บุคคลที่นับเป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่

1.1 ผู้เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อสุขภาพ

1.2 ผู้เดินทางไปประชุมหรือประกอบภารกิจ (Mission) ใดๆอย่างหนึ่ง

1.3 ผู้เดินทางเพื่อไปประกอบธุรกิจ

1.4 ผู้เดินทางมากับเรือเพื่อชมทิวทัศน์ 2 ฝั่งริมน้ำ แม้จะแวะพักน้อยกว่า 24

ชั่วโมง

2. บุคคลที่ไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่

2.1 ผู้เดินทางมาเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจที่มีรายได้ในประเทศนั้น

2.2 ผู้เดินทางมาเพื่ออยู่อาศัยอย่างถาวรในประเทศนั้น

2.3 ผู้เดินทางข้ามเขตแดนไปทำงานนอกประเทศของตน

2.4 ผู้เดินทางเพื่อเข้าไปเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในที่ที่จัดไว้เป็น

หอพัก

2.5 ผู้เดินทางผ่านโดยไม่แวะลงมาจากพาหนะในการเดินทางเลย ถึงแม้จะเดินทางภายในเขตของประเทศนั้นด้วยเวลานานกว่า 24 ชั่วโมง

2.6 ผู้ลี้ภัยไปในต่างประเทศ หรือผู้ลี้ภัยสงคราม

องค์การการท่องเที่ยวโลก (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 1968 อ้างถึงใน เลิศพร ภาரசกุล, 2559) ได้ให้คำจำกัดความคำว่า นักท่องเที่ยว หรือ Tourist ดังนี้

ผู้เยี่ยมชมเยือนระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง ผู้ใดก็ตามที่เดินทางไปยังประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศที่ตนเองพักอาศัยอยู่ตามปกติ โดยมีจุดประสงค์หลักที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้จากประเทศที่ไปเยือน และเป็นบุคคลที่เข้าไปพักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลา 1 ปีหรือน้อยกว่า ซึ่งครอบคลุมผู้เยี่ยมชมเยือน (Visitors) 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ (International Tourist) และนักท่องเที่ยวต่างชาติ (International Excursionist) ซึ่งอาจจะให้คำจำกัดความได้ดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวดังกล่าว หมายถึง ผู้เยี่ยมชมเยือนตามคำจำกัดความข้างต้นที่พักอยู่อย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี ในประเทศที่เข้าไปเยือน โดยมีจุดประสงค์ที่จำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. ความเพลิดเพลิน (Pleasure) เช่น พักผ่อน ชมวัฒนธรรม เล่นกีฬา เยี่ยมเยือนญาติมิตร และเพื่อความเพลิดเพลินรูปแบบอื่น ๆ
2. ทางด้านวิชาการ (Professional) เช่น ประชุม ทำภารกิจ ติดต่อธุรกิจ
3. จุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยวอื่น เช่น รักษาสุขภาพ แสวงบุญ

นักท่องเที่ยวดังกล่าว หมายถึง ผู้เยี่ยมชมเยือนตามคำจำกัดความข้างบนแต่ไม่ได้มีการพักค้างคืนในประเทศที่เข้าไปเยือน

องค์การการท่องเที่ยวโลก (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 2538 อ้างถึงใน รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2558) กล่าวว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปยังสถานที่อื่น ๆ ที่ไม่ใช่สถานที่ที่คุ้นเคย หรือไม่ใช่สถานที่ซึ่งตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมปกติของบุคคลนั้น ซึ่งต้องพำนักอยู่ในสถานที่ดังกล่าวเป็นการชั่วคราว คือ ไม่มากกว่า 1 ปี โดยการเดินทางของบุคคลนั้น ๆ จะต้องไม่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจกรรมที่สร้างรายได้

จากความหมายข้างต้นที่กล่าวมา สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่ที่ไม่ใช่ที่พำนักของตนไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว มีระยะเวลาที่ไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง แต่ไม่ถึง 1 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไป ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

1.6 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

Dickman (1996) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ สิ่งดึงดูดใจ เนื่องจากสิ่งดึงดูดใจทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ ซึ่งองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมี 5 องค์ประกอบ (5A's) ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม และสิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์

2. การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ความสะดวกสบายของเส้นทางคมนาคมสู่แหล่งท่องเที่ยวต้องเหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากสิ่งดึงดูดใจแล้วจะต้องมีเส้นทางคมนาคมและการขนส่งที่สะดวกในการเข้าถึงสถานที่นั้น ๆ มิเช่นนั้นแล้วสิ่งดึงดูดใจภายในแหล่งท่องเที่ยวก็จะเกิดการสูญเปล่า เนื่องจากไม่สามารถเข้าถึงสถานที่นั้น ๆ ได้

3. การบริการที่พัก (Accommodation) การมีจำนวนที่พักและบริการที่เพียงพอและมีความหลากหลายทางด้านราคาและบริการ มีความเหมาะสม โดยที่ที่พักไม่ควรอยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาได้ง่ายและมีความปลอดภัย

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) การมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ในช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ต้องเป็นกิจกรรมที่มีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว

5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นสิ่งบริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า สัญญาณอินเทอร์เน็ต ห้องสุขา รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยว เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร โดยภายในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกและมีความเพียงพอต่อความต้องการ

จากข้างต้นที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจที่จะช่วยตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบ หรือ 5A's ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การบริการที่พัก (Accommodation) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities) ตามแนวคิดองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของ Dickman (1996) เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการได้รับความสะดวกสบายจากการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ และกลุ่ม Millennial Family

2.1 ความหมายของประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2558 อ้างถึงใน ศศิพร บุญชู, 2560) กล่าวว่า ลักษณะประชากร ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญที่จะช่วยกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย โดยมีตัวแปรที่สำคัญดังนี้

เพศ เพศชายและเพศหญิง มีความคิด ค่านิยม และทัศนคติที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะกระบวนการคิดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ทำให้มีความแตกต่างไปตามปัจจัยของแต่ละเพศ

อายุ ความแตกต่างของช่วงอายุ มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกรับข้อมูลและการตัดสินใจที่แตกต่างกัน คนที่มีอายุมาก ทำให้มีประสบการณ์ชีวิต ทัศนคติในการมองสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่เหมือนกับคนที่อายุน้อย โดยจะใช้เวลาในการพิจารณาก่อนการตัดสินใจที่นานกว่า

ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรม ความคิด ค่านิยม และทัศนคติที่แตกต่างไป โดยบุคคลที่มีการศึกษาจะมีความได้เปรียบในการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร มีการค้นหาข้อมูลเปรียบเทียบกับเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ สถานภาพทางสังคม อาชีพ และรายได้ของบุคคล เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข้อมูลข่าวสารและการตัดสินใจ เนื่องจากในแต่ละสถานภาพทางสังคม อาชีพ และรายได้ของบุคคลจะมีค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

เกรียงไกร ชูระพันธ์ (2560) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ คือ การศึกษาถึงขนาด การกระจาย และองค์ประกอบของประชากร การเปลี่ยนแปลงประชากรด้านภาวะเจริญพันธุ์ ภาวะการเกิด ภาวะการตาย และภาวะการย้ายถิ่น

พจนานุกรมศัพท์ประชากรศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2557) ได้ให้นิยามไว้ว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาความสัมพันธ์ของขนาด การกระจายตัว โครงสร้าง และการเปลี่ยนแปลงประชากรกับปัจจัยด้านอื่น ๆ

เบญจรัตน์ สมอินอ้อย (2561) ได้กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หรือในภาษาอังกฤษ เรียกว่า “Demography” มาจากคำกรีกสองคำมารวมกัน คือ คำว่า Demo ที่แปลว่า คน กับคำว่า Graphy ที่แปลว่า การอธิบาย ดังนั้น Demography จึงหมายถึงวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับมนุษย์

ปรมะ สตะเวทิน (ปรมะ สตะเวทิน, 2546 อ้างถึงใน ศศิพร บุญชู, 2560) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาความจำเป็นของมนุษย์ ซึ่งจะทำให้เข้าใจความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ในแต่ละบุคคล โดยความต่างนั้นสามารถวิเคราะห์ได้จาก เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และสถานะทางสังคม

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543 อ้างถึงใน วราภรณ์ เลาหะสัมพันธ์พร, 2563) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ มีความสำคัญต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภค

ชิฟแมนและคานุก (Schiffman and Kanuk, 2007 อ้างถึงใน นฤทธิ อธิพิงศ์สกุล, 2562) ได้กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ เป็นวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับด้านประชากร โดยมีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้

ฮันนาห์และวอซเนียก (Hannah and Wozniak, 2001 อ้างถึงใน เปรมยุดา แม่นหมาย, 2562) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ การคิด และพฤติกรรมผู้บริโภค

จากความหมายข้างต้นที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับประชากร และองค์ประกอบของประชากร ที่มีความสัมพันธ์ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของประชากร มีจุดมุ่งหมายให้เข้าใจในความแตกต่างของแต่ละบุคคล

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับครอบครัว

2.2.1 ความหมายของครอบครัว

การประชุมคณะกรรมการนโยบายและยุทธศาสตร์ครอบครัว (กยค.) (การประชุมคณะกรรมการนโยบายและยุทธศาสตร์ครอบครัว (กยค.), 2562 อ้างถึงใน กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2562) มีมติเห็นชอบร่างนิยามครอบครัว ดังนี้ ครอบครัว หมายถึง บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่อยู่อาศัยร่วมกันแบบสามีภรรยา หรือมีความสัมพันธ์กันทางสายโลหิต ทางกฎหมาย เป็นเครือญาติกัน ซึ่งสมาชิกในครอบครัวมีบทบาทหน้าที่และความเกื้อกูลต่อกัน

โบมาร์ (Bomar, 1996 อ้างถึงใน กัลยาวิร์ อนนทจารย์, 2563) ได้ให้ความหมายของครอบครัวว่า ครอบครัว คือ บุคคลหรือกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กันโดยสายเลือดหรือความใกล้ชิดกันจากการแต่งงาน

ฟริตแมน โบเวน และโจนส์ (Friedman, Bowen and Jonrs, 2003 อ้างถึงใน กัลยาวิร์ อนนทจารย์, 2563) ให้ความหมายของครอบครัวว่า ครอบครัวประกอบไปด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งบุคคลเหล่านั้นมีความรักใคร่ต่อกัน แบ่งปันกัน และผูกพันกันอย่างใกล้ชิด

ดารุณี จงอุดมการณ์ (ดารุณี จงอุดมการณ์, 2558 อ้างถึงใน กัลยาวิร์ อนนทจารย์, 2563) ให้ความหมายครอบครัวว่า เป็นหนึ่งหน่วยในสังคมที่รวมบุคคลและสิ่งมีชีวิตที่มีความผูกพันกันทางจิตใจ มีสัมพันธ์ภาพร่วมกัน ดูแลช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกัน

จากความหมายข้างต้นที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ครอบครัว หมายถึง บุคคลหรือสิ่งมีชีวิตตั้งแต่ 2 สิ่งขึ้นไป ที่มีความสัมพันธ์และผูกพันกันทางจิตใจ พร้อมทั้งจะดูแลช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยเป็นได้ทั้งความสัมพันธ์ทางสายโลหิตและทางกฎหมาย

2.2.2 ประเภทของครอบครัว

การประชุมคณะกรรมการนโยบายและยุทธศาสตร์ครอบครัว (กยค.) ครั้งที่ 2/2562 เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2562 ณ ห้องประชุม 2503 ชั้น 5 ตึกบัญชาการ 2 ทำเนียบรัฐบาล (การประชุมคณะกรรมการนโยบายและยุทธศาสตร์ครอบครัว (กยค.), 2562 อ้างถึงใน กรมกิจการ

สตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2562) มีมติเห็นชอบร่างประเภทครอบครัวตามโครงสร้าง ครอบครัวทั่วไปสามารถแบ่งตามโครงสร้างได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ครอบครัวเดี่ยว คือ ครอบครัวที่ประกอบด้วยบุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกันแบบสามีภรรยา ที่มีบุตรหรือไม่มีบุตร พ่อหรือแม่อยู่กับบุตร หรือพี่น้องหรือญาติไม่เกินสองรุ่น
2. ครอบครัวขยาย คือ ครอบครัวที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สามรุ่นขึ้นไป หรือครอบครัวเดี่ยวสองครอบครัวขึ้นไป ที่มีความผูกพันทางสายโลหิต เป็นเครือญาติ ซึ่งมีความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกัน และอาศัยอยู่ในบ้านหรือบริเวณเดียวกัน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนักทอ้งเทียวกลุ่ม Millennial

2.3.1 ความหมายของกลุ่ม Millennial

พัฒนธีรา พันธราธร และกิริติ พลดอน (2564) กล่าวว่า ตามหลักมาตรฐานสากล กลุ่มมิลเลนเนียล คือ กลุ่มคนที่เกิดหลัง พ.ศ.2534 เป็นต้นไป อายุเฉลี่ย 16-35 ปี เป็นกลุ่มที่มีความเป็นตัวเองสูงและพึ่งพาเทคโนโลยีเป็นหลัก และยังกล่าวว่า ในแต่ละสถาบันได้มีการนิยามอายุของคนกลุ่มนี้แตกต่างกันเล็กน้อย ดังนี้ Department of International Trade Promotion in Tokyo (Department of International Trade Promotion in Tokyo, 2019 อ้างถึงใน พัฒนธีรา พันธราธร และกิริติ พลดอน, 2564) ได้กล่าวว่า กลุ่มมิลเลนเนียล เป็นกลุ่มที่เกิดระหว่าง ค.ศ.1980-2000 ดิม็อค (Dimock, 2019 อ้างถึงใน พัฒนธีรา พันธราธร และกิริติ พลดอน, 2564) กล่าวว่า กลุ่มมิลเลนเนียล คือ ผู้ที่เกิดระหว่าง ค.ศ.1981-1996

กลุ่ม Millennial หรือที่เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า Gen Me โดยคำว่า Me หมายถึง ตนเอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มนี้มักให้ความสำคัญกับตนเองเป็นที่สุด เป็นกลุ่มคนที่อยู่ระหว่างรอยต่อของ Gen Y และ Gen Z เป็นผู้ที่เกิดในช่วง ค.ศ.1986-1995 (กรมสุขภาพจิต, 2563)

คนในยุค Millennial Generation หมายรวมว่าเป็นส่วนหนึ่งของคนในยุค Gen Y กล่าวคือ อาจเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-27 ปี หรือ เกิดหลัง พ.ศ.2534 (ไพศาล เอกะกุล และ พงศกร พิมพะนิตย์, 2560)

จากความหมายที่กล่าวมาสรุปได้ว่า นักทอ้งเทียวกลุ่ม Millennial มีการนิยามถึงช่วงอายุและปีการเกิดที่แตกต่างกัน โดยนิยามอายุที่มากที่สุด คือ คนที่เกิดในปี 1980 และอายุน้อยสุด คือ คนที่เกิดหลังปี 1991 เป็นต้นไป เป็นกลุ่มที่มีความเป็นตัวเองสูง ให้ความสำคัญกับตัวเองเป็นหลัก และพึ่งพาเทคโนโลยีในการใช้ชีวิต

2.4 ความหมายของ Millennial Family

จิราณี พูนนายม ผู้อำนวยการกองตลาดภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้คำนิยามนักทอ้งเทียวกลุ่มครอบครัวยุคใหม่ หรือคุณพ่อคุณแม่อยู่ในช่วงวัย 30-55 ปี มีลูกอายุไม่เกิน 12 ปี เป้าหมายของนัก

เดินทางกลุ่มนี้ คือ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถสร้างสรรค์ประสบการณ์และพัฒนาการอันมีค่าของลูก อีกทั้งยังเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (โพสท์ทูเดย์, 2561)

ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว (2564) ให้คำนิยามของ Millennial Family หรือครอบครัวรุ่นใหม่ หมายถึง กลุ่มพ่อแม่ที่มีช่วงอายุอยู่ในกลุ่มอายุ Gen-Y สมรสแล้ว ที่มีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ของลูก

สไตล์เมท (Steinmetz, n.p.) กล่าวว่า Millennial parents คือ ครอบครัวที่พ่อแม่เกิดในช่วงปี 1980 ถึง 2000 และมีบุตรอายุไม่เกิน 18 ปี

จากความหมายที่กล่าวมา สรุปได้ว่า Millennial Family หรือครอบครัวรุ่นใหม่ หมายถึง ครอบครัวที่ประกอบด้วยพ่อแม่ที่สมรสแล้ว อายุ 30-55 ปี มีลูกอายุไม่เกิน 12 ปี โดยมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนและเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของลูก

2.5 พฤติกรรม Millennial Family

จิราณี พูนนายม ผู้อำนวยการกองตลาดภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นิยามนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวยุคใหม่ หรือ Millennial Family ว่า เป็นครอบครัวยุคใหม่ที่พ่อแม่คุณแม่อยู่ในวัย 30-55 ปี มีลูกอายุไม่เกิน 12 ปี ที่มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์และพัฒนาการของลูก และต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ของครอบครัวให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (โพสท์ทูเดย์, 2561)

วิบูลย์ นิเมตวานิช ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า กลุ่มครอบครัวรุ่นใหม่ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ ชอบเทคโนโลยี มีความทันสมัย มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน และต้องการพัฒนาทักษะลูกจากการท่องเที่ยว (ข่าวสด, 2563)

ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว (2564) ได้เสนอผลการวิจัยพฤติกรรมของกลุ่ม Millennial Family ไว้ว่า มีการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบุตร วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว เช่น การหามุมมองใหม่ ๆ ให้ชีวิต การเรียนรู้ สร้างประสบการณ์ และเพื่อทำประโยชน์ให้กับสังคม โดยการท่องเที่ยวเฉลี่ยของกลุ่ม Millennial Family คือ 1.56 ทริปต่อปี

พ่อแม่ milenial นั้นมีการเลี้ยงลูกที่แตกต่างจากพ่อแม่รุ่นอื่น เนื่องจากกลุ่มนี้คำนึงถึงการเลี้ยงลูกที่ดีและให้ความสำคัญกับคุณค่าของลูกเป็นอย่างมาก โดยได้มีการวางแผนชีวิตตั้งแต่ก่อนที่จะเข้ามาสู่การเป็นพ่อแม่เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการเลี้ยงลูกไปได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยสร้างอาชีพที่มั่นคงและบริหารจัดการควบคุมด้านการเงินไว้ เพราะกลุ่มนี้เชื่อว่าการมีชีวิตที่มั่นคงจะเป็นการประกันอนาคตที่มั่นคงให้แก่ลูก ทั้งยังสามารถสนับสนุนลูกได้ในทุกด้าน และทุกอย่างที่มีความจำเป็นต่อชีวิตลูก นอกจากนี้พ่อแม่กลุ่มนี้ยังมีความเข้าใจในบุคลิกลักษณะเฉพาะของลูก ไม่ปิดกั้นความคิดหรือการกระทำของลูก เปิดโอกาสให้ลูกได้แสดงความคิดเห็น ได้ลองทำสิ่งที่อยากทำ เพื่อส่งเสริมประสบการณ์ใหม่ ๆ และพัฒนาการของลูก (ETimes, 2021)

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า กลุ่ม Millennial Family หรือกลุ่มครอบครัวยุคใหม่ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ทันสมัย เน้นการใช้เทคโนโลยีในการเดินทาง มักเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเสริมพัฒนาการและประสบการณ์ของลูก

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

3.1 ความหมายของการตัดสินใจ

สมคิด บางโม (สมคิด บางโม, 2548 อ้างถึงใน ชูติมา นุตยะสกุล, 2559) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการในการเลือกแนวทางการกระทำที่มีตัวเลือกหลายทาง เพื่อให้บรรลุไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งเป็นการกระทำเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายที่คาดไว้ โดยเป็นการเลือกวิธีที่จะช่วยให้สามารถบรรลุเป้าหมายไปได้อย่างดีที่สุดและได้รับประโยชน์สูงสุด

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2556 อ้างถึงใน จุไรรัตน์ ศิริมั่งมุล, นุชนาถ พันธราษฎร์ และณัฐณา ขำศิริ, 2562) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจหมายถึง การนำทางเลือกมาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยที่การตัดสินใจจะเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องมีทางเลือกหลาย ๆ ทางเกิดขึ้นก่อน แล้วจึงนำเอาทางเลือกที่มีมาพิจารณาเพื่อค้นหาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่อไป

จุฑาภรณ์ ฮาร์ล และศศิธร จัวนพันธ์ (จุฑาภรณ์ ฮาร์ล และศศิธร จัวนพันธ์, 2557 อ้างถึงใน สิริญญา ขาดเผือก, 2562) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกทางปฏิบัติจากทางเลือกที่มี โดยก่อนการออกเดินทางนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องทำการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งอาจใช้เหตุผลและผลจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ

จากที่กล่าวมานั้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่เพื่อหาแนวทางที่ดีที่สุดไปใช้ในการแก้ปัญหาหรือเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการบรรลุวัตถุประสงค์ของเป้าหมาย

3.2 รูปแบบการตัดสินใจ

จิรดาภา สนิทจันทร์ (2564) กล่าวว่า รูปแบบการตัดสินใจสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ โดยใช้จำนวนคนที่ร่วมตัดสินใจเป็นเกณฑ์

1. การตัดสินใจโดยบุคคลคนเดียว (Individual Decision Making) ใช้สำหรับการตัดสินใจในเรื่องง่าย ๆ ที่ผู้ทำการตัดสินใจได้กำหนดไว้ล่วงหน้า หรือเรื่องเร่งด่วนฉุกเฉินที่ไม่มีเวลาพอสำหรับการปรึกษากับบุคคลอื่น ๆ เช่น การตัดสินใจว่าอ่านหนังสือสอบก่อนที่วันวิชาใดจะอ่านวันไหน

2. การตัดสินใจโดยกลุ่มบุคคล (Group Decision Making) เป็นการตัดสินใจโดยให้ผู้มีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามผลของการตัดสินใจนั้นได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลการตัดสินใจ โดยกลุ่มบุคคลนี้เหมาะสำหรับการตัดสินใจในเรื่องที่ยุ่ยากซับซ้อนหรือขาดประสบการณ์ในเรื่องนั้นหรือไม่มีความชำนาญในด้านนั้น ๆ อย่างเพียงพอ จึงจำเป็นต้องฟังความคิดเห็นจากผู้มีประสบการณ์ แล้วประมวลความคิดเห็นมาเป็นกำหนดการตัดสินใจ ซึ่งวิธีการตัดสินใจอาจทำได้โดยการตัดสินใจโดยใช้เสียงข้างมาก และสมาชิกในกลุ่มร่วมกันเสนอความคิดเห็น

กริฟฟิธส์ (Griffiths, ม.ป.ป. อ้างถึงใน พระครูปลัดไกรสอน ธรรมรสี, 2560) ได้เสนอรูปแบบและขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจไว้ 6 ขั้นตอน คือ

1. ทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาและข้อจำกัดของปัญหา
2. วิเคราะห์และประเมินผลปัญหา
3. สร้างเนื้อหาและแนวทางในการตัดสินใจ
4. การรวบรวมข้อมูล
5. การเลือกข้อมูลที่ต้องการ
6. นำผลสรุปที่ได้ทำให้เกิดประสิทธิภาพ

3.3 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักทอ่งเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (ชวัลนุช อุทยาน, 2551 อ้างถึงใน จิระประภา กล้าเพชร, 2560) กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจของนักทอ่งเที่ยวนั้น เป็นกระบวนการที่นักทอ่งเที่ยวใช้ในการพิจารณาก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจจะเริ่มเกิดขึ้นเมื่อ หรือผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในที่เกิดจากตัวนักทอ่งเที่ยวเอง เช่น ความเครียด ความอ่อนล้า และสิ่งกระตุ้นภายนอกที่เกิดจากสภาพแวดล้อมรอบข้างหรือบุคคล เช่น การโฆษณาของแหล่งทอ่งเที่ยว การรับรู้จากคนรอบข้างว่าไปทอ่งเที่ยวมา

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) นักทอ่งเที่ยวจะมีการหาข้อมูลเพื่อใช้ตัดสินใจ โดยจะตัดสินใจจากแหล่งข้อมูลภายใน ซึ่งเป็นข้อมูลที่นักทอ่งเที่ยวมีข้อมูลอยู่แล้ว เช่น มีประสบการณ์ในการไปทอ่งเที่ยว ความทรงจำเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ และหากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอจะตัดสินใจจากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่น การหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โฆษณานิติยสารทอ่งเที่ยว รวมไปถึงครอบครัว เพื่อนและญาติ

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) หลังจากการหาข้อมูลได้มากเพียงพอ นักท่องเที่ยวจะนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบหรือวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย เพื่อการประกอบการตัดสินใจ

4. การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Decision Making) จะเกิดขึ้นหลังจากนักท่องเที่ยวทราบถึงข้อดีและข้อเสียแล้ว จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ชื่นชอบ มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

5. การประเมินภายหลังการซื้อ (Post-purchase Behavior) เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่เกิดขึ้นหลังจากการซื้อ นักท่องเที่ยวจะนำผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวที่ซื้อนั้นมาใช้ และจะทำการประเมินผลิตภัณฑ์และบริการนั้นระหว่างการเดินทางไปด้วย โดยจะส่งผลต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ มีผลอย่างมากในการตัดสินใจซื้อครั้งถัดไป อาจเกิดการซื้อซ้ำหากผู้บริโภคพึงพอใจ วิทวัส รุ่งเรืองผล (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2556 อ้างถึงใน อัมฉัตรจิราภา ธนาชัยกุลวัฒน์ และศรีญานันตะบุตร, 2563) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การยอมรับความต้องการ (Need Recognition) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจ โดยความต้องการ แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ Need ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานเนื่องจากความจำเป็น และ Want ซึ่งเป็นความต้องการที่สูงขึ้นเนื่องจากสิ่งกระตุ้นภายนอก

2. การแสวงหาทางเลือก (Identification of Alternatives) เป็นการหาทางเลือกหรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของทางเลือกต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจ

4. การตัดสินใจซื้อและการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ (Purchase and Related Decision) เมื่อตัดสินใจได้แล้ว ผู้บริโภคจะทำการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-purchase Behavior) เป็นการประเมินคุณค่าหรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้ซื้อไปแล้ว ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในครั้งต่อไป แมทธิสันและวอลล์ (Mathieson and Wall, 1982 อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล, 2559) ได้อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ความต้องการท่องเที่ยว บุคคลรู้สึกถึงความต้องการที่จะท่องเที่ยวและจะมีการชั่งน้ำหนักระหว่างผลดีผลเสียของการท่องเที่ยว

2. การค้นหาข้อมูล ผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวจะมีการรวบรวมข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โฆษณา รวมไปถึงญาติมิตรและผู้มีประสบการณ์ ข้อมูลที่รวบรวมมานี้จะถูกนำมาพิจารณาประกอบกับประเด็นข้อจำกัดทางด้านเวลาและงบประมาณที่มีพร้อมกับปัจจัยอื่น เช่น ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

3. การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว ผู้ที่กำลังจะเดินทางตัดสินใจได้แล้วว่าจะไปเที่ยวที่ไหน จะเดินทางไปด้วยพาหนะแบบใด จะพักที่ไหน และจะทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอะไรบ้าง

4. การเตรียมการท่องเที่ยวและได้รับประสบการณ์ เป็นการเตรียมตัวเดินทาง โดยบุคคลจะมีการจองตั๋ว จองที่พักล่วงหน้า ตรีเตรียมเสื้อผ้าและอุปกรณ์เครื่องใช้เพื่อการท่องเที่ยว รวมไปถึงการแลกเงินและเตรียมค่าใช้จ่าย หลังจากนั้นการเดินทางท่องเที่ยวก็เริ่มต้น

5. การประเมินผลความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว จะเกิดขึ้นในระหว่างที่การท่องเที่ยวกำลังดำเนินไปจนกระทั่งการท่องเที่ยวสิ้นสุดลง และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจะส่งผลต่อการตัดสินใจในอนาคต

ชมอล (Schmoll, 1977 อ้างถึงใน เลิศพร ภาวะสกุล, 2559) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว สามารถจำแนกปัจจัยที่จะนำไปสู่การตัดสินใจขั้นสุดท้ายที่จะซื้อหรือทำการท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่มปัจจัย ดังนี้

1. สิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งเร้าภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ การสื่อสาร การตลาด สื่อทางด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ คำแนะนำจากปากต่อปาก หรือคำแนะนำจากผู้ประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยว

2. ปัจจัยทางสังคมหรือปัจจัยส่วนบุคคล เป็นตัวกำหนดถึงเป้าหมายของลูกค้านในด้านของรูปแบบการเดินทางที่ต้องการ ความคาดหวังต่าง ๆ จากการท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายทางการท่องเที่ยว ความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว

3. ตัวแปรภายนอก ได้แก่ ปัจจัยภายนอก เช่น ความเชื่อมั่นที่ผู้บริโภคมมีต่อผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่เคยได้เรียนรู้มาก่อน ข้อจำกัดทางด้านเวลาและค่าใช้จ่าย

4. คุณลักษณะต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ คุณลักษณะหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการต่าง ๆ ที่มีในแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย

ชิดชม กันจุฬา (2563) กล่าวว่า ทฤษฎีการตัดสินใจ เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการตัดสินใจของบุคคล เมื่อมีความต้องการจะตัดสินใจ ทำให้มีการพิจารณาถึงข้อมูลที่ได้รับและนำข้อมูลมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับการพิจารณาทางเลือก โดยการตัดสินใจอาจขึ้นอยู่กับความต้องการและประสบการณ์ของบุคคลนั้น ซึ่งกระบวนการตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลที่รวบรวมได้

2. ลำดับขั้นของค่านิยม บุคคลจะพิจารณาถึงผลปรารถนา โดยทำการเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับลำดับขั้นของค่านิยม

3. การประเมินผลและการตัดสินใจเลือก

สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจดังกล่าวมีความสำคัญกับนักท่องเที่ยว จะมีจุดเริ่มต้นถึงจุดสิ้นสุดในทุกขั้นตอนนักท่องเที่ยวมีการพิจารณาและตัดสินใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องการเดินทาง เมื่อมีการรับรู้

ข้อมูลข่าวสาร จากข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โฆษณา นิตยสารท่องเที่ยว รวมไปถึงครอบครัว เพื่อนญาติ หรือจากแหล่งอื่น ๆ รวมถึงความต้องการของตนเองที่จะไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจและเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับตนเอง

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

4.1 ความหมายพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ซิมบาร์โด และเกอร์ริก (Zimbardo and Gerrig, 1999 อ้างถึงใน ปราโมชน์ รอดจำรัส, 2553) ได้อธิบายพฤติกรรมว่าเป็นการกระทำของบุคคลเพื่อปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่สังเกตได้

เวด และทาวริส (Wade and Tavris, 1999 อ้างถึงใน ปราโมชน์ รอดจำรัส, 2553) อธิบายความหมายของพฤติกรรมว่า พฤติกรรม คือ การกระทำที่สังเกตได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้สรุปความหมายของพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า พฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกการกระทำของนักท่องเที่ยว ทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว เพื่อสนองความต้องการในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งด้านการท่องเที่ยว

ปราโมชน์ รอดจำรัส (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้บริการในอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกในการท่องเที่ยว

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558) พฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ รวมถึงความรู้สึกนึกคิด ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว (Pre-trip Behavior) ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Behavior During The Trip) และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว (Post-trip Behavior) ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกและการแสดงออกของนักท่องเที่ยว (Factors Influencing Tourist Behavior)

จากความหมายข้างต้นที่กล่าวมา สรุปได้ว่า พฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการกระทำที่สังเกตได้ของบุคคลที่ใช้บริการในอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่ก่อนเดินทางตลอดจนถึงหลังการเดินทาง

4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 อ้างถึงใน อัจฉรา สมบัตินนทนา, 2555) ได้อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามี 9 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวก การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งข้อมูลทางการท่องเที่ยว หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ที่พัก

2. ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว จะเกิดความต้องการท่องเที่ยวภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เช่น ต้องการเดินทางเพื่อเพิ่มประสบการณ์

3. สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว โดยเกิดจาก 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยผลัก (Push Factor) เป็นเงื่อนไขที่มากระตุ้นให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตเพื่อไปท่องเที่ยว และปัจจัยดึง (Pull Factor) เป็นเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

3.1 สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ

3.2 สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากการต้องการรู้จักวัฒนธรรม การดำเนินชีวิต สถานที่ประวัติศาสตร์ของประเทศที่ไม่รู้จัก

3.3 สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น เดินทางไปเยี่ยมญาติ

3.4 สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการยกระดับตนเองให้สูงขึ้น หรือสร้างชื่อเสียง

4. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก โดยจากสามขั้นตอนข้างต้นจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง ซึ่งปัจจัยในการตัดสินใจของนักเที่ยวมี 8 ประการดังนี้

4.1 จะไปที่ไหน

4.2 จะไปเมื่อไร

4.3 จะไปทางใด (บก เรือ อากาศ)

4.4 จะไปกับใคร

4.5 จะไปนานเท่าไร

4.6 จะไปเพื่อทำอะไร

4.7 จะพักแรมในสถานที่ประเภทไหน

4.8 จะไปแต่ละสถานที่กี่วัน

5. การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) ต้องมีการวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าอาหาร ค่าที่พัก ซึ่งอาจขอความช่วยเหลือจากธุรกิจนำเที่ยวในการวางแผนค่าใช้จ่ายท่องเที่ยว

6. การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) ต้องมีการเตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วพาหนะในการเดินทาง จองรายการท่องเที่ยว การขออนุญาตเข้าประเทศ นอกจากนี้ยัง

ต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รวมถึงการเตรียมตัวเรื่องสุขภาพและภารกิจส่วนตัว

7. การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) ตลอดการเดินทางจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยว เป็นระยะตามประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางครั้งต่อไป

8. ประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวประเมินผลการท่องเที่ยวก็จะได้ผลของ ประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

8.1 มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive)

8.2 ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative)

9. ทศนคติของนักท่องเที่ยว เมื่อได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวก็จะเกิดทัศนคติต่อ การท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือเกิดการบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวสถานที่ นั้น ถ้านักท่องเที่ยวเกิดความไม่พอใจจะทำให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อการท่องเที่ยว อาจทำให้เกิด การไม่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือเกิดการบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่ยอมเดินทางมาด้วย

มอร์ริสัน (Morrison, 1989 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ภายในตัวของบุคคลที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมด้าน การท่องเที่ยว

1.1 ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายใน ตัวบุคคลให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง

1.2 การรับรู้ เป็นกระบวนการรับรู้ที่เกิดจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การ ได้ยิน การเห็น การได้กลิ่น การได้รสชาติ และการสัมผัส

1.3 การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้จาก ประสบการณ์ที่ตนได้รับ

1.4 บุคลิกภาพ เป็นรูปแบบลักษณะของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป

1.5 รูปแบบการดำรงชีวิต เป็นวิธีการดำรงชีวิตของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อ ความคิด ทัศนคติ ค่านิยม

1.6 แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อตนเอง และ ความรู้สึกนึกคิดที่คิดว่าบุคคลอื่นมีต่อตนเช่นไร

1.6.1 แนวคิดที่แท้จริงของตน

1.6.2 แนวคิดในอุดมคติของตน

1.6.3 แนวคิดที่คิดว่าผู้อื่นมองตนที่แท้จริง

1.6.4 แนวคิดที่ต้องการให้ผู้อื่นคิดเกี่ยวกับตน

1.7 ทักษะคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. ปัจจัยภายนอก เป็นสิ่งแวดล้อมภายนอกตัวบุคคลที่ส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว

2.1 วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย เป็นสิ่งที่เป็นรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่มีการสืบทอดกันมา วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งพื้นฐานในการกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมบุคคล ซึ่งบุคคลที่อยู่ในวัฒนธรรมย่อยที่เหมือนกัน มักจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่

2.1.1 เชื้อชาติ เช่น ไทย อังกฤษ จีน ฝรั่งเศส

2.1.2 ศาสนา เช่น พุทธ คริสต์ อิสลาม

2.1.3 สีผิว เช่น ผิวดำ ผิวขาว

2.1.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์

2.1.5 อาชีพ เช่น ครู หมอ ตำรวจ

2.1.6 อายุ เช่น ผู้สูงอายุ เด็ก

2.1.7 เพศ เช่น เพศหญิง เพศชาย

2.2 ชั้นทางสังคม เป็นการจัดแบ่งลำดับชั้นในสังคม โดยนำลักษณะที่คล้ายคลึงกันของบุคคลมาเป็นเกณฑ์กำหนดชนชั้น เช่น ฐานะ รายได้

2.3 กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยม

2.3.1 กลุ่มปฐมภูมิ เป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิด

2.3.2 กลุ่มทุติยภูมิ เป็นบุคคลต่าง ๆ ในสังคม

2.4 ผู้นำความคิดเห็น คือ บุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจซื้อของบุคคล

2.5 ครอบครัว เป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของบุคคล

2.6 ปัจจัยอื่น ๆ เป็นปัจจัยนอกเหนือที่อาจก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม กิจกรรมทางการตลาด วชิราภรณ์ โลหะชาละ (2563) ได้อธิบายสาเหตุการเกิดพฤติกรรม ดังนี้

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ กิริยาท่าทางที่นักท่องเที่ยวแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกทางความรู้สึกต่อสถานที่ท่องเที่ยวหรือการบริการ ซึ่งการแสดงออกดังกล่าวเกิดจากการอบรมเลี้ยงดู ประสบการณ์ นอกจากนี้ยังเกิดจากปัจจัยในด้านต่าง ๆ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยส่วนบุคคล

1. การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวตั้งแต่แรกเกิด ซึ่งสามารถหล่อหลอมบุคลิกภาพและพฤติกรรมที่แสดงออก

2. การอบรมสั่งสอนจากครูอาจารย์หรือผู้ใกล้ชิดในสังคม ส่งผลให้เกิดการปรับพฤติกรรมที่เหมาะสม

3. การศึกษา กระบวนการสอนให้รู้จักการใช้ความคิด สติปัญญา และเหตุผลในการตัดสินใจแก้ปัญหา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และตัดสินใจอย่างมีเหตุผล

4. สื่อมวลชน เป็นเครื่องมือการถ่ายทอดพฤติกรรม ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา หรือสื่อที่เป็นตัวบุคคล ทำให้มีโลกทัศน์ที่กว้างขึ้น เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในการชี้นำสังคม

5. ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เกิดการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมทั้งดีและไม่ดี

4.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

อลิสา ผลาผล (2558) กล่าวว่า ทฤษฎีสัญชาตญาณ (Instinct Theory) เป็นพฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออกโดยอัตโนมัติตามธรรมชาติ และพร้อมที่จะทำพฤติกรรมได้ในทันที เมื่อมีสิ่งเร้ามากระตุ้นต่อพฤติกรรมนั้น สัญชาตญาณจึงมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของสิ่งมีชีวิตบางชนิด เช่น ปลากัดตัวผู้จะแสดงความก้าวร้าวและพร้อมต่อสู้ทันทีเมื่อเห็นตัวผู้ตัวอื่น สำหรับในมนุษย์สัญชาตญาณจะไม่แสดงออกมาชัดเจน แต่สามารถรู้สึกได้ เช่น ความใกล้ชิดระหว่างผู้ชายกับผู้หญิง ทำให้เกิดความต้องการทางเพศ ซึ่งเป็นรูปแบบพฤติกรรมที่ตายตัว ถูกกำหนดมาตามธรรมชาติจากปัจจัยทางชีวภาพ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่แสดงออกมาอัตโนมัติเมื่อมีสิ่งเร้ามากระตุ้น

4.3.1 ลักษณะของพฤติกรรม

วชิราภรณ์ โลหะชาละ (2563) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุ โดยทั่วไปการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์จะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. สาเหตุ โดยปกติคนเราจะแสดงพฤติกรรมออกมานั้นจะต้องมีสาเหตุของการกระทำนั้น ๆ เสมอ ซึ่งพฤติกรรมนั้นเกิดจากสาเหตุดังกล่าว

2. สิ่งจูงใจ เมื่อเกิดความต้องการก็จะเกิดการหาสิ่งจูงใจหรือเหตุผลเพื่อให้บรรลุความต้องการ เช่น ผู้คนส่วนใหญ่ต้องการหลีกเลี่ยงความเหนื่อยล้าจากชีวิตประจำวัน หรือการทำงานหนัก จึงเดินทางไปที่ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

3. เป้าหมาย การแสดงออกของพฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายเพื่อบรรลุผลตามที่ได้ตั้งไว้ เช่น นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเที่ยวรอบโลกจึงตั้งใจทำงานเก็บเงินเพื่อเดินทางเที่ยวรอบโลกตามความต้องการของตน

4.3.2 พฤติกรรม New Normal ของการท่องเที่ยว

พชรพจน์ นันทรามาศ และคณะ (2563) แบ่งพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหลังวิกฤตโควิด-19 ออกเป็น 3 พฤติกรรม ได้แก่

1. เที่ยวในประเทศ ในช่วงที่วัคซีนยังไม่แพร่หลาย ทำให้หลายประเทศมีมาตรการจำกัดในการเดินทางเข้าประเทศ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ทำให้การเดินทางออกนอกประเทศทำได้ยาก

2. เที่ยวใกล้ ๆ ขับรถไป จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมขับรถในการเดินทางไปเที่ยว ทริปปิ้งมักเป็นทริปใกล้ ๆ สั้น ๆ ด้วยเหตุผลด้านความปลอดภัยและการรักษาระยะห่างทางสังคม

3. เที่ยวที่ Unseen คนไม่พลุกพล่าน ในการท่องเที่ยวยุคโควิด-19 ความปลอดภัยต้องมาก่อน มีการเลือกใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานด้านความปลอดภัย ปรับมาตรฐานความปลอดภัยที่นักท่องเที่ยวได้รับ SHA หรือ Amazing Thailand Safety and Health Administration ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และจากความกังวลเรื่องความปลอดภัยทำให้นักท่องเที่ยวเลือกไปเที่ยวในที่ Unseen มากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัสโควิด-19

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวหลังโควิด หรือ New Normal จะเน้นเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยเป็นสำคัญ โดยเลือกท่องเที่ยวในสถานที่ที่ไม่มีคนพลุกพล่าน และเดินทางด้วยรถส่วนตัวในระยะไม่ไกลจากที่อยู่อาศัยของตน

5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19

5.1 ความหมายของโควิด-19

โรคโควิด-19 คือ โรคติดต่อ ซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด เป็นไวรัสและโรคอุบัติใหม่ที่ไม่เคยมีใครรู้จักมาก่อน มีการระบาดครั้งแรกในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 ขณะนี้โรคโควิด-19 มีการระบาดใหญ่ไปทั่วโลก ทำให้ส่งผลกระทบต่อหลายประเทศ โดยอาการทั่วไปของโรคนี้ที่พบมากที่สุด คือ ไข้ ไอ ลื่นไม่รับรส จมูกไม่ได้กลิ่น และอ่อนเพลีย ซึ่งโรคนี้สามารถแพร่จากคนสู่คนผ่านทางละอองน้ำมูก น้ำลายหรือปาก ดังนั้นจึงต้องรักษาระยะห่างจากผู้อื่นอย่างน้อย 1 เมตร ควรล้างมือบ่อย ๆ ด้วยสบู่หรือใช้แอลกอฮอล์เจลล้างมือ (World Health Organization, 2564)

โควิด-19 หรือ ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 เป็นตระกูลของไวรัสที่ก่อให้เกิดอาการป่วยตั้งแต่ไข้หวัดธรรมดาไปจนถึงโรคที่มีความรุนแรง เช่น โรคเมอร์ส โรคซาร์ส สามารถแพร่จากคนสู่คนได้ พบครั้งแรกในเมืองอู่ฮั่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ในช่วง พ.ศ.2562 ผู้ป่วยจะมีอาการเกี่ยวกับทางเดินหายใจ มีไข้ ไอ จาม หายใจลำบาก ในกรณีร้ายแรงอาจทำให้ปอดบวม ปอดอักเสบ ไตวาย หรือถึงขั้นเสียชีวิต มีวิธีการรักษาแบบประคับประคองอาการป่วยที่เกิดขึ้น ประชาชนควรหลีกเลี่ยงการสัมผัสใกล้ชิดกับผู้ป่วยที่มีอาการ รักษาระยะห่างอย่างน้อย 1 เมตร ควรล้างมือบ่อย ๆ สวมหน้ากากอนามัย หากมีอาการให้พบแพทย์ทันที และแจ้งประวัติการเดินทาง (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2563)

โรคโควิด-19 (COVID-19 ย่อจาก Coronavirus Disease 2019) เป็นโรคติดต่อทางเดินหายใจที่เกิดจากไวรัสโคโรนา ทำให้เกิดอาการมีไข้ ไอ และอาจมีปอดอักเสบในกรณีร้ายแรง พบผู้ป่วยครั้งแรกใน พ.ศ.2562 ที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน เกิดการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว มีคนเสียชีวิตจากโรคนี้นับเป็นจำนวนมาก จนประเทศจีนต้องปิดเมืองและประเทศ และในวันที่ 13 มกราคม พ.ศ.2563 พบผู้ป่วยรายแรกที่ได้รับการรักษาในไทย ซึ่งเป็นชาวจีนที่เดินทางมายังประเทศไทย โดยมีสมมติฐานว่าไวรัสเกิดจากค้างคาว และได้กลายพันธุ์เมื่อผ่านสัตว์ตัวกลาง กลายเป็นไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่แพร่กระจายจากคนสู่คน ซึ่งขณะนี้ไวรัสดังกล่าวได้แพร่ระบาดไปทั่วโลกแล้ว (คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล, 2563)

โรคโควิด-19 เป็นโรคระบาดที่เกิดขึ้นใหม่ในช่วงปลายปี พ.ศ.2562 และแพร่ระบาดไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว องค์การอนามัยโลกจึงได้ประกาศเป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ แนะนำให้ทั่วโลกเฝ้าระวัง ป้องกันและควบคุมโรค เนื่องจากเป็นโรคที่สามารถแพร่ระบาดจากคนสู่คนได้ โดยประเทศไทยได้ประกาศให้โรคโควิด-19 เป็นโรคติดต่ออันตรายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อพ.ศ.2558 (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2563)

จากความหมายข้างต้นที่กล่าวมาสรุปได้ว่า โรคโควิด-19 เป็นโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ซึ่งเป็นโรคติดต่อทางเดินหายใจ แพร่กระจายจากคนสู่คนผ่านทางสารคัดหลั่ง เช่น ละอองจากการไอ จาม การพูด น้ำมูก พบครั้งแรกที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ในช่วงปลายปี พ.ศ.2562 และเริ่มแพร่กระจายสู่ทั่วโลก ผู้ป่วยโรคนี้จะมีอาการไข้ ไอ ในกรณีร้ายแรงอาจมีอาการปอดอักเสบ หรือถึงขั้นเสียชีวิต ประชาชนจึงต้องปฏิบัติตามมาตรการการป้องกันอย่างเคร่งครัด เช่น การล้างมือ สวมหน้ากากอนามัย รักษาระยะห่างจากผู้อื่นอย่างน้อย 1 เมตร

5.2 การท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

5.2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวภายใต้การแพร่ระบาดของโควิด-19 ปี 2563

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อทั่วโลกเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งจากสถิติจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ภายในประเทศตั้งแต่มีการเริ่มแพร่ระบาดจนถึงปัจจุบันมียอดสะสมทั้งหมด 4,929,674 คน แบ่งเป็นผู้ติดเชื้อในประเทศ สะสม 4,404,716 คน และผู้ติดเชื้อจากต่างประเทศสะสม 24,958 คน นอกจากนี้ยังมีผู้ติดเชื้อเข้าข่ายที่ตรวจจาก ATK (Antigen Test Kit) สะสม อีก 2,112,923 คน และมีจำนวนผู้เสียชีวิตสะสม 29,881 คน ซึ่งคิดเป็น 0.67 เปอร์เซ็นต์ โดยจังหวัดชลบุรีมีจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่สะสม 227,179 คน แบ่งเป็นผู้ติดเชื้อในประเทศสะสม 224,265 คน และผู้ติดเชื้อจากต่างประเทศสะสม 2,914 คน อีกทั้งมีจำนวนผู้เสียชีวิตสะสม 1,123 คน คิดเป็น 0.49 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งจากการระบาดของโรคส่งผลกระทบต่อชีวิตและสุขภาพอนามัยของประชาชน รัฐบาลจึงดำเนินการออกมาตรการ

ควบคุมการแพร่ระบาดของโรค โดยการล็อกดาวน์ปิดพื้นที่ป้องกันการเดินทางระหว่างจังหวัด ภูมิภาค และระหว่างประเทศ รวมถึงมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เศรษฐกิจในประเทศปี 2563 เกิดการชะงักตัวอย่างฉับพลัน และหดตัวรุนแรงที่สุดในรอบ 23 ปี นับตั้งแต่วิกฤติเศรษฐกิจปี 2540

โดยสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้รายงานว่าการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีการหดตัวมากที่สุด เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างมาก และจากรายงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในไตรมาสแรกในปี 2563 ลดลง 38 เปอร์เซ็นต์ โดยนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ลดลงในอัตราสูงสุด 46 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรป ลดลง 15 เปอร์เซ็นต์ และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ รวมกันลดลง 38 เปอร์เซ็นต์ โดยหนึ่งในจังหวัดที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ จังหวัดชลบุรี เพราะเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดและพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงถึง 72 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งจากการออกมาตราการควบคุมต่าง ๆ ของภาครัฐรวมถึงการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวทำให้ตั้งแต่เดือนตุลาคม ปี 2562 ถึง เดือนมีนาคม ปี 2563 ภาคธุรกิจในจังหวัดชลบุรีได้ปิดสถานประกอบการ 357 แห่ง และเลิกจ้างลูกจ้างหรือพนักงาน 72,285 คน โดยมีผู้ที่ได้รับผลกระทบจากคำสั่งปิดกิจการรวมทั้งสิ้น 58,100 คน และธุรกิจที่มีจำนวนผู้ได้รับผลกระทบในอัตรามากที่สุด คือ 27,000 คน เป็นธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ซึ่งตรงกับที่สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2564) กล่าวว่า ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างหนัก เนื่องจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างก็ยกเลิกการเดินทางและการจองห้องพัก รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ก็ยกเลิกการจัดประชุมและสัมมนาที่โรงแรม หากพิจารณาจากอัตราเข้าพักโรงแรมของปี 2563 พบว่า ในเดือนมิถุนายนมีอัตราการเข้าพักโรงแรมต่ำมากที่สุด คือ มีอัตราการเข้าพักเพียงร้อยละ 2.26 ซึ่งถือเป็นการหดตัวลงอย่างมาก

สถานการณ์การท่องเที่ยวภายใต้การแพร่ระบาดของโควิด-19 ปี 2564

ไตรมาสที่ 1 (มกราคม – มีนาคม) สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เข้าสู่ช่วงการแพร่ระบาดใหม่อีกครั้งจากเมื่อปลายเดือนธันวาคม 2563 เกิดการแพร่กระจายเชื้ออย่างรวดเร็วและแพร่กระจายเป็นวงกว้างในทุกจังหวัดของประเทศ ส่งผลให้มีผู้ติดเชื้อเป็นจำนวนมากและเพิ่มมากขึ้น ทำให้รัฐบาลใช้มาตรการในการควบคุมป้องกันการแพร่ระบาดไม่ให้เพิ่มมากขึ้น โดยกำหนดพื้นที่ควบคุม กำหนดเวลาเปิดปิดของธุรกิจต่าง ๆ ทำให้ส่งผลกระทบในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในช่วงไฮซีซั่นของการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวหยุดชะงักลง

ไตรมาสที่ 2 (เมษายน - มิถุนายน) นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่วงวันหยุดยาว และรัฐบาลไม่มีมาตรการเคอร์ฟิวหรือการล็อกดาวน์ ซึ่งหลังจากช่วงวันหยุดยาวทำให้ผู้ติดเชื้อเพิ่มมากขึ้น รัฐบาลจึงใช้มาตรการยกระดับความเข้มงวดในการควบคุมพื้นที่ บางจังหวัดมีมาตรการให้ผู้เข้ามาต้องมีอาการกักตัว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชะลอหรือเลื่อนการเดินทางท่องเที่ยวออกไป ทำให้การท่องเที่ยวกลับมาซบเซาอีกครั้ง

ไตรมาสที่ 3 (กรกฎาคม - กันยายน) เกิดการแพร่ระบาดระลอกใหม่ขึ้น และสถานการณ์การแพร่ระบาดยังคงรุนแรง รัฐบาลจึงประกาศใช้มาตรการเคอร์ฟิวและล็อกดาวน์ในพื้นที่ 29 จังหวัด ขอให้ประชาชนงดออกเดินทางโดยไม่มีเหตุผลจำเป็น เพื่อลดจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ ส่งผลให้การท่องเที่ยวในประเทศหยุดชะงักลงอีกครั้ง และในวันที่ 1 กรกฎาคม 2564 ได้เปิดโครงการ Phuket Sandbox รับนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าท่องเที่ยว ซึ่งทำให้ประชาชนมีความกังวลต่อการติดเชื้อเพิ่มมากขึ้น กลัวการติดเชื้อจากชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว จึงชะลอหรือเลื่อนการเดินทางท่องเที่ยวในแถบจังหวัดภูเก็ตและเกาะสมุยออกไป ทำให้สถานการณ์ท่องเที่ยวอยู่ในภาวะหดตัว

ไตรมาสที่ 4 (ตุลาคม - ธันวาคม) การท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ เนื่องจากประชาชนได้รับวัคซีนเข็ม 2 และเข็มกระตุ้น มีโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวจากรัฐบาล เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เฟส3 คนละครึ่ง และเนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดอยู่ในระดับที่ควบคุมได้ ทำให้มีความมั่นใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น (ศูนย์วิจัยด้านการท่องเที่ยว, 2564)

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจธนาคารทหารไทยธนชาติ (2564) กล่าวว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ส่งผลให้ช่วงเดือนมกราคม - เดือนสิงหาคม 2564 รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2562 หดตัวลงร้อยละ 92 หรือ 0.14 ล้านล้านบาท ซึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ลดลง 2.38 ล้านล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย ลดลง 1.17 ล้านล้านบาท โดยจากการประเมินโครงสร้างรายได้ของนักท่องเที่ยวพบว่า ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ได้แก่ ที่พักแรม รายได้ลดลง 8.8 แสนล้านบาท ร้านอาหาร รายได้ลดลง 7.7 แสนล้านบาท และร้านขายของที่ระลึก รายได้ลดลง 7.0 แสนล้านบาท ตามลำดับ และจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 มากที่สุดคือ กรุงเทพมหานคร สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต ชลบุรี พังงา และกระบี่ รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงรวมกันมากกว่า 2.81 ล้านล้านบาท หรือร้อยละ 79 ของรายได้ที่หายไป 3.55 ล้านล้านบาท

สถานการณ์การท่องเที่ยวภายใต้การแพร่ระบาดโควิด-19 ปี 2565

การท่องเที่ยวในประเทศภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของปี 2565 โดยในช่วงเดือนมกราคมรัฐบาลเริ่มมีนโยบายผ่อนปรนมาตรการต่าง ๆ มากขึ้น สำหรับ

ร้านอาหารในระดับ SHA PLUS เริ่มอนุญาตให้สามารถดื่มแอลกอฮอล์ภายในร้านได้จนถึง 23.00 น. แต่สำหรับสถานบันเทิง ผับบาร์ คาราโอเกะ หรือสถานที่คล้ายกันรัฐบาลยังไม่มีการอนุญาตให้เปิดบริการได้ปกติ เนื่องจากยังคงมีจำนวนผู้ติดเชื้ออย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังคงมีมาตรการคัดกรองนักท่องเที่ยวตามสาธารณสุขไว้เป็นหลัก และมาตรการความปลอดภัยขั้นพื้นฐานอยู่เพื่อบริหารจัดการพื้นที่ด้านเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับด้านสาธารณสุขได้อย่างมีประสิทธิภาพ พบว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวไปประเทศไทยผ่านโครงการ Test & Go, โครงการ Sandbox และโครงการ Alternative Quarantine ทั้งหมดจำนวน 133,903 คน ซึ่งถือว่าเป็นการขยายตัวจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาร้อยละ 1,640 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 9.62 ล้านคน ซึ่งขยายตัวร้อยละ 113.31 และสร้างรายได้ 4.78 หมื่นล้านบาท และจังหวัดชลบุรีก็เป็น 1 ใน 3 จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนมากที่สุด คือ 917,069 คน ต่อมาในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ รัฐบาลอนุญาตให้สถานประกอบการที่มีลักษณะคล้ายสถานบริการ สถานบันเทิง ผับ บาร์ คาราโอเกะ สามารถปรับเปลี่ยนมาประกอบกิจการตามเดิมได้

ศุภลักษณ์ ศรีวิไล และรุ่งเรือง ทองศรี (2564) ได้กล่าวถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ว่า ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ทั้งสายการบิน บริษัททัวร์ โรงแรม รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการและภาครัฐต้องเตรียมความพร้อม และปรับตัวเข้าสู่วิถีชีวิตใหม่ (New normal) ดังนี้

1. เตรียมความพร้อมในการดำเนินงานที่ได้คุณภาพ เช่น การใช้เทคโนโลยีแทนการบุคลากรเพื่อลดการสัมผัสระหว่างบุคคล
 2. จัดเตรียมสถานที่และกิจกรรมที่ปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดสถานที่ให้เป็นไปตามมาตรการที่ภาครัฐกำหนดไว้ ทำความสะอาดฆ่าเชื้อโรคอุปกรณ์ต่าง ๆ
 3. สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว และปรับเปลี่ยนการบริการให้เข้ากับยุคปัจจุบันให้ความสำคัญเรื่องสุขภาพ ความปลอดภัย และความสะอาดเป็นหลัก
- กลยุทธ์ของภาครัฐที่ใช้รับมือกับผลกระทบของการระบาดโควิด-19 ดังนี้
1. สร้างความร่วมมือในระดับประเทศ ควบคู่กับการทำการตลาดเชิงรุก
 2. เชื่อมโยงแอปพลิเคชันไทยชนะ เพื่อติดตามนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาภายในประเทศ
 3. ปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานสาธารณสุข โดยเน้นเรื่องความสะอาดและถูกสุขลักษณะ
 4. สนับสนุนให้มีการฝึกอบรมพนักงานผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เน้นการดูแล
 5. สร้างความร่วมมือระหว่างกิจการขนาดเล็ก เพื่ออำนวยความสะดวกแก่กัน เช่น โรงแรมขนาดเล็กกับร้านอาหารหรือร้านนวด

6. ออกแบบโครงข่ายการสัญจรและปรับใช้พื้นที่ให้เหมาะสมรองรับมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) โดยปรับการใช้พื้นที่ให้มีความแออัดน้อยลง

7. เพิ่มระดับมาตรฐานด้านสาธารณสุขโรคและความปลอดภัย ให้มีการบังคับใช้อย่างเข้มงวด พร้อมทั้งเพิ่มระดับบริการสาธารณสุขในแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นให้ได้มาตรฐานสากลในทุกด้าน

8. ปรับปรุงโรงแรมและที่พักให้เป็นสถานที่สำหรับกลุ่มคนเปราะบางที่ต้องการหลีกเลี่ยงการติดเชื้อ เช่น ผู้ป่วยสูงอายุ ผู้ป่วยที่อยู่ในระยะพักฟื้น

วิไลวรรณ วัชรนวก้าว และยุภาพร ยุภาศ (2564) ได้กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในยุคแพร่ระบาดของโควิด-19 ระบุว่า การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมาก ทำให้ภาคการท่องเที่ยวหยุดนิ่งมาตั้งแต่ช่วงเมษายน ปี พ.ศ.2563 หลายประเทศจึงต้องมีมาตรการเยียวยาทั้งส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และส่วนของนักท่องเที่ยว และเมื่อหลังจากสถานการณ์โควิด-19 เริ่มคลี่คลายลง ควรมีการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยทางด้านสุขภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบภายใต้ความปกติใหม่ (New Normal) โดยใช้ยุทธศาสตร์ 5R เป็นตัวขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ดังนี้

1. รีบูต (Reboots) เป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ เน้นการเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย และผลักดันให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. รีบิลด์ (Rebuild) เป็นการซ่อมสร้าง ปรับตัวเข้าสู่ New Normal พัฒนาสินค้าและบริการ รวมถึงบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีศักยภาพ พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีให้เข้ามาใช้งานมากขึ้น

3. รีแบรนด์ (Rebrand) สร้างภาพลักษณ์ใหม่ ให้เป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเป็นอันดับหนึ่ง สร้างความเชื่อมั่นและปลอดภัย

4. รีบาวนด์ (Rebound) กระตุ้นนักท่องเที่ยวต่างชาติให้กลับมาท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มที่มีศักยภาพการใช้จ่ายสูง และทำการตลาดแบบเจาะจงกลุ่ม

5. รีบาลานซ์ (Rebalance) ปรับสมดุลเพื่อความยั่งยืน ท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

โดยทั้งนี้ภาครัฐได้จัดทำโครงการเที่ยวปันสุขฟื้นฟูการท่องเที่ยวประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบจาก โควิด-19 คือ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เป็นโครงการที่จัดขึ้นเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวให้แก่ประชาชนคนทั่วไปได้ออกเดินทางท่องเที่ยว โดยภาครัฐได้ให้ส่วนลดค่าห้องพัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าบริการสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และค่าเดินทางโดยเครื่องบิน และโครงการกำลังใจ เป็นโครงการที่จัดให้สำหรับเจ้าหน้าที่ อสม. รพสต. อสส. โดยมีงบประมาณไม่เกิน 2,000 บาท ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 2 วัน 1 คืน

เนื่องจากแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบร้ายแรงต่อการท่องเที่ยวทั่วโลก ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563 อ้างถึงใน เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2564) ต้องปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์การพัฒนาและกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยการเสนอแนวคิด BEST ดังนี้

1. B-Booking (in Advance) นักท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนทั้ง ก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทาง และต้องปรับตัวไปตามสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เช่น การยกเลิกจอง เลื่อน หรือคืนเงิน

2. E-Environmental Enthusiast แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควบคู่กับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับมาโดยตลอด นักท่องเที่ยวในยุคหลังโควิดจึงมีความกระตือรือร้นในการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

3. S-Safety (come first) การเข้าถึงข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว ต้องเข้าถึงได้อย่างง่ายดายและนำเสนอข้อเท็จจริง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัย ปลอดภัย ถูกสุขอนามัย

4. T-Technology (enhance tourist experience) การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในแหล่งท่องเที่ยว จะช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ในรูปแบบการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism) เช่น การนำเสนอข้อมูลเชิงเสมือนที่ผสมผสานกับโลกของความจริง

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ข้างต้น ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก และส่งผลกระทบไปถึงเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ภาครัฐต้องมีมาตรการในการเยียวยาทั้งด้านผู้ประกอบการ และมาตรการป้องกันของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวกลับมาเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้ง โดยเริ่มจากการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้สามารถดำเนินต่อไปได้ ทั้งนี้ทุกฝ่ายต้องปฏิบัติตามมาตรการที่ภาครัฐจัดทำขึ้นอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันปัญหาที่จะตามมา

5.2.2 แนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย

ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว (2563) ได้มีการสำรวจข้อมูลของประชากรชาวไทยทั่วประเทศ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีผลสำรวจคือ ประชากรไทยยังมีความเชื่อมั่นต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศสูงถึง 83.78% โดยส่วนใหญ่มีการวางแผนที่จะออกเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีบางส่วนที่เลือกที่จะไม่วางแผนการเดินทางท่องเที่ยว เพราะยังไม่ค่อยมั่นใจต่อปัญหาการแพร่ระบาด โควิด-19

ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว (2563) ได้มีการสำรวจข้อมูลของคนไทยทั่วประเทศ เพื่อให้ทราบพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ มีผลสำรวจดังนี้

1. คนไทยยังมีผลความเชื่อมั่นต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวในประเทศสูงถึง 83.78% โดยส่วนใหญ่มีการวางแผนที่จะออกเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังบางส่วนที่เลือกที่จะไม่วางแผนการเดินทางท่องเที่ยว เพราะยังไม่ค่อยมั่นใจต่อปัญหาการแพร่ระบาดของ โควิด-19

2. รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่วนมาก จะเป็นการเดินทางข้ามจังหวัด โดยมีสถานที่ปลายทางยอดนิยม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ชลบุรี กาญจนบุรี และกระบี่

3. พาหนะที่ส่วนใหญ่นิยมใช้เดินทางคือรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือโดยสารโดยเครื่องบินและการใช้บริการรถยนต์ให้เช่า

4. กิจกรรมที่นิยมทำระหว่างเดินทาง ส่วนใหญ่คือการถ่ายรูป ชมธรรมชาติ ไหว้พระขอพร ซื้อสินค้าช้อปปิ้ง และขับรถเที่ยวตามทาง ตามลำดับ

5. ประชากรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ว่าควรรอระยะเวลาที่เหมาะสมก่อน โดยต้องมีเงื่อนไขในการกำหนดมาตรการเฝ้าระวังการแพร่เชื้ออย่างเป็นมาตรฐานสากล

5.2.3 แนวทางปฏิบัติในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์โควิด-19

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (2563) ได้ให้คำแนะนำในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ไว้ดังนี้

1. เมื่อเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่คาดว่าจะมีผู้ป่วยโควิด-19

1.1 ตรวจสอบข้อมูลข่าวสารการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภายในประเทศ จากเว็บไซต์กรมควบคุมโรคและศึกษามาตรการการป้องกันควบคุมโรคของจังหวัดที่จะเดินทางไป

1.2 เตรียมข้อมูลหมายเลขโทรศัพท์หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือกรณีเกิดการเจ็บป่วย หรือมีเหตุฉุกเฉินในการเดินทาง

1.3 ผู้มีโรคประจำตัวเรื้อรัง ผู้มีภูมิคุ้มกันบกพร่อง เด็กเล็ก และผู้สูงอายุ ควรระมัดระวังการอยู่ในพื้นที่แออัดและการสัมผัสบุคคลอื่น และควรได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ประจำปี

1.4 เลือกใช้บริการสถานที่พัก ร้านอาหาร หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน SHA และควรเป็นสถานที่เปิด อากาศถ่ายเทดี

1.5 เดินทางท่องเที่ยวในวันและเวลาที่ไม่แออัด

1.6 หลีกเลี่ยงกิจกรรมที่มีการรวมตัวของคนหมู่มากหรือเป็นสถานที่ปิด กิจกรรมที่ต้องใช้อุปกรณ์ร่วมกับผู้อื่น ควรตรวจสอบมาตรฐานของอุปกรณ์และการทำความสะอาดก่อนการใช้งาน

1.7 หากมีไข้หรือไม่สบาย ไม่ควรเดินทาง

1.8 เตรียมเจลแอลกอฮอล์และหน้ากากอนามัยให้เพียงพอ สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา และควรงดในถึงขยะติดเชื้อ

1.9 ลงทะเบียนเข้าออกในสถานที่ต่างๆ ปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานที่นั้น และควรงดในที่กั้น เวลา และสถานที่ที่ไปใช้บริการ

1.10 หมั่นล้างมือให้สะอาดอยู่เสมอ โดยเฉพาะก่อนรับประทานอาหารและหลังเข้าห้องน้ำ หลีกเลี่ยงการใช้มือ สัมผัสใบหน้า ตา ปาก จมูก รวมทั้งการเว้นระยะห่างจากผู้อื่น

1.11 ผู้ที่เพิ่งมาจากต่างประเทศ ไม่ควรเดินทางไปจังหวัดอื่นจนกว่าจะครบ 14 วัน

1.12 หากมีอาการป่วยหลังจากกลับจากการเดินทางท่องเที่ยว ควรไปพบแพทย์ และแจ้งประวัติการเดินทางให้แพทย์ทราบ

2. เมื่อเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ทั่วไป

2.1 เลือกวันเดินทางท่องเที่ยวที่หลีกเลี่ยงความแออัดของสถานบริการ

2.2 เลือกใช้บริการสถานที่พัก ร้านอาหาร หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน SHA และควรเป็นสถานที่เปิด อากาศถ่ายเทดี

2.3 ปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด

2.4 หากมีไข้หรือไม่สบาย ไม่ควรเดินทาง

2.5 สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา และเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล

2.6 ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ทุกครั้งก่อนรับประทานอาหาร และหลังจากเข้าห้องน้ำ

6. พื้นที่ศึกษาเขตปกครองพิเศษพัตยา

6.1 ข้อมูลพื้นฐานเมืองพัตยา

6.1.1 ลักษณะทางกายภาพ

เขตปกครองพิเศษพัตยา อยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีพิกัดทางภูมิศาสตร์ คือ เส้นรุ้งที่ 13 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 101 องศาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร เป็นระยะทาง 150 กิโลเมตรโดยประมาณ มีอาณาเขตดังนี้

ทิศเหนือ เริ่มต้นจากบริเวณแนวคลองกระทิงลาย มีอาณาเขตติดต่อกับเขตเทศบาลตำบลบางละมุง และเขตเทศบาลตำบลหนองปลาไหล

ทิศใต้ จรดพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่ มีอาณาเขตติดต่อกับเขตเทศบาลตำบลห้วยใหญ่ และเขตเทศบาลตำบลนาจอมเทียน

ทิศตะวันออก ขนานไปกับถนนสุขุมวิท มีอาณาเขตติดต่อกับเขตเทศบาลตำบลหนองปลาไหลและเขตเทศบาลเมืองหนองปรือ

ทิศตะวันตก ขนานกับแนวชายฝั่งทะเลไทย

พื้นที่ทั้งหมด 208.10 ตารางกิโลเมตร (130,162.50 ไร่) ได้แก่ พื้นดิน (รวมเกาะล้าน) 53.44 ตารางกิโลเมตร (33,400 ไร่) พื้นน้ำ 154.66 ตารางกิโลเมตร (96,662.50 ไร่) เกาะล้าน 4.07 ตารางกิโลเมตร (2543.75 ไร่)

6.1.2 สภาพภูมิประเทศ

เขตปกครองพิเศษพัทยา มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเนิน มีที่ราบน้อย ซึ่งที่ราบที่สำคัญจะเป็นที่ตั้งของแหล่งการค้า ส่วนพื้นที่ที่เป็นที่อยู่อาศัยของประชากรนั้นจะอยู่ในบริเวณหาดพัทยา ขึ้นไปทางตอนบน โดยพื้นที่ที่เป็นที่ราบนั้นจะถูกล้อมด้วยเนินเขาเตี้ย ๆ ที่มีความสูงไม่เกิน 100 เมตร ระดับน้ำทะเลปานกลาง ตั้งแต่ทิศเหนือลงมาจะเป็นเนินเขาเตี้ย มีความสูงประมาณ 35 เมตร ระดับน้ำทะเลปานกลาง ถัดลงมาจะเป็นเขาน้อย เขาตาโลและเขาเสาธง มีความสูงประมาณ 65 เมตร ระดับน้ำทะเลปานกลาง แนวเขานี้จะแตกตัวออกไปต่อเนื่องกับเขาพัทยาทางด้านทิศตะวันตก ซึ่งติดกับชายฝั่งทะเล มีความสูงประมาณ 98 เมตร ระดับน้ำทะเลปานกลาง โดยแนวเขาที่แตกตัวออกไปนั้นจะทำให้เกิดที่ราบระหว่างเชิงเขากับชายฝั่งทะเลอีก 2 แห่ง

ลักษณะทางภูมิอากาศโดยทั่วไปจะแบ่งเป็น 3 ฤดูกาล คือ

- ฤดูหนาว ประมาณกลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์
- ฤดูร้อน ประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม
- ฤดูฝน ประมาณกลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม

6.2 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเขตปกครองพิเศษพัทยา

6.2.1 ข้อมูลทางการท่องเที่ยว

วิสัยทัศน์เขตปกครองพิเศษพัทยา “นครศูนย์กลางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน ยั่งยืนและน่าอยู่สำหรับทุกคน”

เขตปกครองพิเศษพัทยานับได้ว่าเป็นเมืองที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างไปจากเมืองอื่น ๆ ในหลากหลายด้าน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการบริหาร โดยเขตปกครองพิเศษพัทยาถือได้ว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เป็นเมืองศูนย์กลางด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจระดับภูมิภาคตะวันออก ด้านการบริการและท่องเที่ยวสำหรับโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก ด้านการคมนาคมและโทรคมนาคมระดับภาค ด้านการศึกษาทุกระดับ และเป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภคที่สมบูรณ์ มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ มีรูปแบบและระบบการปกครองที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างชัดเจน

อีกทั้งเป็นเมืองที่เป็นศูนย์กีฬาและศูนย์การแข่งขันกีฬาทางน้ำทั้งในระดับประเทศและระดับโลก (สถานีอุตุนิยมวิทยาชลบุรี (พัทยา), 2559)

แผนพัฒนาเขตปกครองพิเศษพัทยา ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาสู่การเป็นเมืองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวระดับโลก และมหานครศูนย์กลางภูมิภาค (Innovation) โดยมีแนวทางในการพัฒนา คือ การพัฒนาเขตปกครองพิเศษพัทยาสู่การเป็น Smart city ให้เร็วที่สุด และการเป็นเมือง Low Carbon Society ควบคู่กันไป เน้นการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ที่หลากหลายและแปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้มีกิจกรรมนันทนาการ และกีฬาทุกชนิด สร้างภาพลักษณ์ให้เขตปกครองพิเศษพัทยาเป็นเมืองแหล่งท่องเที่ยว มีสถานที่รองรับในการจัดประชุมสัมมนา ที่พักอาศัย ศูนย์กลางด้านการแพทย์ หรือแหล่งลงทุนระดับโลกและมีการสื่อสารสู่สาธารณะในประเทศไทย เพื่อสร้างทัศนคติที่ถูกต้องของความสำเร็จของเขตการปกครองพิเศษพัทยา (สำนักงานยุทธศาสตร์และงบประมาณ, 2562)

แผนพัฒนาเขตปกครองพิเศษพัทยาตามแนวทาง NEO PATTAYA คาดการณ์ว่าประชากรในเขตปกครองพิเศษพัทยาจะเพิ่มขึ้นประมาณสามล้านคน จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นถึงสามเท่า และจะมีการลงทุนเบื้องต้นประมาณ 1.7 ล้านล้านบาท ซึ่งจะส่งผลให้ด้านกายภาพของเขตปกครองพิเศษพัทยาเปลี่ยนแปลงไป จึงเป็นโอกาสของเขตปกครองพิเศษพัทยาในการเป็น NEO PATTAYA หรือ พัทยาโฉมใหม่ ก้าวไกล ไม่ทิ้งกัน จึงได้มีนโยบาย 5 ด้าน ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และด้านบริหาร (สำนักงานยุทธศาสตร์และงบประมาณ, 2563)

เขตปกครองพิเศษพัทยาเป็นเมืองที่มีชื่อเสียง ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวหลากหลายมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลให้มีการรับวัฒนธรรมต่างถิ่นและวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาใช้ ซึ่งประชากรท้องถิ่นยังคงมีการรักษาประเพณีท้องถิ่นดั้งเดิมเอาไว้ ซึ่งประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญ ได้แก่

- ประเพณีวันไหล นาเกลือ วันที่ 18 เมษายน
- ประเพณีวันไหล พัทยา วันที่ 19 เมษายน
- ประเพณีกองข้าว นาเกลือ วันที่ 20 เมษายน
- ประเพณีกองข้าว หนองใหญ่ วันที่ 20 เมษายน
- วันสถาปนาเมืองพัทยา วันที่ 29 พฤศจิกายน
- วันสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช วันที่ 28 ธันวาคม

6.2.2 สถานที่ท่องเที่ยว

เขตปกครองพิเศษพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่หลากหลายประเภท เช่น ประสาทสังฆธรรม เมืองจำลอง สวนเฉลิมพระเกียรติเขาพระตำหนัก อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้พัทยา อิมเมอร์วอเตอร์เวิร์ลพัทยา อุทยานสามก๊ก บ้านสุขาวดี

ตลาดน้ำสี่ภาค พัทธาดอลฟินเวิลด์ อะเมซซิ่งอาร์ทพัทธยา ชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว สวนนงนุชพัทธยา มิโมซ่าพัทธยา เรือรบหลวงจักรีนฤเบศรฐานทัพเรือสัตหีบ อุทยานใต้ทะเลเกาะขาม หาดเตยงาม หาดทรายแก้ว สวนเสือศรีราชา ทิฟฟานีโชว์ สวนน้ำการ์ตูนเน็ตเวิร์ค สวนน้ำรามายณะ สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นต้น

หาดพัทธยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพัทธยา มีลักษณะเป็นหาดรูปโค้งครึ่งวงกลมมีพื้นที่ตั้งแต่บริเวณพัทธยาเหนือเลียบบไปตามถนนชายหาดจนถึงพัทธยาใต้ เป็นเขตชุมชนหนาแน่น มีโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหาร และธุรกิจอีกหลายประเภท รวมไปถึงไนต์คลับ บาร์ คาบาเร่ต์สำหรับบริการนักท่องเที่ยวในเวลากลางคืน บรรยากาศร่มเย็นจากต้นไม้ขนาดใหญ่เหมาะกับการเดินทางมาพักผ่อนและยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์กีฬาทางน้ำและทางบก เป็นต้น

หาดจอมเทียน เป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเลที่มีชื่อเสียงของเมืองพัทธยา มีบรรยากาศที่แตกต่างไปจากหาดพัทธยา โดยที่หาดจอมเทียนจะเป็นชายหาดที่ต่อเนื่องจากเขาพัทธยา มีถนนเลียบบชายหาดเป็นระยะทางประมาณ 3 กิโลเมตร หาดจอมเทียนเป็นหาดที่มีความเงียบสงบ มีการปลูกต้นไม้บริเวณหาดเพื่อเพิ่มความร่มรื่นและความสวยงาม ซึ่งหาดจอมเทียนเป็นอีกหนึ่งชายหาดที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่ต้องการความสงบในการพักผ่อนและมีกิจกรรมทางน้ำอีกมากมาย เช่น เจ็ตสกี วินด์เซิร์ฟ เรือลากกล้วย อีกทั้งยังมีบังกะโล่ ภัตตาคาร และร้านอาหารทะเลสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอีกด้วย

เมืองจำลอง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการจำลองสิ่งก่อสร้างหรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ที่สำคัญในประเทศและนอกประเทศไว้ เช่น พระบรมมหาราชวัง อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ปราสาทหินพิมาย หอไอเฟล หอเอนปิซา แกรนด์แคนยอน เทพีเสรีภาพ

เขาพัทธยา (เขาพระบาท) เป็นเนินเขาขนาดเล็กที่ตั้งอยู่บนเขาด้านฝั่งตะวันตกของชายหาดพัทธยา ซึ่งเป็นจุดชมวิวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว สามารถมองเห็นทิวทัศน์ชายฝั่งพัทธยาและชายหาดได้อย่างสวยงาม

พัทธยาเหนือ มีสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ทิฟฟานีโชว์ อัลคาร์ซ่าคาบาเร่ต์ อีกทั้งมีตลาดนาเกลือสำหรับให้นักท่องเที่ยวซื้ออาหารทะเลสด ๆ นอกจากนี้ย่านตลาดนาเกลือยังได้รับการจัดให้เป็นย่านชุมชนโบราณอีกด้วย

พัทธยาใต้ สถานที่ท่องเที่ยว เช่น วอร์คิง สตรีท มีร้านค้า บาร์ต่าง ๆ มากมาย และมีร้านอาหารทะเล ซึ่งส่วนใหญ่จะสร้างยื่นลงไปทะเลเพื่อเพิ่มบรรยากาศในการรับประทานอาหาร

7. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 ในประเทศ

เกษมณี เหลืองชิติกัญญา (2560) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยได้หวั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยได้หวั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มที่เคยไปและไม่เคยไป รวมถึงกลุ่มที่มีแผนและไม่มีแผนในการเดินทางไปยังประเทศไทยได้หวั่นในอนาคต ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยได้หวั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละกลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยในด้านความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยในการยกเว้นวีซ่าในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัยในด้านค่าพาหนะในการเดินทางเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด

ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช (2564) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปกติใหม่ พบว่า เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านความปลอดภัย ด้านที่พัก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว โดยมิต่ำเฉลี่ยเรียงจากมากไปน้อย อันดับหนึ่งคือ ความปลอดภัยสอดคล้อง ไชยวัฒน์ อัครวิชัยตระกูล (2556) ที่กล่าวว่าก่อนการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ไม่คุ้นเคย นักท่องเที่ยวจะสร้างความมั่นใจในตัวเองว่าสถานที่ท่องเที่ยวนั้นปลอดภัย หากนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการที่ท่องเที่ยวนั้นมีอันตรายจะยกเลิกหรือหยุดการท่องเที่ยวทันทีซึ่งสอดคล้องกับนรเศรษฐ์คำสี (2560) การรับรู้เรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านการก่อการร้าย ปัจจัยด้านปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง ปัจจัยด้านปัญหาสุขอนามัยและโรคติดต่อ ปัจจัยด้านภัยธรรมชาติ ปัจจัยด้านการเกิดอาชญากรรม ปัจจัยด้านการเกิดอุบัติเหตุ

บริสุทธิ์ แสนคำ (2564) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเปิดรับสื่อท่องเที่ยว การตัดสินใจท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อท่องเที่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังภาวะวิกฤตโควิด-19 ของกลุ่ม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ ผลการวิจัยแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-39 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 15,000-30,000 บาท/เดือน และสถานภาพโสด ส่วนที่ 2 มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ระยะเวลาเดินทางประมาณ 3 วัน และงบประมาณในการใช้จ่ายอยู่ที่ 3,001-6,000 บาท/ครั้ง ส่วนที่ 3 มีการเปิดรับสื่อผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อโทรทัศน์ โดยมีการเปิดรับสื่อด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย

กระบวนการให้บริการ ราคา และข้อเสนอพิเศษ ตามลำดับ ส่วนที่ 4 การตัดสินใจท่องเที่ยวหลังภาวะวิกฤตโควิด-19 อยู่ในแนวโน้มที่สูงและมีเหตุผลในการตัดสินใจ คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัย เพื่อพักผ่อนจากความเครียดในการทำงานอยู่ที่บ้าน และสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยว

ศรัญญา ศรีทอง (2564) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อยเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมายังชุมชนตลาดน้อย มักเดินทางมากับเพื่อน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการถ่ายภาพ ชมงานสตรีทอาร์ต พิพิธภัณฑ์ชุมชนตลาดน้อย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในชุมชน และนักท่องเที่ยวต้องการกลับมาเที่ยวชุมชนซ้ำอีก แรงจูงใจในการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อยทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ยกเว้นด้านสภาพและชื่อเสียงอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อยเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนตลาดน้อยมีการรวมกลุ่มกันในการจัดการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตผ่านกิจกรรมภายในชุมชน แต่ยังไม่มีการจัดการระบบการท่องเที่ยวของชุมชนที่ยังไม่ชัดเจน

รุ่งฟ้า สะแกกลาง (2562) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและเปรียบเทียบแรงจูงใจที่จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 2-3 วัน จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3-5 ราย มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,501-3,000 บาท/ครั้ง และทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมาจากสื่อออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ สถานภาพสมรส และอาชีพ แตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนสมาชิก และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ไม่แตกต่างกัน

สีปกร สารอักษร และคณะ (2561) ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวแบบครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ แรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

ในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ อาหารทะเล สิ่งอำนวยความสะดวก และความยอดเยี่ยมของเกาะภูเก็ต สำหรับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวครอบครัวนั้น ภรรยาคือผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เช่น เป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการนำบุตรไปร่วมเดินทาง ระยะเวลา วันเดินทาง และวิธีการเดินทาง บุตรจะมีบทบาทในการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะเข้าร่วม และสามีจะเป็นผู้ตัดสินใจหลักเรื่องงบประมาณการเดินทาง ส่วนการพิจารณาเรื่องที่พักและจุดหมายปลายทางเป็นการตัดสินใจร่วมกันในครอบครัว

ฉัตรวิไล เหมือนประเสริฐ และสหภาพ พ่อค้าทอง (2559) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทศนคติ ความพึงพอใจและแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร ทศนคติ ความพึงพอใจและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเมืองพัทยา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 บาท เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยาเฉลี่ย 1 ครั้งต่อปี เพื่อการพักผ่อนและประชุมสัมมนา เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว โดยรถยนต์ส่วนตัว มีระยะเวลาท่องเที่ยว 3 วัน มีที่พักเป็นโรงแรม สนใจกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างชายหาดและหมู่เกาะ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001-7,000 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านที่พัก และมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด

7.2 ต่างประเทศ

เชบลี และเบน (Chebli and Ben, 2020) ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว และระบุความตั้งใจที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากการระบาดครั้งใหญ่ของโควิด-19 จากการศึกษาพบว่า การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในด้านความปลอดภัย ด้านค่าใช้จ่ายทางเศรษฐกิจ ความเชื่อมั่น และทัศนคติ

ชิน และคณะ (Shin et al., 2022) ทำการศึกษาเรื่องตัวกำหนดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวระหว่างและหลังโควิด-19 โดยศึกษาบทบาทของความไว้วางใจจากนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดในการเดินทาง และปัจจัยด้านทัศนคติ จากการศึกษาประการแรก พบว่าผลกระทบเชิงบวกของความไว้วางใจเชิงปฏิสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางบ่งชี้ถึงความสำคัญของความไว้วางใจทางสังคมระหว่างนักเดินทางเพื่อส่งเสริมการเดินทางในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน ประการที่

สอง ในแง่ของปัจจัยจำกัดการเดินทาง การศึกษานี้พบผลกระทบเชิงลบของการจำกัดระยะห่างระหว่างบุคคลและทางสังคมต่อการตัดสินใจการเดินทาง ประการที่สาม ผลกระทบที่สำคัญของทัศนคติในการเดินทาง บรรทัดฐานส่วนตัวและประสบการณ์เดินทางภายในประเทศในอดีตมีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ประการที่สี่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเดินทางหลังการระบาด พบว่าปัจจัยในการตัดสินใจบางอย่างมีความแตกต่างกันระหว่างความตั้งใจเดินทางในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่า ผลกระทบของทฤษฎีปัจจัยด้านพฤติกรรมที่วางแผนไว้ต่อความตั้งใจในการเดินทางหลังการระบาดใหญ่นั้นแตกต่างกันไปตามประเภทการเดินทาง ต่างจากการตัดสินใจเดินทางในช่วงการระบาดใหญ่ บรรทัดฐานอัตนัยไม่มีผลกระทบต่อความตั้งใจเดินทางภายในประเทศแต่การรับรู้ถึงการควบคุม พฤติกรรมมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญและเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเดินทาง

ฟาเตมา (Fatema, 2022) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจากสถานการณ์โควิด-19 พบว่า การระบาดของสถานการณ์โควิด-19 ครั้งนี้ ทำให้นักท่องเที่ยวใส่ใจสุขภาพและสุขอนามัยมากขึ้น นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงการเดินทางระหว่างประเทศเนื่องจากความเสี่ยงที่จะติดเชื้อโควิด-19 ก่อนวางแผนการเดินทางมีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาด้านความปลอดภัย และอันตรายต่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวต้องการหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารแปลกใหม่ และชอบอาหารทำเองเพื่อรักษาสุขอนามัย ดังนั้นการให้ข้อมูลที่ชัดเจนจึงเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง นักท่องเที่ยวมักจะเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวเนื่องจากราคาไม่แพง และส่งผลดีทั้งด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประกันการเดินทางมากขึ้น เนื่องจากการระบาดใหญ่ครั้งนี้ ทำให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ดังนั้นการลดค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นเพื่อลดราคาหรือข้อเสนอที่น่าสนใจจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางได้

มีร์ไซ ซาดิน และเพดรัม (Mirzaei, Sadin, and Pedram, 2021) ทำการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวและโควิด-19 โดยการศึกษาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเดินทางและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในอิหร่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเดินทางและพฤติกรรมการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรม ความต้องการ และคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป การเช่าซื้อสถานที่ท่องเที่ยวได้เปลี่ยนจากปัจจัยด้านสุขอนามัยเป็นปัจจัยกระตุ้นการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสุขอนามัยของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวโดยปฏิบัติตามกฎระเบียบและแนวทางด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยที่เผยแพร่โดยองค์การระหว่างประเทศ เช่น WHO CDC นอกจากนี้

การเดินทางที่ยาวนานขึ้นถือเป็นความเสี่ยงต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงนิยมเดินทางสั้น ๆ ด้วยรถยนต์ส่วนตัว หรืออีกนัยหนึ่งคือการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

เซกุย และลาเรสมา (Segui and Laresma, 2018) ทำการศึกษาแรงจูงใจของคนรุ่นมิลเลนเนียลในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเกซอน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของคนรุ่นมิลเลนเนียลในการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเกซอน โดยศึกษาปัจจัยที่กระตุ้นให้คนรุ่นมิลเลนเนียลเดินทางทั้งในด้านกายภาพ วัฒนธรรม มนุษยสัมพันธ์ สถานะ และชื่อเสียง ปัจจัยที่กระตุ้นให้คนรุ่นมิลเลนเนียลเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเกซอน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจในเมืองซานฮวนและที่พักอาศัยในบาตังกัส ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของคนรุ่นมิลเลนเนียล คือ การแสวงหาประสบการณ์การผจญภัยหรือประสบการณ์ใหม่ ๆ และเรียนรู้ไลฟ์สไตล์อื่น ๆ และคนรุ่นมิลเลนเนียลเดินทางเพื่อสร้างความทรงจำใหม่ ๆ และปรับเปลี่ยนมุมมองในชีวิต

อิงกาดิจายา (Ingakadijaya, 2018) ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางของการท่องเที่ยวแบบครอบครัว เกี่ยวกับกิจกรรมของครอบครัวในจุดหมายปลายทาง และความแตกต่างของการเลือกกิจกรรมของครอบครัวตามประเภทของแรงจูงใจในการเดินทาง โดยการท่องเที่ยวแบบครอบครัวมีแรงจูงใจ 2 ประการ คือ ต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวันที่จำเจ และการแสวงหาแรงจูงใจของครอบครัว เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้น ผลการวิจัยพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในการเลือกกิจกรรมตามครอบครัวที่มีแรงจูงใจต่างกัน โดยมีนัยสำคัญสองประการ ประการที่หนึ่ง คือ การท่องเที่ยวแบบครอบครัวเปรียบเหมือนการหลบหนีชั่วคราวจากงานประจำ เพื่อการเริ่มต้นกิจวัตรประจำวันให้มีชีวิตชีวา ต้องได้รับการอำนวยความสะดวกจากการมีนโยบายวันหยุดสำหรับพนักงานและวันหยุดของเด็กนักเรียน เพื่อที่จะได้มีโอกาสใช้เวลาวันหยุดร่วมกันและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับสมาชิกในครอบครัว ประการที่สองคือ ครอบครัวที่ชอบท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และทำกิจกรรมท่องเที่ยวพิเศษ ต้องการให้ปรับสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้เข้ากับความต้องการของครอบครัว โดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัยและความสะดวกสบาย

เดอโมวา (Dimova, 2015) ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางของกลุ่มมิลเลนเนียลและกิจกรรมที่ต้องการภายในจุดหมายปลายทาง โดยการศึกษาเปรียบเทียบของอเมริกาและสหราชอาณาจักร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มมิลเลนเนียลชาวอเมริกันและชาวอังกฤษได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านแรงจูงใจในการเดินทางและความพึงพอใจในกิจกรรมจุดหมายปลายทาง ปัจจัยจูงใจที่สำคัญที่สุดสำหรับทั้งคู่ คือ การผ่อนคลาย ความต้องการหลีกเลี่ยงจากความธรรมดา และความปรารถนาที่จะสัมผัสประสบการณ์การใช้ชีวิตที่แตกต่าง ทั้งสองสัญชาติเห็นพ้องกันว่ากิจกรรมที่น่าสนใจที่สุด คือ การลิ้มลองอาหารท้องถิ่นและไปเที่ยวชม

สถานที่ท่องเที่ยว แม้ว่าจะมีความคล้ายคลึงกันมาก แต่การศึกษาในปัจจุบันพบความแตกต่างมากมายเกี่ยวกับแรงจูงใจและความชอบของกิจกรรม ระหว่างเชื้อชาติ เพศ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิหลังที่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาระเบียบวิธีวิจัยโดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Millennial Family ที่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

1.2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่างที่เป็นแบบสอบถามจากประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่ชัด โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอคแรน (Cochran, 1953) โดยกำหนดให้ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ อยู่ที่ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$ และระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้คือ ร้อยละ 5 (e มีค่าเท่ากับ 0.05) ทั้งนี้มีรายละเอียดการคำนวณ ดังนี้

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

n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
p	คือ	สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร
e	คือ	ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้
Z	คือ	ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนไว้ที่ 0.05 ค่า $Z = 1.96$ ค่า $e = 0.05$ (สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5) ซึ่งแทนค่าจากสูตรได้ ดังนี้

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

$$n = 384.16 \approx 385 \text{ คน}$$

จากการคำนวณพบว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Millennial Family ที่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทธยา ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 จำนวน 385 คน ซึ่งคณะผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิจัยเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยชุดคำถามที่สร้างขึ้น จากการรวบรวมเอกสาร ข้อมูล แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้า เอกสาร ข้อมูล แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. การสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วยชุดคำถามที่สร้างขึ้นจากการรวบรวมเอกสาร แนวคิด ข้อมูล และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ทำแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) มีคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ข้อ ดังนี้

- 1.1 อายุ
- 1.2 ระดับการศึกษา
- 1.3 อาชีพ
- 1.4 รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน
- 1.5 ประเภทครอบครัว
- 1.6 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) มีคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ข้อ ดังนี้

- 4.1 วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 1 ข้อ
- 4.2 ช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว 1 ข้อ

- 4.3 พาหนะในการเดินทาง 1 ข้อ
- 4.4 ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว 1 ข้อ
- 4.5 ประเภทแหล่งท่องเที่ยว 1 ข้อ
- 4.6 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว 1 ข้อ
- 4.7 การเตรียมการเดินทาง 3 ข้อ
- 4.8 ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก 1 ข้อ

ส่วนที่ 3 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้มาตราวัดลิเคิร์ต (Likert' s Scale) โดยการให้คะแนนแบบ 5, 4, 3, 2, 1 ข้อ มีคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งหมด 28 ข้อ ดังนี้

- 3.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 5 ข้อ
- 3.2 การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 4 ข้อ
- 3.3 การบริการที่พัก (Accommodation) 7 ข้อ
- 3.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) 5 ข้อ
- 3.5 สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities) 7 ข้อ

โดยมาตราวัดลิเคิร์ต (Likert' s Scale) กำหนดให้มี 5 ระดับ ได้แก่

- 5 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด
- 4 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมาก
- 3 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวปานกลาง
- 2 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเที่ยวน้อย
- 1 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเที่ยวน้อยที่สุด

มีเกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูล โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แปลความหมายของค่าเฉลี่ย (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550 อ้างถึงใน พนมพร วันทาพงษ์ และยุวธิดา ซาปัญญา, 2560)

- 4.51 – 5.00 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด
- 3.51 – 4.50 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมาก
- 2.51 – 3.50 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวปานกลาง
- 1.51 – 2.50 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเที่ยวน้อย
- 1.00 – 1.50 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเที่ยวน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open – Ended Questionnaire)

3. การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถามที่ร่างขึ้นเสนอแก่อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยเพื่อ ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของแบบสอบถาม และนำเอาข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยไปปรับปรุง แก้ไขแบบสอบถามให้มีความถูกต้องยิ่งขึ้น

2.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านการเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษาไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องและเหมาะสมกับความมุ่งหมายของงานวิจัยเพื่อให้ความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยใช้สูตรของ โรวินเนลลีและแฮมเบิลตัน (Rovinelli and Hambleton, 1997 อ้างถึงใน, อารยา องค์กรเอี่ยม และ พงศ์ธารา วิจิตเวชไพศาล, 2561)

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

IOC	คือ	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับจุดประสงค์
R	คือ	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$	คือ	ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน
N	คือ	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าค่าของ IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหา แต่ถ้าได้ค่าของ IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้ง โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 5 ท่านในการพิจารณาตรวจสอบข้อคำถาม กำหนดเกณฑ์ค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.895 ซึ่งถือว่ามีความตรงตามเนื้อหา

2.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่ม Gen Y ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่เขตกองพิเศษพิทยา จังหวัดชลบุรี จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) เนื่องจากเป็นค่าที่ยอมรับทางสถิติ และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาได้เท่ากับ 0.961 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดและเป็นที่ยอมรับได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ไม่สามารถเก็บรวบรวมจากแหล่งกำเนิดของข้อมูลได้โดยตรง แต่ได้จากแหล่งที่รวบรวมข้อมูลไว้แล้ว เช่น ข้อมูลสถิติต่าง ๆ ที่มีการบันทึกไว้แล้ว ข้อมูลจากรายงานการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้า หนังสือ วารสาร วิทยุแนวคิด วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมขึ้นใหม่จากแหล่งกำเนิดของข้อมูล โดยตรงไม่มีการเปลี่ยนรูปหรือเปลี่ยนความหมาย เช่น ข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกต ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวม ข้อมูลจากการแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม ดังนี้

4.2.1 วางแผนการดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างและกำหนดวันที่ดำเนินการวางแผนการดำเนินการ

4.2.2 คณะผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามผ่าน Google form และลงพื้นที่ในเขตปกครองพิเศษ พัทยา จากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน

4.2.3 คณะผู้วิจัยได้เขียนชี้แจงเกี่ยวกับการวิจัยเบื้องต้น และคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย เป็นผู้ที่อายุ 30-55 ปี เคยเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาและยินยอมตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ หากผู้ตอบแบบสอบถามมีคุณสมบัติครบถ้วนตรงตามที่กำหนด คณะผู้วิจัยจึงแจกแบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำแบบสอบถามด้วยตนเอง

4.2.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม จากนั้น นำข้อมูลที่ได้ไปลงรหัสข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ผล

4.2.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่ 13 – 30 เมษายน พ.ศ. 2565

5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้ทำวิจัยรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถาม แยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ไม่ถูกต้อง ออก แล้วนำข้อมูลที่สมบูรณ์มาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์สถิติ

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

5.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลตามแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทครอบครัว และจำนวนสมาชิกในครอบครัว แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency)

5.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลตามแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว พาหนะในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว ประเภทแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว การเตรียมการเดินทาง ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

5.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลตามแบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา โดยนำเอาข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางที่ประกอบความเรียง โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

5.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดระเบียบข้อมูลที่ใกล้เคียงกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกันและตีความ สรุปผลการศึกษาตามลำดับ

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

5.2.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทครอบครัว และจำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์นั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's Least Significant Difference (LSD) โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติผู้วิจัยกำหนดระดับไว้ที่ 0.05

5.2.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ประเภทครอบครัว จำนวนสมาชิก อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square test) โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติผู้วิจัยกำหนดระดับไว้ที่ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ซึ่งมีการแบ่งการเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด 7 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยว ในเขตปกครองพิเศษพัทยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพัทยาสำหรับครอบครัว

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทครอบครัว และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ส่วนที่ 6 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1-6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
30-34 ปี	138	35.80
35-39 ปี	64	16.60
40-44 ปี	50	13.00
45-49 ปี	68	17.70
50-55 ปี	65	16.90
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-34 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมา คือ มีอายุอยู่ในช่วง 45-49 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 และมีอายุ 50-55 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	97	25.20
ปริญญาตรี	243	63.10
สูงกว่าปริญญาตรี	45	11.70
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 63.10 รองลงมา คือ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กำลังศึกษาต่อในระดับ มหาบัณฑิตหรือดุษฎีบัณฑิต	15	3.90
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	147	38.20
พนักงานบริษัทเอกชน	87	22.60
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	88	22.90
รับจ้าง/รับจ้างอิสระ	35	9.00
อื่นๆ ได้แก่ พนักงานจ้าง หน่วยงานรัฐ แม่บ้าน เกษตรกร	13	3.40
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.90 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	76	19.70
15,001-25,000 บาท	130	33.80
25,001-35,000 บาท	84	21.80
35,001-45,000 บาท	46	11.90
45,001-55,000 บาท	27	7.00
สูงกว่า 55,000 บาท	22	5.80
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 รองลงมา คือ มีรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 และมีรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทครอบครัว

ประเภทครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครอบครัวเดี่ยว	263	68.30
ครอบครัวขยาย	122	31.70
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในครอบครัวประเภทครอบครัวเดี่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย พ่อ แม่ ลูก จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 68.30 และอยู่ในครอบครัวขยาย ซึ่งประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สามรุ่นขึ้นไป เช่น ปู่ ย่า ตา ยาย พ่อ แม่ ลูก เป็นต้น จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 คน	148	38.40
4-6 คน	193	50.10
มากกว่า 6 คน	44	11.50
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.10 รองลงมา คือ มีสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 38.40 และมีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 385 คน คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 7-16 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการมา ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อพักผ่อน	329	85.50
เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน	9	2.30
เพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านการ เรียนรู้ของบุตร/ธิดา (ท่องเที่ยว สวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ)	12	3.10
เพื่อสุขภาพ (รับประทานอาหาร เพื่อสุขภาพ, ออกกำลังกาย)	32	8.30
อื่น ๆ ได้แก่ เพื่อส่งเสริม ความสัมพันธ์ในครอบครัว และ ส่งเสริมความสัมพันธ์เพื่อน	3	0.80
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 85.50 รองลงมา คือ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 และวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านการเรียนรู้ของบุตรหรือธิดา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว

ช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต (Google Website)	331	42.99
สื่อ Social Media (Facebook, Instagram)	244	31.69
หนังสือพิมพ์	4	0.51
แผ่นพับ	6	0.78
นิตยสาร/หนังสือท่องเที่ยว	25	3.25
ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	158	20.52
อื่น ๆ ได้แก่ โทรทัศน์	2	0.26
รวม	770	100.00

หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 42.99 รองลงมา คือ ใช้สื่อ Social Media จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 31.69 และใช้ครอบครัว ญาติหรือเพื่อน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 20.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว

พาหนะในการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถโดยสารสาธารณะ	59	10.60
รถยนต์ส่วนตัว	358	64.39
รถเช่า	35	6.30
รถไฟ	20	3.42
เครื่องบิน	82	14.75
อื่น ๆ ได้แก่ รถตู้ส่วนตัว	3	0.54
รวม	557	100.00

หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 64.39 รองลงมา คือ ใช้เครื่องบินในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 และใช้รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 10.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	19	4.90
3,001-5,000 บาท	78	20.30
5,001-7,000 บาท	75	19.50
7,001-9,000 บาท	38	9.90
9,001-11,000 บาท	64	16.60
11,001-13,000 บาท	26	6.80
สูงกว่า 13,000 บาท	85	22.00
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายการเดินทางท่องเที่ยวครั้งละ สูงกว่า 13,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 รองลงมา คือ มีค่าใช้จ่ายการเดินทางท่องเที่ยวครั้งละ 3,001-5,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 และมีค่าใช้จ่ายการเดินทางท่องเที่ยวครั้งละ 5,001-7,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธรรมชาติ	261	67.80
ประวัติศาสตร์	7	1.80
วัฒนธรรม	7	1.80
นันทนาการและการผจญภัย	27	7.00
พักผ่อนและสุขภาพ	75	19.60
กีฬา	4	1.00
อื่น ๆ ได้แก่ วัด, เกาะ	4	1.00
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 67.80 รองลงมา คือ สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทเพื่อการพักผ่อนและสุขภาพ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 และสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการและการผจญภัย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เยี่ยมชมและศึกษาธรรมชาติ	182	47.30
เยี่ยมชมและศึกษาแหล่ง ประวัติศาสตร์	12	3.10
เยี่ยมชมและศึกษาวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในพื้นที่	28	7.30
กิจกรรมครอบครัว เช่น ไปสวน สัตว์, สวนน้ำ และกิจกรรม ผจญภัย	133	34.50
กิจกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น ออก กำลังกาย, ปั่นจักรยาน	13	3.40
กีฬาทางบก และ กีฬาทางน้ำ	8	2.10
อื่น ๆ ได้แก่ พักผ่อนหย่อนใจ, ไหว้พระ, กิจกรรมภายใน ครอบครัว, ท่องเที่ยวเกาะ	9	2.30
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเยี่ยมชมและศึกษาธรรมชาติ จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 รองลงมา คือ สนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวกิจกรรมครอบครัว จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเยี่ยมชมและศึกษาวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเตรียมการเดินทาง

การเตรียมการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มี	350	90.90
ไม่มี	35	9.10
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเตรียมการเดินทาง จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 90.90 และไม่มีการเตรียมการเดินทาง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเตรียมการเดินทาง (ความถี่ในการเตรียมการเดินทาง)

การเตรียมการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกครั้งที่เดินทาง	260	74.29
บ่อยครั้ง	43	12.29
บางครั้ง	47	13.42
รวม	350	100.00

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเตรียมการเดินทางทุกครั้งที่เดินทาง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 74.29 รองลงมา คือ มีการเตรียมการเดินทางบางครั้ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 13.42 และมีการเตรียมการเดินทางบ่อยครั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 12.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเตรียมการเดินทาง (เรื่องในการเตรียมการเดินทาง)

การเตรียมการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่พัก	311	23.05
เส้นทาง	237	17.57
กิจกรรมการท่องเที่ยว	194	14.38
วันและเวลาในการเดินทาง	263	19.50
พาหนะในการเดินทาง	148	10.97
งบประมาณ	196	14.53
รวม	1,349	100.00

หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเตรียมการเดินทางในเรื่องที่พัก จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 23.05 รองลงมา คือ มีการเตรียมการเดินทางในเรื่องวันและเวลาในการเดินทาง จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และมีการเตรียมการเดินทางในเรื่องเส้นทาง จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 17.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลับมา	286	74.30
ไม่กลับมา	7	1.80
ไม่แน่ใจ	92	23.90
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 74.30 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 และ ไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลเป็นรายชื่อ ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 17-22 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	4.30	0.492	มาก
2. การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	4.48	0.571	มาก
3. การบริการที่พัก (Accommodation)	4.41	0.454	มาก
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)	4.38	0.537	มาก
5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities)	4.39	0.559	มาก
รวม	4.39	0.480	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.480) และเมื่อพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของผู้ตอบแบบสอบถามรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.571) รองลงมา คือ ด้านการบริการพัก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.454) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.559) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.50	0.707	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง	4.10	0.568	มาก
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีมาตรฐานการจัดการ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	4.20	0.632	มาก
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการ	4.40	0.516	มาก
5. ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางท่องเที่ยว มีความคุ้มค่า	4.30	0.823	มาก
รวม	4.30	0.492	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.492) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม มากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.707) รองลงมา คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.516) และค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.823) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. สามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว	4.40	0.843	มาก
2. สามารถเดินทางเข้าถึงได้หลากหลายรูปแบบ	4.60	0.516	มาก
3. เส้นทางในการเข้าถึงมีความปลอดภัย	4.40	0.699	มาก
4. มีป้ายบอกทางชัดเจน	4.50	0.527	มาก
รวม	4.48	0.570	มาก

จากตารางที่ 19 พบว่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.570) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ด้าน โดยสามารถเดินทางเข้าถึงได้หลากหลายรูปแบบ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.516) รองลงมา คือ มีป้ายบอกทางชัดเจน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.527) และสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.843) และเส้นทางในการเข้าถึงปลอดภัย ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.699) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลเกี่ยวกับการบริการที่พัก (Accommodation)

การบริการที่พัก (Accommodation)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ที่พักสวยงาม	4.60	0.516	มากที่สุด
2. ที่พักมีความสะอาดถูกสุขอนามัย เป็นไปตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ (มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA)	4.40	0.699	มาก
3. ที่พักมีความปลอดภัย	4.50	0.527	มาก
4. ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถรองรับความต้องการของคนในครอบครัวได้ครบถ้วน	4.20	0.632	มาก
5. ระยะทางจากที่พักไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	4.30	0.483	มาก
6. ราคาที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่รับสร้างความประทับใจ	4.40	0.699	มาก
7. การบริการของที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ สร้างความประทับใจ	4.50	0.527	มาก
รวม	4.41	0.454	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.454) และเมื่อพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยของผู้ตอบแบบสอบถามรายด้าน พบว่ามีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยที่พักสวยงาม มากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.516) รองลงมา คือ ที่พักมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.527) การบริการของที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ สร้างความประทับใจ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.527) และที่พักมีความสะอาดถูกสุขอนามัย เป็นไปตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ (มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA) ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.699) ราคาที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่รับสร้างความประทับใจ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.699) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
1. รูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว	4.30	0.675	มาก
2. มีกิจกรรมที่หลากหลาย ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการของบุตร	4.40	0.699	มาก
3. มีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว และช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว	4.30	0.675	มาก
4. กิจกรรมมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4.30	0.483	มาก
5. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรม	4.60	0.516	มากที่สุด
รวม	4.38	0.537	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.537) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับการตัดสินใจที่ต่างกัน โดยเจ้าหน้าที่หรือผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรม มากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.516) รองลงมา คือ มีกิจกรรมที่หลากหลาย ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการของบุตร ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.699) และรูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.675) มีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.675) กิจกรรมมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.483) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มีพื้นที่ทำกิจกรรมสำหรับเด็กที่เพียงพอและมีความปลอดภัย	4.40	0.699	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก เช่น รถเข็นเด็ก, ห้องน้ำสำหรับเด็ก	4.30	0.675	มาก
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ, ที่จอดรถ, จุดบริการนักท่องเที่ยว	4.50	0.527	มาก
4. มีระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) และไวไฟ (Wi-fi)	4.50	0.527	มาก
5. มีห้องพักแบบ Family Room	4.20	0.789	มาก
6. มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน, การ Check-in Online, QR code ในการให้ข้อมูล	4.50	0.707	มาก
7. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ในการให้บริการข้อมูลและดูแลด้านความปลอดภัย	4.30	0.823	มาก
รวม	4.39	0.559	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.559) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ, ที่จอดรถ, จุดบริการนักท่องเที่ยว มากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.527) มีระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) และไวไฟ (Wi-fi) ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.527) มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันการ Check-in Online, QR code ในการให้ข้อมูล ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.707) รองลงมา คือ มีพื้นที่ทำกิจกรรมสำหรับเด็กที่เพียงพอและมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.699) และ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก เช่น รถเข็นเด็ก, ห้องน้ำสำหรับเด็ก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.675) เจ้าหน้าที่หรือผู้ดูแล ในการให้บริการข้อมูลและดูแลด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.823) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยา สำหรับครอบครัว

ผลการวิเคราะห์จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดของข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยาสำหรับครอบครัว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลเป็นรายชื่อ ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 23-24 ดังนี้

ตารางที่ 23 จำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำแนกตามรายชื่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ	39	10.13
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ	346	89.87
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 23 ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.13 และไม่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยา จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 89.87

ตารางที่ 24 จำนวน และค่าร้อยละ ประเด็นข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ จำแนกตามรายชื่อ

ข้อเสนอแนะ	ผู้ที่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด (N = 39)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ราคาสินค้า อาหาร ที่พัก รวมถึงค่าบริการต่าง ๆ ควรปรับให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ไม่แพงจนเกินไป	8	20.52
2. ควรพัฒนาเรื่องความสะดวกของน้ำทะเล ชายหาด และตามสถานที่ต่างๆ	7	17.95
3. ควรนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และโปรแกรมท่องเที่ยวต่างๆที่เหมาะสมกับครอบครัว รวมถึงจัดโปรโมชั่นสำหรับครอบครัว	7	17.95
4. ควรพัฒนาเพิ่มความปลอดภัยให้มากขึ้น ทั้งด้านชีวิตและทรัพย์สิน	5	12.82
5. ควรพัฒนาระบบจราจร เพื่อลดการจราจรที่ติดขัดเป็นเวลานาน	4	10.26
6. กิจกรรมควรพัฒนาให้ทุกคนในครอบครัวสามารถทำร่วมกันได้ สามารถรองรับได้ทุกเพศทุกวัย และเพิ่มกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก	4	10.26
7. ควรเพิ่มช่องจอดรถให้มากขึ้น	1	2.56
8. ควรมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถนำสัตว์เลี้ยงไปได้	1	2.56
9. ควรเพิ่มมาตรการป้องกันโรค	1	2.56
10. ผู้ให้บริการควรพัฒนาด้านการบริการและการดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	1	2.56
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาสำหรับครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 39 ความคิดเห็น โดยมีข้อเสนอแนะในเรื่องราคาสินค้า อาหาร ที่พัก รวมถึงค่าบริการต่าง ๆ ควรปรับให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ไม่แพงจนเกินไป มากที่สุดที่จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.52 รองลงมา คือ ควรพัฒนาเรื่องความสะดวกของน้ำทะเล ชายหาด และตามสถานที่ต่าง ๆ และควรนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และโปรแกรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับครอบครัว รวมถึงจัดโปรโมชั่นสำหรับครอบครัว เท่ากันที่จำนวน 7 คน คิดเป็น

ร้อยละ 17.95 ควรพัฒนาเพิ่มความปลอดภัยให้มากขึ้น ทั้งด้านชีวิตและทรัพย์สิน จำนวน 5 คน คิดเป็น
ร้อยละ 12.82

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทครอบครัว และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ผู้วิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทครอบครัว และจำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยการใช้ค่าวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ซึ่งปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 25-57 ดังนี้

1. การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาด
โควิด-19 โดยจำแนกตามอายุ

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาด
โควิด-19 โดยจำแนกตามอายุ

การตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวในเขตปกครอง พิเศษพหุของนักท่องเที่ยว กลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ ระบาดโควิด-19	อายุ (N=385)												F-test	p
	30-34 ปี		35-39 ปี		40-44 ปี		45-49 ปี		50-55 ปี		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.		
1. สิ่งดึงดูดใจ	4.32	0.54	4.18	0.53	4.14	0.41	4.26	0.54	4.28	0.51	4.25	0.52	1.52	0.19
2. การเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว	4.37	0.54	4.27	0.55	4.21	0.58	4.35	0.61	4.30	0.59	4.32	0.57	0.91	0.45
3. การบริการที่พัก	4.40	0.51	4.26	0.49	4.25	0.49	4.39	0.57	4.44	0.47	4.36	0.51	1.78	0.13
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว	4.37	0.55	4.16	0.63	4.20	0.53	4.20	0.58	4.27	0.55	4.27	0.57	2.14	0.07
5. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.37	0.52	4.24	0.59	4.18	0.61	4.18	0.55	4.31	0.54	4.28	0.55	1.90	0.10
รวม	4.36	0.47	4.22	0.50	4.19	0.46	4.28	0.49	4.32	0.47	4.30	0.48	1.69	0.15

*p < 0.05

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมทุกองค์ประกอบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.47) โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-39 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.50) โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-44 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.46) โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45-49 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.49) โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-55 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.47) โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.51)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านองค์ประกอบพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามอายุ

สิ่งดึงดูดใจ	อายุ (N=385)												F-test	p
	30-34 ปี		35-39 ปี		40-44 ปี		45-49 ปี		50-55 ปี		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.		
1. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม	4.45	0.70	4.18	0.72	4.26	0.48	4.34	0.72	4.31	0.65	4.34	0.68	2.07	0.84
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่ปลอดภัย	4.37	0.75	4.17	0.74	4.34	0.65	4.25	0.74	4.34	0.61	4.31	0.71	0.99	0.41
3. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานการจัดการภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	4.24	0.68	4.17	0.65	4.12	0.68	4.28	0.75	4.25	0.82	4.22	0.71	0.47	0.75
4. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการ	4.37	0.72	4.36	0.65	4.12	0.59	4.28	0.72	4.32	0.68	4.31	0.69	1.31	0.26
5. ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า	4.15	0.77	4.00	0.73	3.84	0.73	4.13	0.75	4.18	0.55	4.09	0.73	2.31	0.57
รวม	4.32	0.54	4.18	0.53	4.14	0.41	4.26	0.54	4.28	0.51	4.25	0.52	1.52	0.19

*p < 0.05

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-39 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-44 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.41) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45-49 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-55 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.61)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอายุ

การเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว	อายุ (N=385)												F-test	p
	30-34 ปี		35-39 ปี		40-44 ปี		45-49 ปี		50-55 ปี		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.		
1. สามารถเดินทาง เข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว	4.35	0.67	4.39	0.65	4.26	0.63	4.35	0.76	4.37	0.65	4.35	0.67	0.28	0.88
2. สามารถเดินทาง เข้าถึงได้หลากหลาย รูปแบบ	4.35	0.61	4.20	0.73	4.20	0.67	4.26	0.89	4.34	0.61	4.29	0.69	0.79	0.53
3. เส้นทาง การเข้าถึง มีความปลอดภัย	4.39	0.63	4.22	0.70	4.16	0.71	4.37	0.71	4.23	0.70	4.30	0.68	1.81	0.12
4. มีป้ายบอกทาง ชัดเจน	4.37	0.70	4.28	0.72	4.20	0.75	4.43	0.63	4.25	0.72	4.32	0.70	1.14	0.33
รวม	4.37	0.54	4.27	0.55	4.21	0.58	4.35	0.61	4.29	0.59	4.32	0.57	0.91	0.45

*p < 0.05

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านเส้นทางการเข้าถึงมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-39 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-44 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45-49 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.61) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีป้ายบอกทางชัดเจน ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-55 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.65)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก โดยจำแนกตามอายุ

การบริการที่พัก	อายุ (N=385)												F-test	p
	30-34 ปี		35-39 ปี		40-44 ปี		45-49 ปี		50-55 ปี		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.		
1. ที่พักสวยงาม	4.53	0.61	4.27	0.59	4.22	0.67	4.35	0.70	4.48	0.53	4.41	0.63	3.56	0.01*
2. ที่พักมีความสะอาดถูก สุขอนามัยเป็นไปตาม มาตรฐาน SHA และ SHA+ (มาตรฐานความ ปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA)	4.45	0.60	4.31	0.66	4.38	0.63	4.39	0.69	4.49	0.56	4.42	0.62	0.82	0.50
3. ที่พักมีความปลอดภัย	4.49	0.55	4.33	0.61	4.26	0.63	4.49	0.65	4.51	0.56	4.43	0.60	2.19	0.06
4. ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถ รองรับความต้องการของ	4.41	0.68	4.36	0.651	4.30	0.647	4.37	0.689	4.52	0.533	4.40	0.650	0.996	0.410

คนในครอบครัวได้ ครบถ้วน															
5. ระยะทางจากที่พักไป ยังสถานที่ท่องเที่ยวมี ความเหมาะสม	4.32	0.69	4.14	0.68	4.20	0.63	4.37	0.71	4.38	0.57	4.29	0.67	1.63	0.16	
6. ราคาที่พักมีความคุ้มค่า กับสิ่งที่รับ สร้างความ ประทับใจ	4.24	0.72	4.17	0.67	4.14	0.70	4.34	0.68	4.31	0.55	4.24	0.67	0.94	0.43	
7. การบริการของที่พักมี ความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ สร้างความประทับใจ	4.38	0.64	4.25	0.69	4.28	0.60	4.41	0.67	4.37	0.57	4.35	0.64	0.80	0.52	
รวม	4.40	0.51	4.26	0.49	4.25	0.49	4.39	0.57	4.44	0.47	4.36	0.51	1.78	0.13	

*p < 0.05

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักสวยงาม ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-39 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.49) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถรองรับความต้องการของคนในครอบครัวได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-44 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.49) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีความสะอาดถูกสุขอนามัยเป็นไปตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45-49 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-55 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.47) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีความสะอาดถูกสุขอนามัยเป็นไปตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.53)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พักของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า การเปรียบเทียบการตัดสินใจด้านที่พักสวยงาม ($p = 0.01$) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก รายชื่อย่อยเรื่องที่พักสวยงาม จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	30-34 ปี	35-39 ปี	40-44 ปี	45-49 ปี	50-55 ปี
30-34 ปี	4.52	-	0.01*	0.00*	0.05	0.58
35-39 ปี	4.26		-	0.70	0.42	0.05
40-44 ปี	4.22			-	0.25	0.03*
45-49 ปี	4.35				-	0.25
50-55 ปี	4.47					-

*p < 0.05

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก รายชื่อย่อยเรื่องที่พักสวยงาม จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปีกับอายุ 35-39 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปีกับอายุ 40-44 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-44 ปีกับอายุ 50-55 ปี

ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอายุ

กิจกรรมการท่องเที่ยว	อายุ (N=385)												F-test	P
	30-34 ปี		35-39 ปี		40-44 ปี		45-49 ปี		50-55 ปี		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.		
1. รูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว	4.37	0.66	4.16	0.62	4.02	0.62	4.15	0.73	4.25	0.63	4.23	0.67	3.23	0.01*
2. มีกิจกรรมที่หลากหลาย ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการบุตร	4.33	0.69	4.13	0.78	4.16	0.73	4.10	0.79	4.23	0.67	4.22	0.73	1.51	0.19
3. มีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธภาพอันดีภายในครอบครัว	4.44	0.65	4.27	0.76	4.34	0.68	4.32	0.72	4.34	0.61	4.36	0.68	0.87	0.47
4. กิจกรรมมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4.37	0.73	4.11	0.69	4.22	0.61	4.28	0.70	4.31	0.63	4.28	0.69	1.68	0.15

5. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจ ก่อนเข้าร่วมกิจกรรม	4.3	0.66	4.13	0.80	4.24	0.65	4.15	0.75	4.25	0.63	4.24	0.70	1.43	0.22
รวม	4.37	0.55	4.16	0.63	4.19	0.53	4.20	0.58	4.27	0.55	4.27	0.57	2.14	0.07

*p < 0.05

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-39 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.63) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-44 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45-49 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-55 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.61)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษ

พหุคูณ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า การเปรียบเทียบการตัดสินใจด้านรูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว ($p = 0.01$) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว รายชื่อย่อยเรื่องรูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	30-34 ปี	35-39 ปี	40-44 ปี	45-49 ปี	50-55 ปี
30-34 ปี	4.37	-	0.04*	0.00*	0.03*	0.21
35-39 ปี	4.15		-	0.27	0.93	0.44
40-44 ปี	4.02			-	0.30	0.07
45-49 ปี	4.15				-	0.39
50-55 ปี	4.25					-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว รายชื่อย่อยเรื่องรูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปีกับอายุ 35-39 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปีกับอายุ 40-44 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปีกับอายุ 45-49 ปี

ตารางที่ 32 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามอายุ

สิ่งอำนวยความสะดวก	อายุ (N=385)												F-test	P
	30-34 ปี		35-39 ปี		40-44 ปี		45-49 ปี		50-55 ปี		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.		
1. มีพื้นที่ทำกิจกรรมสำหรับเด็กที่เพียงพอและมีความปลอดภัย	4.32	0.65	4.11	0.77	4.20	0.69	4.15	0.81	4.26	0.69	4.23	0.71	1.26	0.28
2. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก เช่น รถเข็นเด็ก ห้องน้ำสำหรับเด็ก	4.33	0.68	4.13	0.82	4.02	0.86	4.12	0.85	4.20	0.64	4.19	0.76	2.11	0.07
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ จุดบริการนักท่องเที่ยว	4.43	0.63	4.31	0.70	4.18	0.71	4.28	0.68	4.31	0.63	4.33	0.67	1.59	0.17
4. ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต	4.22	0.71	4.23	0.72	4.10	0.81	4.10	0.73	4.28	0.64	4.19	0.72	0.80	0.52

(Internet) และไวไฟ (Wi-fi)														
5. ห้องพักแบบ Family Room	4.36	0.66	4.27	0.67	4.26	0.80	4.13	0.73	4.40	0.60	4.29	0.68	1.72	0.14
6. มีเทคโนโลยีที่ ทันสมัย เช่น การ จ่ายเงินผ่านแอป พลิเคชัน การCheck- in Online QR code ในการให้ข้อมูล	4.52	0.61	4.34	0.67	4.30	0.78	4.24	0.75	4.43	0.55	4.39	0.66	2.63	0.03*
7. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ในการให้บริการ ข้อมูลและดูแลด้าน ความปลอดภัย	4.36	0.66	4.31	0.63	4.20	0.67	4.24	0.64	4.31	0.63	4.30	0.65	0.78	0.53
รวม	4.37	0.52	4.24	0.59	4.18	0.61	4.18	0.55	4.31	0.54	4.28	0.55	1.90	0.10

*p < 0.05

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงอายุพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-39 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-44 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.61) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45-49 ปี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.63)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า การเปรียบเทียบการตัดสินใจด้านการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน, การ Check-in Online, QR code ในการให้ข้อมูล ($p = 0.03$) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รายชื่อย่อยเรื่องมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน, การCheck-in Online, QR code ในการให้ข้อมูลจำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	30-34 ปี	35-39 ปี	40-44 ปี	45-49 ปี	50-55 ปี
30-34 ปี	4.52	-	0.07	0.04*	0.00*	0.36
35-39 ปี	4.34		-	0.72	0.34	0.45
40-44 ปี	4.30			-	0.60	0.29
45-49 ปี	4.23				-	0.09
50-55 ปี	4.43					-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รายชื่อย่อยเรื่องมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน, การCheck-in Online, QR code ในการให้ข้อมูล จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปีกับอายุ 40-44 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปีกับอายุ 45-49 ปี

2. การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาด โควิด-19 โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 34 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาด โควิด-19 โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์ แพร่ระบาดโควิด-19	ระดับการศึกษา (N=385)								F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. สิ่งดึงดูดใจ	4.25	0.57	4.27	0.50	4.14	0.54	4.25	0.52	1.05	0.35
2. การเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว	4.33	0.57	4.29	0.57	4.41	0.53	4.31	0.57	0.89	0.41
3. การบริการที่พัก	4.39	0.53	4.34	0.50	4.36	0.51	4.36	0.51	0.26	0.76
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว	4.30	0.56	4.25	0.58	4.27	0.55	4.26	0.57	0.27	0.76
5. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.34	0.52	4.24	0.57	4.29	0.54	4.27	0.55	1.08	0.34
รวม	4.32	0.48	4.28	0.48	4.29	0.46	4.29	0.48	0.29	0.74

*p < 0.05

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่างโดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการห้องพัก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.46) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.53)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 35 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

สิ่งดึงดูดใจ	ระดับการศึกษา (N=385)								F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.29	0.69	4.36	0.67	4.26	0.71	4.33	0.68	0.54	0.57
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่ปลอดภัย	4.32	0.71	4.32	0.71	4.13	0.72	4.30	0.71	1.48	0.22
3. สถานที่ท่องเที่ยวมาตรฐานการจัดการภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	4.30	0.71	4.22	0.69	4.02	0.81	4.22	0.71	2.47	0.08
4. สถานที่ท่องเที่ยวความหลากหลายตรงกับความต้องการ	4.31	0.7	4.32	0.69	4.22	0.70	4.31	0.69	0.42	0.65

5. ค่าใช้จ่ายตลอดการ เดินทางท่องเที่ยวมี ความคุ้มค่า	4.03	0.83	4.11	0.69	4.08	0.66	4.08	0.73	0.41	0.66
รวม	4.25	0.57	4.27	0.50	4.14	0.54	4.25	0.52	1.05	0.35

*p < 0.05

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่างโดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.71)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 36 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

การเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา (N=385)								F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. สามารถเดินทาง เข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว	4.26	0.69	4.35	0.67	4.46	0.62	4.34	0.67	1.38	0.25
2. สามารถเดินทาง เข้าถึงได้หลากหลาย รูปแบบ	4.28	0.74	4.25	0.68	4.46	0.66	4.28	0.69	1.75	0.17
3. เส้นทาง การเข้าถึงมี ความปลอดภัย	4.35	0.70	4.27	0.69	4.35	0.57	4.30	0.68	0.55	0.57
4. มีป้ายบอกทางชัดเจน	4.42	0.67	4.27	0.72	4.35	0.64	4.32	0.70	1.55	0.21
รวม	4.33	0.57	4.29	0.57	4.41	0.53	4.31	0.57	0.89	0.41

*p < 0.05

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่างโดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีป้ายบอกทางชัดเจน ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านความสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่างโดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านความสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.62) และด้านความสามารถเดินทางเข้าถึงได้หลากหลายรูปแบบ ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.66)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 37 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

การบริการที่พัก	ระดับการศึกษา (N=385)								F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ที่พักสวยงาม	4.41	0.62	4.43	0.62	4.24	0.67	4.40	0.63	1.67	0.18
2. ที่พักมีความสะอาดถูกสุขอนามัยเป็นไปตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ (มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA)	4.46	0.61	4.41	0.62	4.33	0.67	4.41	0.62	0,67	0.50
3. ที่พักมีความปลอดภัย	4.50	0.59	4.41	0.59	4.37	0.64	4.43	0.60	0.99	0.37
4. ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถรองรับความต้องการของ	4.50	0.57	4.35	0.67	0.40	0.65	4.40	0.65	1.78	0.17

คนในครอบครัวได้ ครบถ้วน											
5. ระยะทางจากที่พักไป ยังสถานที่ท่องเที่ยวมี ความเหมาะสม	4.24	0.67	4.27	0.68	4.51	0.58	4.29	0.67	2.73	0.66	
6. ราคาที่พักมีความคุ้มค่า กับสิ่งที่รับสร้าง ความประทับใจ	4.24	0.70	4.23	0.67	4.28	0.62	4.24	0.67	0.12	0.88	
7. การบริการของที่พักมี ความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ สร้างความประทับใจ	4.38	0.65	4.32	0.63	4.42	0.65	4.35	0.64	0.58	0.55	
รวม	4.39	0.53	4.34	0.50	4.36	0.51	4.36	0.51	0.26	0.76	

*p < 0.05

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พักของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.59) และด้านที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถรองรับความต้องการของคนในครอบครัวได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักสวยงาม ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านระยะทางจากที่พักไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.58)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 38 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

กิจกรรมการท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา (N=385)								F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. รูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว	4.19	0.67	4.24	0.67	4.22	0.67	4.22	0.67	0.17	0.84
2. มีกิจกรรมที่หลากหลาย ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการบุตร	4.23	0.68	4.19	0.75	4.28	0.72	4.21	0.73	0.37	0.68
3. มีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว และช่วยสร้างสัมพันธภาพอันดีภายในครอบครัว	4.44	0.64	4.32	0.70	4.35	0.64	4.36	0.68	0.97	0.38

4. กิจกรรมมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4.32	0.65	4.26	0.71	4.26	0.65	4.28	0.69	0.33	0.71
5. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแลให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรม	4.29	0.66	4.22	0.72	4.22	0.70	4.24	0.70	0.42	0.65
รวม	4.30	0.56	4.25	0.58	4.27	0.55	4.26	0.57	0.27	0.76

*p < 0.05

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.64)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 39 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

สิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับการศึกษา (N=385)								F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. มีพื้นที่ทำกิจกรรมสำหรับเด็กที่เพียงพอและมีความปลอดภัย	4.35	0.66	4.17	0.73	4.24	0.71	4.22	0.71	2.05	0.13
2. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก เช่น รถเข็นเด็ก ห้องน้ำสำหรับเด็ก	4.31	0.74	4.13	0.78	4.24	0.71	4.19	0.76	2.01	0.13
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ จุดบริการนักท่องเที่ยว	4.37	0.65	4.31	0.68	4.35	0.67	4.33	0.67	0.29	0.74

4. ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) และไวไฟ (Wi-fi)	4.24	0.70	4.18	0.74	4.17	0.61	4.19	0.72	0.30	0.73
5. ห้องพักแบบ Family Room	4.28	0.67	4.29	0.71	4.35	0.60	4.29	0.68	0.17	0.84
6. มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน การ Check-in Online QR code ในการให้ข้อมูล	4.47	0.69	4.37	0.66	4.37	0.64	4.39	0.66	0.85	0.42
7. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ในการให้บริการข้อมูลและดูแลด้านความปลอดภัย	4.37	0.63	4.26	0.66	4.33	0.60	4.30	0.65	0.93	0.39
รวม	4.34	0.52	4.24	0.57	4.29	0.54	4.27	0.55	1.08	0.34

*p < 0.05

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่างโดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.64)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

3. การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาด โควิด-19 โดยจำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 40 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาด โควิด-19 โดยจำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวในเขตปกครอง พิเศษพหุชาของนัก ท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์ แพร่ระบาดโควิด-19	อาชีพ (N=385)														F-test	p
	กำลังศึกษาต่อ		ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง/รับจ้าง อิสระ		อื่น ๆ		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. สิ่งดึงดูดใจ	4.20	0.41	4.29	0.49	4.24	0.54	4.18	0.59	4.21	0.48	4.55	0.44	4.25	0.52	1.50	0.18
2. การเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว	4.28	0.45	4.37	0.54	4.30	0.60	4.26	0.582	4.26	0.61	4.38	0.64	4.32	0.57	0.53	0.74
3. การบริการที่พัก	4.22	0.37	4.39	0.47	4.30	0.58	4.38	0.52	4.36	0.53	4.55	0.41	4.36	0.51	0.97	0.43
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว	4.19	0.53	4.33	0.51	4.20	0.64	4.21	0.62	4.29	0.53	4.40	0.53	4.27	0.57	1.05	0.38
5. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.09	0.37	4.34	0.51	4.23	0.58	4.21	0.62	4.34	0.54	4.43	0.54	4.28	0.55	1.37	0.23
รวม	4.19	0.35	4.35	0.44	4.25	0.53	4.25	0.50	4.29	0.47	4.46	0.47	4.30	0.48	1.07	0.37

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาต่อ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.35) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.44) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.60) และด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างหรือรับจ้างอิสระ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.47) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.47) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.44) และด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.41)

ตารางที่ 41 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามอาชีพ

สิ่งดึงดูดใจ	อาชีพ (N=385)														F-test	p
	กำลังศึกษาต่อ		ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง/รับจ้าง อิสระ		อื่น ๆ		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. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม	4.27	0.70	4.35	0.61	4.37	0.64	4.25	0.82	4.29	0.71	4.69	0.48	4.34	0.68	1.11	0.35
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	4.20	0.56	4.33	0.63	4.31	0.72	4.23	0.82	4.40	0.84	4.38	0.65	4.31	0.71	0.46	0.80
3. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานการจัดการภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	3.93	0.70	4.26	0.69	4.20	0.69	4.17	0.79	4.23	0.69	4.62	0.65	4.22	0.71	1.46	0.20

4. สถานที่ท่องเที่ยว มีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการ	4.47	0.51	4.37	0.66	4.23	0.71	4.27	0.75	4.20	0.71	4.62	0.50	4.31	0.69	1.32	0.25
5. ค่าใช้จ่ายตลอด การเดินทางท่องเที่ยว เที่ยวมีความคุ้มค่า	4.13	0.64	4.16	0.61	4.10	0.76	4.10	0.79	3.91	0.91	4.46	0.66	4.09	0.73	1.86	0.10
รวม	4.20	0.41	4.29	0.49	4.24	0.54	4.18	0.59	4.21	0.48	4.55	0.44	4.25	0.52	1.50	0.18

*p < 0.05

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาต่อ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.41) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ที่มีความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.49) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ที่มีความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างหรือรับจ้างอิสระ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.48)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา

ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 42 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอาชีพ

การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	อาชีพ (N=385)														F-test	p
	กำลังศึกษาต่อ		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		รับจ้าง/รับจ้างอิสระ		อื่น ๆ		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. สามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว	4.27	0.70	4.37	0.63	4.39	0.65	4.32	0.70	4.26	0.88	4.38	0.65	4.34	0.68	0.30	0.91
2. สามารถเดินทางเข้าถึงได้หลากหลายรูปแบบ	4.27	0.59	4.38	0.65	4.23	0.72	4.20	0.69	4.23	0.84	4.38	0.65	4.29	0.69	0.99	0.41
3. เส้นทาง การเข้า ถึงมีความปลอดภัย	4.27	0.59	4.35	0.62	4.31	0.70	4.23	0.75	4.26	0.70	4.38	0.76	4.30	0.68	0.45	0.81
4. มีป้ายบอกทางชัดเจน	4.33	0.48	4.37	0.64	4.25	0.81	4.30	0.71	4.31	0.75	4.38	0.76	4.32	0.70	0.37	0.86
รวม	4.28	0.45	4.37	0.54	4.30	0.60	4.26	0.58	4.26	0.61	4.38	0.64	4.32	0.57	0.53	0.74

*p < 0.05

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาต่อ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.45) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีป้ายบอกทางชัดเจน ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านความสามารถเดินทางเข้าถึงได้หลากหลายรูปแบบ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.60) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านความสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านความสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างหรือรับจ้างอิสระ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.61) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าไม่มีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีป้ายบอกทางชัดเจน ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.64) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าไม่มีความแตกต่าง

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ของ

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 43 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก โดยจำแนกตามอาชีพ

การบริการที่พัก	อาชีพ (N=385)														F-test	p
	กำลังศึกษาต่อ		ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง/รับจ้าง อิสระ		อื่น ๆ		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. ที่พักสวยงาม	4.60	0.63	4.42	0.59	4.36	0.69	4.41	0.65	4.31	0.63	4.62	0.50	4.41	0.63	0.82	0.56
2. ที่พักมีความสะอาด ถูกสุขอนามัยเป็นไป ตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ (มาตรฐาน ความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA)	4.13	0.64	4.43	0.56	4.40	0.67	4.41	0.67	4.49	0.70	4.54	0.51	4.42	0.62	0.81	0.54
3. ที่พักมีความ ปลอดภัย	4.47	0.51	4.47	0.52	4.34	0.67	4.47	0.64	4.43	0.63	4.62	0.50	4.43	0.60	0.94	0.45

4. ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสามารถรองรับความต้องการของคนในครอบครัวได้ครบถ้วน	4.20	0.56	4.49	0.58	4.26	0.76	4.42	0.65	4.46	0.61	4.31	0.48	4.40	0.65	1.88	0.09
5. ระยะทางจากที่พักไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	4.00	0.53	4.35	0.60	4.28	0.74	4.28	0.69	4.14	0.77	4.54	0.51	4.30	0.67	1.46	0.20
6. ราคาที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับสร้างความประทับใจ	4.00	0.65	4.26	0.62	4.16	0.71	4.26	0.75	4.31	0.67	4.62	0.50	4.24	0.67	1.53	0.17
7. การบริการของที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ สร้างความประทับใจ	4.13	0.64	4.35	0.60	4.28	0.69	4.40	0.63	4.43	0.69	4.62	0.50	4.35	0.64	1.22	0.29
รวม	4.22	0.37	4.40	0.47	4.30	0.58	4.38	0.52	4.36	0.53	4.55	0.41	4.36	0.51	0.97	0.43

*p < 0.05

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาต่อ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.37) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักสวยงาม ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.47) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถรองรับความต้องการของคนในครอบครัวได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีความสะอาดถูกสุขอนามัยเป็นไปตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างหรือรับจ้างอิสระ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีความสะอาดถูกสุขอนามัยเป็นไปตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.41) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักสวยงาม ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.50) ด้านที่พักมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.62$,

S.D. = 0.50) ด้านราคาที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่รับสร้างความประทับใจ ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.50) และด้านการบริการของที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับสร้างความประทับใจ ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.50)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 44 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาด โควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอาชีพ

กิจกรรมการ ท่องเที่ยว	อาชีพ (N=385)														F-test	p
	กำลังศึกษาต่อ		ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง/รับจ้าง อิสระ		อื่น ๆ		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. รูปแบบกิจกรรม มีความเหมาะสมกับ ครอบครัว	4.27	0.70	4.31	0.62	4.18	0.75	4.17	0.69	4.11	0.63	4.23	0.59	4.22	0.67	0.88	0.49
2. มีกิจกรรมที่ หลากหลาย ช่วย เสริมสร้าง พัฒนาการบุตร	3.93	0.79	4.31	0.66	4.16	0.72	4.14	0.86	4.23	0.64	4.38	0.65	4.22	0.73	1.33	0.24
3. มีกิจกรรมที่ สามารถทำร่วมกัน ได้ทั้งครอบครัวและ ช่วยสร้างสัมพันธ-	4.33	0.72	4.38	0.63	4.25	0.71	4.39	0.73	4.46	0.65	4.46	0.66	4.36	0.68	0.68	0.63

ภาพอันดีภายใน ครอบครัว																
4. กิจกรรมมีความ ปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน	4.20	0.56	4.35	0.60	4.24	0.76	4.20	0.77	4.26	0.74	4.46	0.51	4.28	0.69	0.76	0.57
5. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความ เข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรม	4.20	0.56	4.31	0.59	4.14	0.78	4.14	0.83	4.40	0.65	4.46	0.51	4.24	0.70	1.70	0.13
รวม	4.19	0.53	4.33	0.51	4.20	0.64	4.21	0.62	4.29	0.53	4.40	0.53	4.27	0.57	1.05	0.38

*p < 0.05

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาต่อ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.64) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.62) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างหรือรับจ้างอิสระ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ย

สูงสุดอยู่ที่ด้านมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.66) ด้านกิจกรรมมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.51) และด้านเจ้าหน้าที่หรือผู้ดูแลให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรม ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.51)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 45 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามอาชีพ

สิ่งอำนวยความสะดวก	อาชีพ (N=385)														F-test	p
	กำลังศึกษาต่อ		ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง/รับจ้าง อิสระ		อื่น ๆ		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. มีพื้นที่ทำกิจกรรมสำหรับเด็กที่เพียงพอและมีความปลอดภัย	3.80	0.56	4.31	0.64	4.15	0.75	4.14	0.77	4.43	0.69	4.38	0.76	4.23	0.71	2.70	0.02
2. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก เช่น รถเข็นเด็ก ห้องน้ำสำหรับเด็ก	3.93	0.70	4.29	0.67	4.19	0.77	4.06	0.92	4.23	0.68	4.38	0.65	4.19	0.76	1.51	0.18
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำที่จอดรถ จุดบริการนักท่องเที่ยว	4.27	0.59	4.35	0.64	4.33	0.69	4.29	0.74	4.37	0.64	4.38	0.50	4.33	0.67	0.13	0.98

4. ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) และไวไฟ (Wi-fi)	4.13	0.51	4.27	0.64	4.15	0.69	4.13	0.82	4.17	0.92	4.31	0.63	4.19	0.72	0.65	0.65
5. ห้องพักแบบ Family Room	4.00	0.65	4.38	0.60	4.22	0.68	4.26	0.80	4.31	0.71	4.46	0.66	4.29	0.68	1.42	0.21
6. มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน การCheck-in QR code ในการให้ข้อมูล	4.33	0.72	4.46	0.56	4.32	0.69	4.36	0.73	4.37	0.87	4.54	0.51	4.39	0.66	0.69	0.62
7. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแลในการให้บริการข้อมูลและดูแลด้านความปลอดภัย	4.13	0.63	4.32	0.60	4.28	0.65	4.22	0.71	4.49	0.65	4.54	0.51	4.30	0.65	1.46	0.20
รวม	4.09	0.37	4.34	0.51	4.23	0.58	4.21	0.62	4.34	0.54	4.43	0.54	4.28	0.55	1.37	0.23

*p < 0.05

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอาชีพพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาต่อ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.37) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน การ Check-in QR code ในการให้ข้อมูล ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน การ Check-in QR code ในการให้ข้อมูล ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ จุดบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.62) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน การ Check-in QR code ในการให้ข้อมูล ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง/รับจ้างอิสระ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแลในการให้บริการข้อมูลและดูแลด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ย

สูงสุดอยู่ที่ด้านมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน การ Check-in QR code ในการให้ข้อมูล ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.51) และ ด้านเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแลในการให้บริการข้อมูลและดูแลด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.51)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

4. การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาด โควิด-19 โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 46 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาด โควิด-19 โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้ สถานการณ์แพร่ระบาด โควิด-19	รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F-test	p
	ต่ำกว่าหรือ 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. สิ่งดึงดูดใจ	4.23	0.57	4.21	0.51	4.30	0.46	4.39	0.52	4.22	0.62	4.13	0.52	4.25	0.52	1.18	0.31
2. การเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว	4.27	0.61	4.26	0.54	4.38	0.53	4.44	0.59	4.29	0.56	4.33	0.63	4.32	0.57	1.11	0.35
3. การบริการที่พัก	4.36	0.51	4.32	0.53	4.35	0.50	4.46	0.53	4.40	0.57	4.44	0.46	4.36	0.51	0.64	0.66
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว	4.27	0.55	4.22	0.59	4.34	0.50	4.35	0.61	4.21	0.65	4.10	0.61	4.27	0.57	1.01	0.40
5. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.26	0.59	4.26	0.52	4.34	0.51	4.35	0.63	4.22	0.60	4.16	0.58	4.28	0.55	0.63	0.67
รวม	4.28	0.49	4.26	0.48	4.34	0.44	4.40	0.52	4.27	0.52	4.23	0.47	4.30	0.48	0.85	0.51

*p < 0.05

จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.49) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 - 25,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001- 35,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.44) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 35,001- 45,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 - 55,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 55,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.47) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.46)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาไม่แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 47 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

สิ่งดึงดูดใจ	รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F-test	p
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 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. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม	4.29	0.74	4.28	0.71	4.35	0.57	4.47	0.62	4.45	0.69	4.36	0.79	4.34	0.68	0.65	0.66
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่ปลอดภัย	4.34	0.74	4.30	0.74	4.36	0.61	4.35	0.73	4.30	0.77	3.95	0.72	4.31	0.71	1.22	0.30
3. สถานที่ท่องเที่ยวมาตรฐานการจัดการภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	4.13	0.75	4.22	0.64	4.26	0.64	4.39	0.71	4.12	1.05	4.18	0.79	4.22	0.71	0.95	0.45
4. สถานที่ท่องเที่ยวความหลากหลายตรงกับความต้องการ	4.32	0.67	4.24	0.70	4.36	0.67	4.54	0.65	4.34	0.78	4.05	0.65	4.31	0.69	2.70	0.06

5. ค่าใช้จ่ายตลอดการ เดินทางท่องเที่ยวมี ความคุ้มค่า	4.09	0.80	4.02	0.70	4.18	0.66	4.20	0.83	3.93	0.67	4.10	0.68	4.09	0.73	0.93	0.46
รวม	4.23	0.51	4.21	0.51	4.30	0.46	4.39	0.52	4.23	0.62	4.13	0.52	4.25	0.52	0.32	0.31

*p < 0.05

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 - 25,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 - 35,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.46) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.61) และ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 35,001 - 45,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 - 55,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.62) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ สูงกว่า 55,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.79)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 48 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

การเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว	รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F-test	p
	ต่ำกว่าหรือ 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. สามารถเดินทาง เข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว	4.26	0.77	4.26	0.65	4.4	0.60	4.50	0.65	4.34	0.73	4.50	0.67	4.35	0.68	1.66	0.14
2. สามารถเดินทาง เข้าถึงได้หลากหลาย รูปแบบ	4.22	0.77	4.25	0.64	4.38	0.61	4.41	0.77	4.15	0.71	4.23	0.78	4.29	0.69	1.04	0.39
3. เส้นทาง การเข้าถึงมี ความปลอดภัย	4.24	0.72	4.28	0.67	4.36	0.65	4.41	0.68	4.30	0.66	4.27	0.76	4.30	0.68	0.53	0.75
4. มีป้ายบอกทาง ชัดเจน	4.34	0.72	4.25	0.72	4.36	0.68	4.46	0.65	4.37	0.68	4.23	0.75	4.32	0.70	0.78	0.55
รวม	4.27	0.61	4.26	0.54	4.38	0.53	4.45	0.59	4.29	0.56	4.33	0.63	4.32	0.57	1.11	0.35

*p < 0.05

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.61) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีป้ายบอกทางชัดเจน ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 - 25,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านเส้นทางการเข้าถึงมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 - 35,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 35,001 - 45,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 - 55,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีป้ายบอกทางชัดเจน ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ สูงกว่า 55,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.63) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.67)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทาง

ห้องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหยาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 49 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

การบริการที่พัก	รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F-test	p
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 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. ที่พักสวยงาม	4.42	0.65	4.41	0.63	4.31	0.63	4.50	0.58	4.52	0.64	4.36	0.65	4.41	0.63	0.78	0.56
2. ที่พักมีความสะอาด ถูกสุขอนามัยเป็นไปตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ (มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA)	4.34	0.66	4.42	0.60	4.36	0.63	4.57	0.58	4.44	0.69	4.50	0.59	4.42	0.62	0.97	0.43

3. ที่พักรมีความปลอดภัย	4.39	0.59	4.45	0.58	4.37	0.57	4.48	0.62	4.48	0.75	4.59	0.59	4.43	0.60	0.65	0.65
4. ที่พักรมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสามารถรองรับความต้องการของคนในครอบครัวได้ครบถ้วน	4.36	0.60	4.38	0.67	4.40	0.66	4.50	0.65	4.41	0.74	4.41	0.50	4.40	0.65	0.30	0.91
5. ระยะทางจากที่พักไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	4.24	0.67	4.21	0.73	4.32	0.62	4.48	0.62	4.37	0.68	4.41	0.50	4.29	0.67	1.46	0.20
6. ราคาที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่รับสร้างความประทับใจ	4.30	0.67	4.14	0.74	4.29	0.61	4.33	0.66	4.22	0.64	4.36	0.58	4.24	0.67	1.08	0.36
7. การบริการของที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับสร้างความประทับใจ	4.49	0.59	4.24	0.65	4.37	0.61	4.37	0.64	4.33	0.73	4.45	0.59	4.35	0.64	1.63	0.14
รวม	4.36	0.51	4.32	0.53	4.35	0.46	4.46	0.53	4.39	0.57	4.44	0.46	4.36	0.51	0.64	0.66

*p < 0.05

จากตารางที่ 49 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการของที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ สร้างความประทับใจ ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 - 25,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่ที่พักมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001- 35,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.46) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 35,001- 45,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่ที่พักมีความสะอาดถูกสุขอนามัยตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 - 55,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักรวม ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 55,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.46) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่ที่พักมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.59)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ตอบ

แบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 50 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

กิจกรรมการท่องเที่ยว	รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน (N = 385)														F-test	p
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 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. รูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว	4.24	0.67	4.18	0.68	4.30	0.65	4.30	0.66	4.12	0.64	4.14	0.77	4.23	0.67	0.71	0.61
2. มีกิจกรรมที่หลากหลาย ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการบุตร	4.22	0.70	4.16	0.70	4.26	0.73	4.35	0.73	4.19	0.87	4.09	0.86	4.22	0.73	0.64	0.66
3. มีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธภาพอันดีภายในครอบครัว	4.36	0.72	4.32	0.69	4.40	0.64	4.48	0.65	4.34	0.67	4.23	0.68	4.36	0.68	0.59	0.70

4. กิจกรรมมีความ ปลอดภัยต่อชีวิตและ ทรัพย์สิน	4.24	0.63	4.26	0.77	4.40	0.56	4.33	0.70	4.23	0.69	4.05	0.78	4.28	0.69	1.21	0.30
5. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ ความรู้ความเข้าใจก่อน เข้าร่วมกิจกรรม	4.32	0.63	4.19	0.74	4.30	0.63	4.30	0.69	4.19	0.78	4.00	0.81	4.24	0.70	1.02	0.40
รวม	4.27	0.55	4.22	0.59	4.34	0.50	4.35	0.61	4.21	0.65	4.10	0.61	4.27	0.57	1.01	0.40

*p < 0.05

จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาในแต่ละอัตรารายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้โดยรวมเฉลี่ย 15,001-25,000 บาทต่อเดือน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้โดยรวมเฉลี่ย 25,001-35,000 บาทต่อเดือนมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.64) และด้านกิจกรรมมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้โดยรวมเฉลี่ย 35,001-45,000 มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.61) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้โดยรวมเฉลี่ย 45,001-55,000 บาทต่อเดือนมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.65) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้โดยรวมเฉลี่ยมากกว่า 55,000 บาทต่อเดือน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.61) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว และช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.68)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ตารางที่ 51 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

สิ่งอำนวยความสะดวก	รายได้โดยรวมเฉลี่ย (N = 385)														F-test	p
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 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. มีพื้นที่ทำกิจกรรมสำหรับเด็กที่เพียงพอ และมีความปลอดภัย	4.18	0.70	4.22	0.72	4.29	0.67	4.34	0.76	4.07	0.78	4.09	0.68	4.22	0.71	0.87	0.49
2. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก เช่น รถเข็นเด็ก ห้องน้ำสำหรับเด็ก	4.18	0.79	4.20	0.75	4.25	0.75	4.21	0.81	4.07	0.78	4.13	0.71	4.19	0.76	0.25	0.93
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ จุดบริการนักท่องเที่ยว	4.25	0.69	4.33	0.62	4.42	0.66	4.34	0.70	4.29	0.77	4.27	0.70	4.33	0.67	0.62	0.68

4. ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) และไวไฟ (Wi-fi)	4.21	0.82	4.18	0.66	4.20	0.69	4.30	0.75	4.18	0.73	4.00	0.75	4.19	0.72	0.54	0.74
5. ห้องพักแบบ Family Room	4.30	0.74	4.23	0.67	4.34	0.66	4.39	0.68	4.40	0.57	4.13	0.77	4.29	0.68	0.81	0.53
6. มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน การ Check-in Online QR code ในการให้ข้อมูล	4.36	0.83	4.38	0.62	4.47	0.59	4.43	0.65	4.37	0.62	4.22	0.68	4.39	0.66	0.58	0.70
7. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแลในการให้บริการข้อมูลและดูแลด้านความปลอดภัย	4.28	0.68	4.27	0.65	4.36	0.59	4.39	0.64	4.11	0.63	4.27	0.63	4.30	0.65	0.86	0.50
รวม	4.25	0.59	4.26	0.52	4.33	0.51	4.34	0.63	4.21	0.60	4.16	0.58	4.27	0.55	0.63	0.67

*p < 0.05

จากตารางที่ 51 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงรายได้พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 - 25,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001- 35,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 35,001- 45,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.63) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 - 55,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.60) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านห้องพักแบบ Family Room ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 55,000 บาท มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง

โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.70) และด้านการมีเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ในการให้บริการข้อมูลและดูแลด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.63)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมพบว่า มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

5. การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตารางที่ 52 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในเขตปกครองพิเศษพหุชาของ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ ระบาดของโควิด-19	จำนวนสมาชิกในครอบครัว (N=385)								F-test	p
	1-3 คน		4-6 คน		มากกว่า 6 คน		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. สิ่งดึงดูดใจ	4.23	0.51	4.26	0.53	4.25	0.54	4.25	0.52	0.98	0.90
2. การเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว	4.34	0.52	4.29	0.60	4.30	0.56	4.31	0.57	0.31	0.72
3. การบริการที่พัก	4.37	0.51	4.34	0.51	4.39	0.53	4.63	0.51	0.23	0.79
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว	4.30	0.55	4.23	0.59	4.27	0.58	4.26	0.57	0.56	0.56
5. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.31	0.54	4.25	0.55	4.28	0.59	4.27	0.59	0.49	0.61
รวม	4.31	0.46	4.27	0.49	4.30	0.50	4.29	0.48	0.23	0.78

*p < 0.05

จากตารางที่ 52 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.48) และพิจารณาในแต่ละจำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุ โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.46) และรายด้านทุกด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุ โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.49) และรายด้านทุกด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุ โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.50) และรายด้านทุกด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.53)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว ในภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 53 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

สิ่งดึงดูดใจ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว (N=385)								F-test	p
	1-3 คน		4-6 คน		มากกว่า 6 คน		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.34	0.70	4.33	0.66	4.31	0.70	4.33	0.68	0.03	0.97
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่ปลอดภัย	4.22	0.73	4.38	0.68	4.22	0.73	4.30	0.71	2.23	0.10
3. สถานที่ท่องเที่ยวมาตรฐานการจัดการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	4.19	0.70	4.25	0.73	4.15	0.68	4.22	0.71	0.45	0.63
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการ	4.30	0.67	4.30	0.71	4.36	0.65	4.31	0.69	0.13	0.87
5. ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า	4.11	0.73	4.04	0.71	4.20	0.79	4.08	0.73	1.05	0.35
รวม	4.23	0.51	4.26	0.52	4.25	0.54	4.25	0.52	0.09	0.90

*p < 0.05

จากตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณาในแต่ละจำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.65)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว ในภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 54 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ด้านการเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว	จำนวนสมาชิกในครอบครัว (N=385)								F-test	p
	1-3 คน		4-6 คน		มากกว่า 6 คน		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. สามารถเดินทาง เข้าถึงได้ง่ายสะดวก รวดเร็ว	4.44	0.59	4.26	0.72	4.36	0.68	4.34	0.67	2.88	0.05
2. สามารถเดินเข้าถึงได้ หลากหลายรูปแบบ	4.33	0.66	4.24	0.73	4.31	0.63	4.28	0.69	0.81	0.44
3. เส้นทาง การเข้าถึงมี ความปลอดภัย	4.28	0.67	4.33	0.70	4.22	0.64	4.30	0.68	0.56	0.57
4. มีป้ายบอกทางชัดเจน	4.31	0.69	4.23	0.72	4.31	0.67	4.32	0.70	0.03	0.96
รวม	4.34	0.52	4.29	0.60	4.30	0.56	4.31	0.57	0.31	0.72

*p < 0.05

จากตารางที่ 54 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาในแต่ละจำนวนสมาชิกในครอบครัวพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.60) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านเส้นทางการเข้าถึงมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.68)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว ในภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 55 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาด โควิด-19 ด้านการบริการที่พัก โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

การบริการที่พัก	จำนวนสมาชิกในครอบครัว (N=385)								F-test	p
	1-3 คน		4-6 คน		มากกว่า 6 คน		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ที่พักสวยงาม	4.39	0.61	4.44	0.63	4.29	0.70	4.40	0.63	0.98	0.37
2. ที่พักมีความสะอาดถูก สุขอนามัยเป็นไปตาม มาตรฐาน SHA+ (มาตรฐานความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA)	4.41	0.62	4.41	0.63	4.43	0.62	4.41	0.62	0.01	0.98
3. ที่พักมีความปลอดภัย	4.38	0.61	4.47	0.57	4.43	0.66	4.43	0.60	0.86	0.42
4. ที่พักมีความสะดวก สะดวกครบครัน สามารถ รองรับความต้องการของ	4.41	0.62	4.37	0.65	4.45	0.69	4.40	0.65	0.28	0.75

คนในครอบครัวได้ ครบถ้วน											
5. ระยะทางจากที่พักไป สถานที่ท่องเที่ยวมีความ เหมาะสม	4.35	0.62	4.21	0.70	4.43	0.66	4.29	0.67	3.40	0.49	
6. ราคาที่พักมีความ คุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ สร้างความประทับใจ	4.27	0.67	4.20	0.68	4.31	0.67	4.24	0.67	0.65	0.52	
7. การบริการของที่พักมี ความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ สร้างความประทับใจ	4.39	0.63	4.30	0.63	4.40	0.69	4.35	0.64	1.19	0.30	
รวม	4.37	0.51	4.34	0.51	4.39	0.53	4.36	0.51	0.23	0.70	

*p < 0.05

จากตารางที่ 55 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณาในแต่ละจำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถรองรับความต้องการของคนในครอบครัวได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.62) และด้านที่พักมีความสะอาดถูกสุขอนามัยเป็นไปตามมาตรฐาน SHA+ (มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA) ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถรองรับความต้องการของคนในครอบครัวได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.69)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านการบริการที่พัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว ในภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 56 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	จำนวนสมาชิกในครอบครัว (N=385)								F-test	p
	1-3 คน		4-6 คน		มากกว่า 6 คน		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. รูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว	4.26	0.65	4.20	0.69	4.20	0.66	4.22	0.67	0.32	0.72
2. มีกิจกรรมหลากหลาย ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการของบุตร	4.23	0.69	4.18	0.77	4.29	0.70	4.21	0.73	0.52	0.59
3. มีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธภาพอันดีภายในครอบครัว	4.39	0.61	4.32	0.73	4.38	0.68	4.36	0.69	0.50	0.60
4. กิจกรรมมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4.31	0.68	4.26	0.73	4.20	0.70	4.28	0.69	0.50	0.60

5. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ ความรู้ความเข้าใจก่อน เข้าร่วมกิจกรรม	4.29	0.65	4.19	0.74	4.19	0.70	4.24	0.70	0.97	0.38
รวม	4.30	0.55	4.23	0.59	4.27	0.58	4.26	0.57	0.56	0.56

*p < 0.05

จากตารางที่ 56 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาในแต่ละจำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว และช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว และช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.68)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว ในภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 57 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	จำนวนสมาชิกในครอบครัว (N=385)								F-test	p
	1-3 คน		4-6 คน		มากกว่า 6 คน		รวม			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. มีพื้นที่ทำกิจกรรมสำหรับเด็กที่เพียงพอและมีความปลอดภัย	4.25	0.68	4.20	0.72	4.25	0.78	4.22	0.71	0.17	0.84
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก เช่น รถเข็นเด็ก ห้องน้ำสำหรับเด็ก	4.25	0.72	4.16	0.79	4.18	0.75	4.19	0.76	0.58	0.56
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ จุดบริการนักท่องเที่ยว	4.35	0.64	4.34	0.66	4.20	0.76	4.33	0.67	0.92	0.39
4. ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) และไวไฟ (Wi-fi)	4.23	0.71	4.15	0.72	4.27	0.75	4.19	0.72	0.86	0.42

5. มีห้องพักแบบ Family Room	4.33	0.58	4.25	0.76	4.34	0.68	4.29	0.68	0.63	0.52
6. มีเทคโนโลยีทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน, Check-in Online QR codeในการให้ข้อมูล	4.42	0.59	4.37	0.71	4.40	0.69	4.39	0.66	0.26	0.67
7. มีเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแลในการให้บริการข้อมูลและดูแลความปลอดภัย	4.32	0.64	4.26	0.65	4.36	0.68	4.30	0.65	0.52	0.59
รวม	4.31	0.54	4.25	0.55	4.28	0.59	4.27	0.55	0.49	0.61

*p < 0.05

จากตารางที่ 57 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณาในแต่ละจำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีห้องพักแบบ Family Room ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีห้องพักแบบ Family Room ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 6 คน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.59) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่าง โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านมีห้องพักแบบ Family Room ($\bar{X} = 4.40$ S.D. = 0.69)

เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว ในภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ส่วนที่ 6 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ประเภทครอบครัว จำนวนสมาชิก อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square test) โดยได้กำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งปรากฏข้อมูลผลความสัมพันธ์ได้ดังตารางที่ 58 ดังนี้

ตารางที่ 58 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19

ลักษณะประชากรศาสตร์	ค่าสถิติ	การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19					
		สิ่งดึงดูดใจ	การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	การบริการที่พัก	กิจกรรมการท่องเที่ยว	สิ่งอำนวยความสะดวก	ภาพรวม
1. ประเภทครอบครัว	Chi-Square	20.275	10.780	17.053	10.761	14.596	274.188
	Sig.	0.06	0.29	0.31	0.63	0.48	0.38
2. จำนวนสมาชิกในครอบครัว	Chi-Square	26.704	17.655	27.010	14.284	17.465	553.858
	Sig.	0.31	0.47	0.62	0.96	0.96	0.28
3. อายุ	Chi-Square	76.842	45.845	71.926	71.558	59.302	1102.074
	Sig.	0.01*	0.12	0.13	0.04*	0.50	0.25
4. ระดับการศึกษา	Chi-Square	23.997	16.708	23.041	18.365	26.627	544.165

	Sig.	0.46	0.54	0.81	0.86	0.64	0.39
5. อาชีพ	Chi-Square	49.117	37.962	61.946	44.424	63.710	1409.053
	Sig.	0.84	0.76	0.86	0.97	0.82	0.09
6. รายได้	Chi-Square	52.046	54.045	66.372	62.413	76.296	1395.306
	Sig.	0.75	0.16	0.75	0.56	0.43	0.14

*p < 0.05

จากตารางที่ 58 พบว่าในภาพรวมลักษณะประชากรศาสตร์ทั้งหมดไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทครอบครัว พบว่า ในภาพรวม (Chi-Square = 274.188, Sig. = 0.38) ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า ในภาพรวม (Chi-Square = 553.858, Sig. = 0.28) ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ พบว่า ในภาพรวม (Chi-Square = 1,102.074, Sig. = 0.25) ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับสิ่งดึงดูดใจ (Chi-Square = 76.842, Sig. = 0.01) และอายุมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยว (Chi-Square = 71.558, Sig. = 0.04) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา พบว่า ในภาพรวม (Chi-Square = 344.165, Sig. = 0.39) ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ พบว่า ในภาพรวม (Chi-Square = 1,409.053, Sig. = 0.09) ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ พบว่า ในภาพรวม (Chi-Square = 1,395.306, Sig. = 0.14) ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 59 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	
สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านประเภทครอบครัวที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีประชากรศาสตร์ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	
สมมติฐานที่ 2.1 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

<p>พื้ทยาของนักท่องเทียวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19</p>	
<p>สมมุติฐานที่ 2.2 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพื้ทยา ของนักท่องเทียวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน</p>
<p>สมมุติฐานที่ 2.3 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการที่พัก (Accommodation) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพื้ทยาของนักท่องเทียวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน</p>
<p>สมมุติฐานที่ 2.4 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพื้ทยาของนักท่องเทียวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน</p>
<p>สมมุติฐานที่ 2.5 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพื้ทยาของนักท่องเทียวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน</p>
<p>สมมุติฐานที่ 3 สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว</p>	
<p>สมมุติฐานที่ 3 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพื้ทยาของนักท่องเทียวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 มีความสัมพันธ์กับลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน</p>

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Millennial Family ที่เคยใช้ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 จำนวน 385 คน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเป็นเครื่องมือแบบสอบถาม ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และการหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ประเภทครอบครัว จำนวนสมาชิก อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square test) โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติผู้วิจัยกำหนดระดับไว้ที่ 0.05

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-34 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 63.10 ประกอบข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 มีรายได้เฉลี่ย 15,001-25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 อยู่ในครอบครัวประเภทครอบครัวเดี่ยว ซึ่งประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 68.30 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.10

ประเด็นที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางส่วนใหญ่ คือเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 85.50 ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 42.99 ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 64.39 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งสูงกว่า 13,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10 ส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 67.80 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ คือ เยี่ยมชมและศึกษาธรรมชาติ จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 มีการเตรียมการเดินทาง จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 90.90 โดยความถี่ในการเตรียมการเดินทาง คือ ทุกครั้งที่เดินทาง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 74.29 มีการเตรียมการเดินทางในเรื่องที่พัก จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 23.05 และมีความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 74.30

ประเด็นที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในเขตการปกครองพิเศษพัทยา

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในเขตการปกครองพิเศษพัทยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.480) และเมื่อพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวแบบรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดจากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.571) รองลงมา คือ ด้านบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.454) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.559) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.537) และด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.492)

ประเด็นที่ 4 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตการปกครองพิเศษพัทยา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตการปกครองพิเศษพัทยา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.13 และไม่แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตการปกครองพิเศษพัทยา จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 89.87 และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาสินค้าอาหาร ที่พัก รวมถึงค่าบริการต่าง ๆ ควรปรับให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ไม่แพงเกินไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.52

ประเด็นที่ 5 ผลของการศึกษาและวิเคราะห์ตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ด้านลักษณะประชากรศาสตร์

นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านประเภทครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านประเภทครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาที่ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านจำนวนสมาชิก

ในครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติที่ไม่ต่างกันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ด้านองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติ ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติ ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวการบริการที่พัก (Accommodation) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติ ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวการบริการที่พัก (Accommodation) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติ ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities) มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติ ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ด้านการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 มีความสัมพันธ์กับลักษณะประชากรศาสตร์ทั้งหมด ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ไม่สอดคล้อง หมายถึง การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุชาติของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะประชากรศาสตร์ทั้งหมดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 คณะผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 โดยจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทครอบครัว และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทครอบครัว และจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 พบว่าในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลจากการวิจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มาจากครอบครัวเดี่ยว และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน ซึ่งปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของผู้ตอบแบบสอบถามมีผลไม่แตกต่างกันในการตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพิเศษหลากหลายด้าน มักให้ความสำคัญกับพัฒนาการของบุตร ธิดา และสัมพันธภาพที่ดีในครอบครัว เป็นปัจจัยหลักในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงการวางแผนเรื่องค่าใช้จ่าย พร้อมทั้งจะใช้จ่ายเงินเพื่อแลกกับพัฒนาการที่ดีของบุตร ธิดาได้ ทำให้ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ไม่ส่งผลให้เกิดความแตกต่าง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สถาพร เกียรติพิริยะ สิทธิพล พุคยาภรณ์ และวิฑิตยา นาคสุข (2563) ที่กล่าวว่าเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงานที่ต่างกัน

2. พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เนื่องจากเขตปกครองพิเศษพหุวิทยามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติและยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสร้างใหม่หลากหลายเหมาะกับการมาพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาวิจัยของ รุ่งฟ้า สะแกกลาง (2562) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยว

ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจสถานการณ์ในปัจจุบันที่ผ่านมาในช่วงแพร่ระบาดของโควิด-19 การท่องเที่ยวลดน้อยลง นักท่องเที่ยวเกิดความอึดอัดเนื่องจากต้องอยู่บ้านเป็นเวลานาน แต่ในปัจจุบันเป็นช่วงที่มีการผ่อนปรนมาตรการควบคุมโรคมากขึ้น การท่องเที่ยวเริ่มกลับมา ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเที่ยวพักผ่อนเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีความต้องการให้บุตรหลานของตนเองได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งมีผลดีต่อพัฒนาการ โดยนักท่องเที่ยวนิยมเริ่มจากการท่องเที่ยวในประเทศหรือพื้นที่ใกล้ ๆ เดินทางง่าย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่องทางในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด เนื่องจากในยุคสมัยปัจจุบันทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ง่ายสะดวก รวดเร็วมากขึ้น ทำให้สามารถนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ในการวางแผนในการเดินทางทุกครั้งโดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการวางแผนเรื่องที่พักมากที่สุด รวมถึงเรื่องอื่น ๆ เช่น เรื่องพาหนะในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับความต้องการ รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางเพื่อความสะดวกมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งสูงกว่า 13,000 บาท ประเภทแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการคือ การไปเยี่ยมชมและศึกษาธรรมชาติที่แหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามทำตามแผนที่ได้กำหนดไว้จนได้รับความพึงพอใจแล้วจึงนำไปสู่การอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

จากการวิเคราะห์พบว่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 มากที่สุด คือ องค์ประกอบด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเขตปกครองพิเศษพัทยาสามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก สามารถเดินทางเข้าถึงได้หลากหลายรูปแบบ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนตลอดเส้นทางและมีความปลอดภัยสูง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ การศึกษาวิจัยของ ฉัตรวิไล เหมือนประเสริฐ และสหภาพ พ่อค้าทอง (2559) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในองค์ประกอบแหล่งเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านการบริการที่พัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ให้ความสำคัญกับที่พัก เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการพิเศษหลายด้านในที่พัก เช่น ห้องพักแบบ Family Room พื้นที่ทำกิจกรรมสำหรับเด็ก สระว่ายน้ำเด็ก รวมถึงต้องการความปลอดภัยภายในที่พัก เช่น มีการติดตั้ง

กล้องวงจรปิด มีพนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลตลอดการเข้าพัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนและครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับ เตือนใจ จันทรหมื่น (2563) ที่กล่าวว่า องค์กรประกอบการด้านการบริการที่พักรับมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการให้ที่พักมีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครอบคลุมตั้งแต่เด็กถึงผู้สูงอายุ ควบคู่ไปกับการมีความปลอดภัยภายในที่พัก

องค์กรประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ถัดมา คือ องค์กรประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกรองลงมาจากด้านที่พัก เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการเดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมในสถานที่ที่สามารถอำนวยความสะดวกได้ครอบคลุมทั้งเด็กและผู้สูงอายุภายในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับ เตือนใจ จันทรหมื่น (2563) ที่กล่าวว่า องค์กรประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่อง การให้บริการห้องน้ำมากที่สุด และจุดให้บริการช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวตามจุดต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ต้องการท่องเที่ยวที่ยาวนานขึ้น หรือกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ภาครัฐ เอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรในการจัดทำช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น
2. ด้านการค้นหาข้อมูล ควรมีความร่วมมือกันจากทั้งภาครัฐและเอกชน เพิ่มช่องทางการสืบค้นข้อมูลที่ทันสมัย สามารถเข้าถึงได้หลากหลายช่องทางและเข้าถึงได้สะดวกทุกเพศทุกวัย
3. ด้านการประเมินผลทางเลือก ภาครัฐและเอกชน ควรเพิ่มช่องทางการขนส่งสาธารณะที่ทันสมัยและครอบคลุมทุกเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวกสบาย สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เดินทางมาด้วยรถส่วนตัวได้มากขึ้น
4. ด้านการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ควรกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่ได้รับ เช่น ราคาอาหาร ที่นั่งริมหาด ที่พักรับ เป็นต้น
5. ด้านการประเมินภายหลังการซื้อ ภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ควรจัดทำแบบประเมินให้นักท่องเที่ยวได้ทำ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมและประเมินความพึงพอใจ เพื่อนำข้อสรุปและข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรเพิ่มกลุ่มประชากรตัวอย่าง Millennial Family ชาวต่างชาติที่อยู่อาศัยในประเทศไทยและเคยเดินทางมาเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยา เพื่อให้ทราบถึงมุมมองที่แตกต่างและเพิ่มมากขึ้น

2. ผู้วิจัยควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษ พัทธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อนำมาปรับใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เกิดความต้องการเดินทางมาเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยามากขึ้น

3. ผู้วิจัยควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควบคู่ไปกับข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครบถ้วนสมบูรณ์มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กชมน วงศ์คำ. (2562). **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วยขั้ว ตำบลแกดำ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดมหาสารคาม**. (รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม). สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/M6tai>
- กรมการท่องเที่ยว กรมอนามัย และกระทรวงสาธารณสุข. (2563). **คู่มือการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา**.
- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2562). **นิยามและประเภทครอบครัว**. สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3Kei6J8>
- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563). **โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)**. สืบค้น 8 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3pCsMte>
- กรมควบคุมโรค. (2563). **เที่ยวอย่างไรให้ปลอดภัยต่อสุขภาพในยุคโควิด 19**. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3kwFV4a>
- กรมควบคุมโรค. (2564). **แนวทางปฏิบัติเพื่อการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 สำหรับประชาชนทั่วไปและกลุ่มเสี่ยง**. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3MPUFr4>
- กรมสุขภาพจิต. (2563). **Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก**. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3kCJ02u>
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2563). **ประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องหลักเกณฑ์วิธีการและมาตรการป้องกันความเสี่ยงโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019**. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/38IT9rQ>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **แถลงข่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา วันที่ 1 ตุลาคม 2558**. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3OMN2TQ>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563) COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563. **Tourism Economic Review**, 1(4), 1-68. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3Mi8ga6>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย. **Tourism Economic Review**, 1(4), 1-67 สืบค้น 29 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3Mi8ga6>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2565). **สถานการณ์ผู้ติดเชื้อ COVID-19 อัปเดตรายวัน**. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3wMJ04e>
- กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. COVID-19 ต่อภาคการท่องเที่ยว ผลกระทบและแนวทางการแก้ปัญหา. **Policy Brief Tourism**, 1(1), 1-8. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2565, จาก

<https://bit.ly/3arITVO>

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.**

กรุงเทพฯ: กองวิชาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว.

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). **สถานการณ์การท่องเที่ยวเดือนกุมภาพันธ์ 2565.**

สืบค้น 25 พฤษภาคม 2565, จาก <https://bit.ly/39Zxc8H>

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). **สถานการณ์การท่องเที่ยวเดือนมกราคม 2565.** สืบค้น

25 พฤษภาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3wOQXIY>

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). **สถานการณ์การท่องเที่ยวเดือนมกราคม-ธันวาคม**

2563. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3lRxqBn>

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). **หลักสถิติ** (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: สามลดา.

กัลยาวิร อนุพันธ์จารย์. (2563). **การพยาบาลครอบครัว.** สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2565, จาก

<https://bit.ly/3pyOUVu>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). **แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปี**

ปีงบประมาณ 2562. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3FdbSYx>

เกรียงไกร ชูระพันธ์. (2560). **เอกสารประกอบการสอนวิชาประชากรศึกษาเพื่อพัฒนาสังคม.**

อุดรธานี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

เกศมณี เหลืองจิตติกาญจนา. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย**

ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3w02fID>

คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดีมหาวิทยาลัยมหิดล. (2563). **ความรู้พื้นฐาน COVID-19.**

สืบค้น 18 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3MJpHkc>

จุฑาภรณ์ ฮาร์ล และศศิธร วัฒนพันธ์. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย**

ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. วารสารการเงิน การลงทุน และการบริหารธุรกิจ, 4(3), 415-426. สืบค้น 11 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3yiDMBe>

จิราภา สนิทจันทร์. (2564). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว**

กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3vSVWXm>

จิระประภา กล้าเพชร. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว**

ชาวมาเลเซียในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี). สืบค้นจาก <https://bit.ly/39DzWZf>

จุไรรัตน์ ศิริมั่งมุล นุชนาถ พัชรราชฎ์ และณัฐมา ชำศิริ. (2562). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก**

เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก

<https://bit.ly/3vFMFDh>

ฉัตรวิไล เหมือนประเสริฐ และสหภาพ พ่อค้าทองคำ. (2559). พฤติกรรมการท่องเที่ยว ทักษะคติ ความพึงพอใจ และแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว เมืองพัทยา. **วารสาร มทร อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 3(2), 114-121. สืบค้น 11 กุมภาพันธ์ 2565, จาก

<https://shorturl.asia/Yzp1n>

ชิดชม กันจุฬา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาจังหวัดอ่างทอง. **วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน**, 2(2), 65-80.

สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3MQLWtp>

ชุติมา นุตยะสกุล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 10(1), 132-150. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2565, จาก

<https://bit.ly/3KHULiO>

ต่อสกุล พุทธพักตร์ และสุวิชา เป้าอารีย์. (2564). ระบบอุปถัมภ์ในคติเพื่อนเกิดแก่ญาติกับการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแห่งนี้ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารการเมืองการปกครอง**, 11(1), 24-25.

สืบค้น 11 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3vBKqBd>

เตือนใจ จันทรมั่น. (2561). การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน. สืบค้น 26 พฤษภาคม 2565, จาก

<https://bit.ly/3wV85vk>

ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2564). **tbt analytics ประเมินผลกระทบโควิด ภาคการท่องเที่ยวช่วงที่ผ่านมา**. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3sYVCFM>

ธนพัฒน์ ฬิมรุกร. (2564). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. **วารสารรัฐประศาสนศาสตร์**

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 1(2), 39-47. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2565, จาก

<https://bit.ly/3ybvrPF>

นฤทธิ อธิพิพงศ์สกุล. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรท่องเที่ยว (Travel Card) ของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ).

สืบค้นจาก <https://kuza.me/T2x3D>

บริสุทธิ์ แสนคำ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว. **วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ**, 4(1), 160-167. สืบค้น 22 กุมภาพันธ์ 2565, จาก

<https://shorturl.asia/iMVU5>

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับบลิช.

บุษบา สุธีธร และภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร. (2551). **เจตคติและความประทับใจของชาวต่างชาติที่ได้มา**

- เยี่ยมประเทศไทย.** (รายงานการวิจัย, กระทรวงศึกษาธิการ, กรุงเทพฯ) สืบค้นจาก <https://bit.ly/3hlceeM>
- เบญจรัตน์ สมอินอ้อย. (2561). **การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประเทศรัสเซียภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (ค.ศ.1945-2017).** สืบค้น 22 มีนาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3w0gPzY>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565, 28 กุมภาพันธ์). Test & Go หลักเกณฑ์ใหม่ เริ่ม 1 มี.ค. เช็กเงื่อนไข ขั้นตอนลงทะเบียน. **ประชาชาติธุรกิจ.** สืบค้น 2 มีนาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3y4RV4S>
- ปรัชญา บุญเดช. (2561). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถ้าเลขาเอกบ อำเภอย่อย จังหวัดตรัง** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3N4GPKL>
- ปราโมชน์ รอดจรรย์. (2553). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปราโมชน์ รอดจรรย์. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2).** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เปรมยุดา แม่นหมาย. (2562). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินซีของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3vA3O0V>
- เพชรพจน์ นันทรามาศ และคณะ. (2563). **พฤติกรรม New Normal ของการท่องเที่ยว.** สืบค้น 8 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://krungthai.com/Download/economyresources/>
- พระครูธรรมไกรสอน (คำน้อย). (2560). **รูปแบบการตัดสินใจเชิงพุทธสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย, พระนครศรีอยุธยา). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3yasZJ6>
- พลสุดี สิริวัชรเมตตา. (2561, 3 กรกฎาคม). มิลเลนเนียล แฟมิลี เก็บกระเป๋าไม่ใช่แค่เที่ยว. **โพสต์ทูเดย์.** สืบค้น 5 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3Kxsrfj>
- พัชรียา แก้วชู. (2563). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19.** สืบค้น 19 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3shebod>
- พัฒนธีรา พันธราธร และกิริติ พลดอน. (2564). **การรับรู้ของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลหรือกลุ่มเงินในประเทศไทยที่มีต่อแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.** **วารสารศรีปทุมปริทัศน์, 21(1), 89-104.** สืบค้น 14 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3LEm3rO>
- เพ็ญรุ่ง ไยสามเสน. (2563, 9 กันยายน). ททท. ตะวันออกปลูกกระแสเที่ยว 9 จังหวัดส่งท้ายปี63 ปี64

- ลุยต่อยอดขาย More Fun ชูชิม 5G ฟรีสไตล์. **ข่าวสด**. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3F9wG3p>
- ไพศาล เอกะกุล และพงศกร พิมพะนิตย์. (2560). **การศึกษาคุณลักษณะของนักศึกษาครุไทยในยุค GenerationM(Millennium Generation): กรณีศึกษานักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม** (รายงานผลการวิจัย). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- รวีวรรณ โปรงรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2557). **พจนานุกรม ศัพท์ประชากรศาสตร์**. กรุงเทพฯ: หจก.อรุณการพิมพ์.
- รุ่งฟ้า สะแกกลาง. (2562). **พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา** (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี). สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/AfNmH>
- เลิศพร ภาระสกุล. (2559). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วชิราภรณ์ โลหะชาละ. (2563). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)**. กรุงเทพฯ: แม็คเอ็ดดูเคชั่น.
- วารภรณ์ เลหาหะสัมพันธ์. (2563). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการตู้เติมเวอริผ่านแอปพลิเคชันตู้เติมตั๋วในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา). สืบค้นจาก <https://bit.ly/37THYg5>
- วิไลวรรณ วะปะแก้ว และยุภาพร ยูภาศ. (2564). **การท่องเที่ยวไทยแลนด์แดนสยามยุคโควิด**. **วารสาร มจร อุบลปริทัศน์**, 6(3), 719-732. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3MQtZ9h>
- ศรัญญา ศรีทอง. (2564). **การศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. **วารสารวิเทศศึกษา**, 11(1), 101-133. สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://cutt.ly/fAfBRv>
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2558). **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: แว วาวพรีนติ้ง.
- ศศิพร บุญชู. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่เขตอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3y8GwRu>
- ศุภลักษณ์ ศรีวิไชย และรุ่งเรือง ทองศรี. (2564). **การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย**. **วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น**, 7(8), 405-416. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3y7mYNv>

- ศุศราภรณ์ แต่งตั้ง และอริยา พงษ์พานิช. 2564. ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาจังหวัดนครปฐม. **วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 4(1), 12-24. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3vYR8zM>
- ศูนย์การวิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2563). **โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยปี พ.ศ.2563** (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: อินทชรีเสิร์ชแอนด์คอลชันแทนซี
- ศูนย์การวิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2564). **โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยปี 2564** (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: อินทชรีเสิร์ชแอนด์คอลชันแทนซี
- ศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน กรมควบคุมโรค. (2564). **รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019**. สืบค้น 4 มีนาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3w0PoGb>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). **หากโควิดไม่ระบาดซ้ำหนัก คาดว่าในปี 2565 ตลาดไทยเที่ยวไทยจะกลับเข้าสู่เส้นทางการฟื้นตัว**. สืบค้น 6 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://cutt.ly/oAgRssd>
- ศูนย์วิจัยด้านการท่องเที่ยว. (2564). **สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2564**. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3LRS0vS>
- สถานีอุตุนิยมวิทยา (พัทยา). (2559). **ประวัติเมืองพัทยา**. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3HJhhpU>
- สถานีอุตุนิยมวิทยาชลบุรี. (2559). **ที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดชลบุรี**. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3HJhhpU>
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ). (2564). **วิเคราะห์ผลกระทบของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว**. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3PEKlil>
- สถาพร เกียรติพิริยะ, สิทธิพล พุกยามภรณ์, และวิจิตา นาคสุข. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงาน. **วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์**, 7(12), 178-196. สืบค้น 26 พฤษภาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3MWKW2n>
- สีปกร สารอักษร และคณะ. (2561). แรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวแบบครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต**, 17(1), 1-17. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/35QSO52>
- สิริธัญญา ขาดเผือก. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 13(2), 135-153. สืบค้น 20 มีนาคม 2565, จาก <https://bit.ly/38Jz1G0>
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2561). **แผนปฏิบัติการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพิเศษภาคตะวันออก**. สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3pEj61j>

- สำนักงานประชาสัมพันธ์ชลบุรี. (2564). **เมืองพัทยาเตรียมความพร้อมซักซ้อมความเข้าใจในการเปิดพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ**. สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3Fdyvfx>
- สำนักงานแรงงาน จังหวัดชลบุรี. (2563). **สรุปสถานการณ์แรงงานจังหวัดชลบุรีและผลกระทบจากการระบาดของไวรัส COVID-19**. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3wSiw2P>
- สำนักยุทธศาสตร์และงบประมาณ. (2562). **แผนพัฒนาเมืองพัทยา**. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3s9QGgY>
- หน่วยงานบริหารและจัดการต้นทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. (2564). **COVID-19 ต่อภาคการท่องเที่ยวไทย ผลกระทบและแนวทางการแก้ปัญหา**. สืบค้น 8 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://pmuc.or.th/?p=3568>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (ม.ป.ป.). **การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเรื่องใกล้ตัวกว่าที่คิด**. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3KG25LI>
- อลิสลา ผลาพล. (2558). **การกำหนดเงื่อนไขทางจิตใจและพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์ในสังคม**. สืบค้น 28 มกราคม 2565, จาก <https://bit.ly/3F9kbVz>
- อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). **พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://bit.ly/379FaL8>
- อัมณจิราภา ธนาชัยกุลวัฒน์ และศรีัญญา กันตะบุตร. (2563). **กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ ในการเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว. การประชุมวิชาการระดับนานาชาติและระดับชาติด้านบริหารธุรกิจและการบัญชี 2563**, ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อารยา องค์กรเยี่ยม และพงศ์ธารา วิจิตเวชไพศาล. (2561). **การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. วิจัยสาร, 44(1), 36-42**. สืบค้น 31 มีนาคม 2565, จาก <https://bit.ly/3MNRkgN>
- Airbnb. (2564). **Airbnb เผยเทรนด์ท่องเที่ยวของคนไทยปี64 เกี่ยวกับครอบครัวและกลุ่มเพื่อนมาแรง**. สืบค้น 14 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://news.airbnb.com/th/thai-travel-trends-2021-th/>
- Benmakhlouf, H. (2019). **Tourist Behavior**. (Research report, University of Eastern Finland, Finland). Retrieved February 2, 2022, from <https://cutt.ly/LAgRt63>
- Chebli, A., and Ben, F. (2020). **The impact of Covis-19 on tourist consumption behaviour: a perspective article. Journal of Tourism Management Research, 2(7), 196-207**. Retrieved February 2, 2022, from <https://bit.ly/3w02fID>
- Cochran, W. G. (1953). **Sampling Techniques**. United States Of America: New York,

John Wiley & Sons.

Dickman, S. (1989). **Tourism: An Introductory Text**. Australia: Edward Arnold Australia.

Dimova, L. (2015). **Millennials' Travel Motivation and Desired Activities within a Destination: A Comparative Study of America and the United Kingdom**. (Master's thesis, University Institute of Lisbon, Portugal). Retrieved February 2, 2022, from <https://bit.ly/3CehAlm>

ETimes. (2021, May 26). Millennial parents: What makes them so different. **ETimes**. Retrieve from <https://bit.ly/3NG7QuO>

Fatema, B. (2022). **Tourist behavior due to Covid-19**. (Research report, University of Dhaka, Bangladesh). Retrieved March 2, 2022, from <https://bit.ly/39YgKFx>

Ingkadijaya, R. (2018). Family Tourt-is Different Motive, Different Choice of Tourist Activity. **E-Journal of tourism**, 2(5), 42-84. Retrieved February 17, 2022, from <https://shorturl.asia/uvcZP>

Law for Asean. **รายงานข้อมูลกฎหมายของประเทศไทย (ด้านเศรษฐกิจและสังคม)**. สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3sa32FY>

Mirzaei, R., Sadin, M., and Pedram, M. (2021). Tourism and COVID-19: Changes in Travel Patterns and Tourists' behavior in Iran. **Journal of Tourism Futures**, 3(6), 1-13. Retrieved February 9, 2022, from <https://shorturl.asia/O7HFj>

Segui, D., and Laresma, N. (2018). **Millennial's Motivation in Participating Various Tourism Activities in Quezon**. (Research report, STI College Lucena, Philippines). Retrieved February 8, 2022, from <https://shorturl.asia/V0Jba>

Shin, H., et al. (2022). Travel decision determinant during and after COVID-19: The role of tourist trust, travel constraints, and attitudinal factors. **Journal Elsevier**, 5(92), 1-14. Retrieved February 2, 2020, from <https://bit.ly/3FaJDK3>

Steinmetz, K. **What Is A Millennial Parents**. Retrieved May 26, 2022, from <https://bit.ly/3MWP56t>

World Health Organization Thailand. (2021). **Coronavirus Disease (COVID-19) Question and Answers (General)**. Retrieved February 8, 2022, from <https://bit.ly/3CdvytT>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. ผศ.ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา | อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. ผศ.ดร.กฤติกา สายณะรัตร์ชัย | อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 3. อาจารย์ ดร.อุษณีย์ วัชรไพศาลกุล | อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 4. อาจารย์ ดร.ศรัญญา ศรีทอง | อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 5. อาจารย์ ดร. เอกรัตน์ สุวรรณกุล | อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง |

ภาคผนวก ข
แบบประเมินค่าความสอดคล้องของเครื่องมือ (IOC)

ตารางประเมินค่าความสอดคล้องของเครื่องมือ (IOC) ของผู้ทรงคุณวุฒิ

คำชี้แจง : กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องไว้ที่ 0.5 ขึ้นไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 60 ค่าดัชนีความสอดคล้องข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการที่ประเมิน	ประเมินค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
1.ประเภทครอบครัว	0	0	+1	+1	+1	0.6	สอดคล้อง
2.จำนวนสมาชิกในครอบครัว	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3.อายุ	+1	+1	+1	-1	+1	0.6	สอดคล้อง
4.ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5.อาชีพ	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.รายได้ต่อเดือน	+1	0	+1	-1	+1	0.4	ปรับแก้

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 61 ค่าดัชนีความสอดคล้องข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

รายการที่ประเมิน	ประเมินค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
1.ท่านและครอบครัวมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสิ่งใด	+1	+1	0	0	+1	0.6	สอดคล้อง
2.ท่านและครอบครัวค้นหาข้อมูลในการท่องเที่ยวจากแหล่งใด	+1	+1	+1	-1	+1	0.6	สอดคล้อง

3. ท่านและครอบครัวเดินทางด้วยพาหนะชนิดใด	+1	+1	0	+1	+1	0.8	สอดคล้อง
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	+1	0	+1	0	+1	0.6	สอดคล้อง
5. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านและครอบครัวสนใจที่สุด	+1	+1	+1	0	+1	0.8	สอดคล้อง
6. รูปแบบกิจกรรมที่ท่านและครอบครัวสนใจที่สุด	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
7. ท่านและครอบครัวมีการเตรียมการเดินทางหรือวางแผนการเดินทางในแต่ละครั้งหรือไม่	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
8. ท่านและครอบครัวมีการเตรียมการเดินทางหรือวางแผนการเดินทางแต่ละครั้งบ่อยแค่ไหน	+1	+1	+1	0	0	0.6	สอดคล้อง
9. ท่านและครอบครัวมีการวางแผนเตรียมตัวก่อนการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งในเรื่องใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	+1	+1	0	0	+1	0.6	สอดคล้อง
10. ถ้ามีโอกาสท่านและครอบครัวจะมาท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาอีกหรือไม่	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตปกครองพิเศษพัทยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการที่ประเมิน	ประเมินค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)							
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีมาตรฐานการจัดการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

4.สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการ	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5.ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาถูก	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)							
6.สามารถเดินทางได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
7.สามารถเข้าถึงได้ด้วยวิธีหลากหลาย	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
8.เส้นทางการเข้าถึงมีความปลอดภัย	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
9.มีป้ายบอกทางชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
การบริการที่พัก (Accommodation)							
10.ที่พักสวยงาม สะอาด ถูกสุขอนามัย เป็นไปตามมาตรฐาน SHA	+1	0	+1	+1	+1	0.8	สอดคล้อง
11.ที่พักมีความปลอดภัย	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
12.ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถรองรับความต้องการของคนในครอบครัวได้ครบถ้วน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
13.ระยะทางจากสถานที่ท่องเที่ยวไปยังที่พักมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
14.ราคาที่พักและการให้บริการมีความเหมาะสมสร้างความประทับใจ	+1	+1	+1	0	+1	0.8	สอดคล้อง
กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)							
15.รูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
16.มีกิจกรรมที่หลากหลาย ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการของบุตร	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
17.มีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธภาพภายในครอบครัว	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
18.กิจกรรมมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

19.เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities)							
20.มีพื้นที่ทำกิจกรรมสำหรับเด็กที่เพียงพอ และมีความปลอดภัย	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
21.มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก เช่น รถเข็นเด็ก, ห้องน้ำสำหรับเด็ก	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
22.มีระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) และไวไฟ (Wi-fi)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
23.มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน, การ Check-in Online, QR code ในการให้ข้อมูล	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
24.มีเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ในการให้บริการข้อมูล และดูแลด้านความปลอดภัย	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ภาคผนวก ค
ตัวอย่างแบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อวิจัย

เรื่อง การศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยา ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาพื้นฐานวิจัยด้านการท่องเที่ยว สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วย

1. อายุ 30-55 ปี
2. เคยเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัตยา
3. ยอมตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ

ทางคณะผู้วิจัยขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและครบถ้วน เพื่อข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนั้นจะถูกนำวิเคราะห์ภาพรวม ทางคณะผู้วิจัยจะไม่ทำการเปิดเผยข้อมูลรายบุคคล คำตอบของท่านจะเป็นความลับและนำมาใช้ในการวิเคราะห์เท่านั้น ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตปกครองพิเศษพัตยาของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพัตยาสำหรับครอบครัว

ขอขอบคุณในความกรุณาให้ข้อมูล

คณะผู้วิจัย

นิสิตปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง [] หน้าข้อความที่ตรงกับคำตอบของท่านหรือเติมข้อความให้สมบูรณ์

1. อายุ

- 1) 30-34 ปี 2) 35-39 ปี 3) 40-44 ปี
 4) 45-49 ปี 5) 50-55 ปี

2. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 3) สูงกว่าปริญญาตรี

3. อาชีพ

- 1) กำลังศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยหรือดุษฎีบัณฑิต
 2) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานบริษัทเอกชน
 4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
 5) รับจ้าง/รับจ้างอิสระ
 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

4. รายได้โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 2) 15,001-25,000 บาท
 3) 25,001-35,000 บาท 4) 35,001-45,000 บาท
 5) 45,001-55,000 บาท 6) สูงกว่า 55,000 บาท

5. ประเภทครอบครัว

- 1) ครอบครัวเดี่ยว (ประกอบด้วยพ่อ แม่ ลูก)
 2) ครอบครัวขยาย (ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สามรุ่นขึ้นไป เช่น ปู่ ย่า ตา ยาย พ่อ แม่ ลูก เป็นต้น)

6. จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)

- 1) 1-3 คน 2) 4-6 คน 3) มากกว่า 6 คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง [] หน้าข้อความที่ตรงกับคำตอบของท่านหรือเติมข้อความให้สมบูรณ์

วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

1. ท่านและครอบครัวมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสิ่งใด

<input type="checkbox"/> 1) เพื่อพักผ่อน	<input type="checkbox"/> 2) เพื่อทำงาน/ติดต่อธุรกิจ
<input type="checkbox"/> 3) เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน	<input type="checkbox"/> 4) เพื่อส่งเสริมพัฒนาการเรียนรู้ของบุตร/ธิดา

 (ท่องเที่ยวสวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ อื่นๆ)

 5) เพื่อสุขภาพ (รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ, ออกกำลังกาย อื่น ๆ)

 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

2. ท่านและครอบครัวค้นหาข้อมูลในการท่องเที่ยวจากแหล่งใด

<input type="checkbox"/> 1) อินเทอร์เน็ต (Google Website อื่น ๆ)
<input type="checkbox"/> 2) สื่อ Social Media (Facebook, Instagram อื่น ๆ)
<input type="checkbox"/> 3) หนังสือพิมพ์
<input type="checkbox"/> 4) แผ่นพับ
<input type="checkbox"/> 5) นิตยสาร/หนังสือท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> 6) ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน
<input type="checkbox"/> 7) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

พาหนะในการเดินทาง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

3. ท่านและครอบครัวเดินทางด้วยพาหนะชนิดใด

<input type="checkbox"/> 1) รถโดยสารสาธารณะ
<input type="checkbox"/> 2) รถยนต์ส่วนตัว
<input type="checkbox"/> 3) รถเช่า
<input type="checkbox"/> 4) รถไฟ
<input type="checkbox"/> 5) เครื่องบิน
<input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวท่านในแต่ละครั้ง
- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท 2) 3,001-5,000 บาท
- 3) 5,001-7,000 บาท 4) 7,001-9,000 บาท
- 5) 9,001-11,000 บาท 6) 11,001-13,000 บาท
- 7) สูงกว่า 13,000 บาท

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว

5. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านและครอบครัวสนใจที่สุด
- 1) ธรรมชาติ 2) ประวัติศาสตร์
- 3) วัฒนธรรม 4) นันทนาการและผจญภัย
- 5) พักผ่อนและสุขภาพ 6) กีฬา
- 7) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว

6. รูปแบบกิจกรรมที่ท่านและครอบครัวสนใจที่สุด
- 1) เยี่ยมชมและศึกษาธรรมชาติ
- 2) เยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์
- 3) เยี่ยมชมและศึกษาวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในพื้นที่
- 4) กิจกรรมครอบครัว เช่น ไปสวนสัตว์, เล่นสวนน้ำ และ กิจกรรมผจญภัย
- 5) กิจกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น ออกกำลังกาย, ปั่นจักรยาน
- 6) กีฬาทางบก และ กีฬาทางน้ำ
- 7) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

การเตรียมการเดินทาง

7. ท่านและครอบครัวมีการเตรียมการเดินทางหรือวางแผนการเดินทางล่วงหน้าในแต่ละครั้งหรือไม่
- 1) มี 2) ไม่มี (หากเลือกตัวเลือกนี้ข้ามไปที่ข้อ 10)
8. ท่านและครอบครัวมีการเตรียมการเดินทางหรือวางแผนการเดินทางล่วงหน้าแต่ละครั้งบ่อยแค่ไหน
- 1) ทุกครั้งที่จะเดินทาง 2) บ่อยครั้ง
- 3) บางครั้ง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตปกครองพิเศษ

พหุวิทยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่อง (โดยกำหนดให้ 5 = มากที่สุด , 4 = มาก , 3 = ปานกลาง ,

2 = น้อย , 1 = น้อยที่สุด)

ลำดับ ที่	องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)						
1.	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม					
2.	สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง					
3.	สถานที่ท่องเที่ยวมีมาตรฐานการจัดการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19					
4.	สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายตรงกับความต้องการ					
5.	ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า					
การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)						
6.	สามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว					
7.	สามารถเดินทางเข้าถึงได้หลากหลายรูปแบบ					
8.	เส้นทางการเข้าถึงมีความปลอดภัย					
9.	มีป้ายบอกทางชัดเจน					
การบริการที่พัก (Accommodation)						
10.	ที่พักสวยงาม					
11.	ที่พักมีความสะอาดถูกสุขอนามัย เป็นไปตามมาตรฐาน SHA และ					

	SHA+ (มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA)					
12.	ที่พักมีความปลอดภัย					
13.	ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถรองรับความต้องการของคนในครอบครัวได้ครบถ้วน					
14.	ระยะทางจากที่พักไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม					
15.	ราคาที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับสร้างความประทับใจ					
16.	การบริการขอที่พักมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับสร้างความประทับใจ					
กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)						
17.	รูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับครอบครัว					
18.	มีกิจกรรมที่หลากหลาย ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการของบุตร					
19.	มีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัวและช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีภายในครอบครัว					
20.	กิจกรรมมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน					
21.	เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรม					
สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities)						
22.	มีพื้นที่ทำกิจกรรมสำหรับเด็กที่เพียงพอและมีความปลอดภัย					
23.	สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก เช่น รถเข็นเด็ก, ห้องน้ำสำหรับเด็ก					

24.	มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ, ที่จอดรถ, จุดบริการนักท่องเที่ยว					
25.	ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) และไวไฟ (Wi-fi)					
26.	ห้องพักแบบ Family Room					
27.	มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน, การ Check-in Online, QR code ในการให้ข้อมูล					
28.	เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ในการให้บริการ ข้อมูลและดูแลด้านความปลอดภัย					

ส่วนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพัทยาสําหรับครอบครัว

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลและให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามครั้งนี้

ภาคผนวก ง
หนังสือขอความอนุเคราะห์

ที่ อว ๘๗๑๑.๑/ ๓๑๑

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๗ เมษายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
เรียน อาจารย์ ดร. เอกรัตน์ สุวรรณกุล
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้จัดการเรียนการสอนรายวิชา กทบ๔๒๑ พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว ให้กับนิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ โดยนิสิตได้จัดทำโครงการงานวิจัย เรื่อง การศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในเขตปกครองพิเศษพญาของนักรท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของ โควิด-๑๙ ซึ่งทางคณะฯ พิจารณาแล้วว่าท่านมีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับนิสิตได้เป็นอย่างดี

ในการนี้จึงขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เรื่อง การศึกษาการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพญาของนักรท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์ แพร่ระบาดของโควิด-๑๙ โดยมีนายอภิศักดิ์ วิเมศ เป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙๘-๗๑๓๔๔๑๒ Email : apisak.wim@g.swu.ac.th

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชากร จารุศิริ)

รักษาการแทน คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๙ ๕๐๐๐ ต่อ ๑๑๓๐๘
โทรสาร ๐ ๒๒๖๐ ๒๙๐๓

ที่ อว ๘๗๑๑.๑/ ๓๕๕



มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๒๕ เมษายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตเข้าพื้นที่สวนสัตว์เปิดเขาเขียว

เรียน ผู้อำนวยการสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

สิ่งที่ส่งมาด้วย รายชื่อนิสิตที่ขออนุญาตเข้าพื้นที่สวนสัตว์เปิดเขาเขียว

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้จัดการเรียนการสอนรายวิชา กทบ๔๒๑ พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว ให้กับนิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ โดยนิสิตได้จัดทำโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวใน เขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-๑๙ ซึ่งคณะฯ พิจารณาแล้วว่าสวนสัตว์เปิดเขาเขียวเหมาะสมสำหรับเก็บข้อมูลงานวิจัยของนิสิตได้เป็นอย่างดี

ในการนี้จึงขออนุญาตเข้าพื้นที่สวนสัตว์เปิดเขาเขียวเพื่อเก็บข้อมูลประกอบ โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-๑๙ ในวันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๕ เวลา ๑๐.๐๐- ๑๗.๐๐ น. โดยมี นายเพชร แต้สงเคราะห์ เป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙๕-๗๘๓๙๖๐๒ Email : patchara.pcr@g.swu.ac.th

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชากร จารุศิริ)

รักษาการแทน คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๙ ๕๐๐๐ ต่อ ๑๑๓๐๘

โทรสาร ๐ ๒๒๖๐ ๒๙๐๓

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวฉัตรมณี แป้นเกลี้ยง
วันเดือนปีเกิด	8 เมษายน พ.ศ.2543
สถานที่เกิด	นครศรีธรรมราช
ประวัติการศึกษา	
ปี พ.ศ.2562	โรงเรียนปากพ่อง
ปัจจุบัน	สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อีเมล	Chatmani.paen@g.swu.ac.th
ที่อยู่ปัจจุบัน	Urbanize Residence (Ratchada13) 482 ซอยกุนนที แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล นางสาวญาดา เขตต์กัน
วันเดือนปีเกิด 7 กรกฎาคม พ.ศ.2543
สถานที่เกิด สมุทรปราการ
ประวัติการศึกษา
ปี พ.ศ.2562 โรงเรียนสิริรัตนาร
ปัจจุบัน สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อีเมล yada.ket@g.swu.ac.th
ที่อยู่ปัจจุบัน 92 ซอยสายลวด1 ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัด
สมุทรปราการ
10270

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวปิยนุช วสุธาวุฒิจารณ์
วันเดือนปีเกิด	13 มีนาคม พ.ศ.2544
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	
ปี พ.ศ.2562	โรงเรียนสตรีวัดระฆัง
ปัจจุบัน	สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อีเมล	piyanuch.was@g.swu.ac.th
ที่อยู่ปัจจุบัน	1032/8 พรานนก9 ถนนพรานนก แขวงบ้านช่างหล่อ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุลนาย	พชร แต่สงเคราะห์
วันเดือนปีเกิด	21 สิงหาคม พ.ศ.2542
สถานที่เกิด	อุบลราชธานี
ประวัติการศึกษา	
ปี พ.ศ.2561	โรงเรียนอัสสัมชัญอุบลราชธานี
ปัจจุบัน	สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อีเมล	patchara.pcr@g.swu.ac.th
ที่อยู่ปัจจุบัน	151 ถนนสุริยาตร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวพุฒิตา ทิพย์แก้ว
วันเดือนปีเกิด	17 ตุลาคม พ.ศ.2543
สถานที่เกิด	ตรัง
ประวัติการศึกษา	
ปี พ.ศ.2562	โรงเรียนสภาราชินี จังหวัดตรัง
ปัจจุบัน	สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว เชิงนิเวศมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อีเมล	putitar.tip@g.swu.ac.th
ที่อยู่ปัจจุบัน	299/396 Sukhumvit Living Town สุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวรินรดา รุ่งธนานนท์
วันเดือนปีเกิด	26 กรกฎาคม พ.ศ.2543
สถานที่เกิด	นนทบุรี
ประวัติการศึกษา	
ปี พ.ศ.2562	โรงเรียนอัสสัมชัญอุบลราชธานี
ปัจจุบัน	สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อีเมล	rinrada.rrd@g.swu.ac.th
ที่อยู่ปัจจุบัน	63/14 ซ.สุขาอุปถัมภ์ 9 ถนนสุขาอุปถัมภ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นายอภิศักดิ์ วิเมศ
วันเดือนปีเกิด	2 เมษายน พ.ศ.2543
สถานที่เกิด	นครศรีธรรมราช
ประวัติการศึกษา	
ปี พ.ศ.2562	โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาภาคใต้
ปัจจุบัน	สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อีเมล	apisak.wim@g.swu.ac.th
ที่อยู่ปัจจุบัน	100 ถนนเทวบุรี ตำบลโพธิ์เสด็จ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000