

**พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียว (Solo Traveler)
ในเจนเนอเรชั่นวาย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต**

**BEHAVIOR AND EXPECTATIONS OF GENERATION Y SOLO TOURISTS
TRAVELING TO PHUKET PROVINCE**

Received:

Revised:

Accepted:

นายกิตติศักดิ์ ตันปิชาติ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ที่เดินทางมาภูเก็ตเพียงคนเดียว จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้มีการใช้สถิติเชิงอนุมานในส่วนของการวิเคราะห์องค์ประกอบ และการทดสอบสมมติฐานทางสถิติด้วยสถิติทดสอบ Chi-squared และ F-test พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แต่ระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันในลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยว โดยทุกระดับการศึกษาชอบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

พฤติกรรมกับความคาดหวังของกลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียวในเจนเนอเรชั่นวาย คือ ปัจจัยหลักต้นที่สำคัญ คือเพื่อการพักผ่อน และเพื่อลดความเครียดจากการทำงานมากที่สุด ส่วนปัจจัยดึงดูดในทุกด้านส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ยกเว้นสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืนอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ในทุกด้านส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวคนเดียว, เจนเนอเรชั่นวาย, พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว, ความคาดหวัง

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง: Master student, Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University; Email: 6524103014@ruemail.ru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพียงคนเดียว (Solo travel) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นในทุกพื้นที่ทั้งในและต่างประเทศ เพราะจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีความสะดวกและตอบสนองต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว กลุ่มนี้จะมีลักษณะนิสัยเป็นคนรักอิสระ ชอบหาสิ่งที่ทำให้ตัวเองมีความสุข (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีพฤติกรรมที่ท่องเที่ยวโลกโซเชียลอยู่เกือบตลอดเวลา และพบว่าสื่อสังคม (Social media) ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวปัจจุบัน เช่น Facebook Line Instagram Tiktok Threads จึงทำให้แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวในระบบออนไลน์ จัดให้การท่องเที่ยวของกลุ่ม Solo travel เพิ่มขึ้นถึง 4 เท่า ข้อมูลจากยอดการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ Solo travel บน google ในปี 2563-2565 เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบเข้าสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น มีการเข้าถึงข้อมูลและรูปแบบการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่สามารถนำระบบดิจิทัลมารวมด้วยในทุกๆ ด้าน การท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว การเข้าถึงข้อมูลด้วยระบบดิจิทัลของผู้คนทั่วโลกมีถึงร้อยละ 95 (ไทยรัฐ, 2557) จึงส่งผลให้พฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ตั้งแต่การเผยแพร่ข้อมูล การเข้าถึง การรับรู้ ข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงการติดต่อสื่อสารในวงกว้างและใช้เวลาได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงกับธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยวเป็นวงกว้าง เช่น สายการบิน โรงแรม ระบบบริการยานพาหนะ การซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ที่ให้บริการการจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในยุคปัจจุบันที่เห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อการบริการที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกบริการในหลายๆ รูปแบบเพื่อให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน จากการพัฒนาดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้สะดวกและง่ายขึ้นนั่นเอง

สถานการณ์คนโสดของไทยในปัจจุบันมีถึงร้อยละ 40.5 ซึ่งสูงกว่าภาพรวมในประเทศเกือบเท่าตัว และเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 35.7 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567) ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะมีพฤติกรรมในการจัดการวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง ชอบการท่องเที่ยวพักผ่อนทั้งในประเทศและต่างประเทศ กลุ่มคนโสดใน เจเนอเรชันวาย เป็นกลุ่มที่น่าสนใจในการทำมาหากิน และเข้าถึงอย่างยิ่งในปัจจุบัน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ โดยเป็นกลุ่มที่น่าสนใจ มีความสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจต่างๆ รวมทั้งธุรกิจการท่องเที่ยว เนื่องจากคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เติบโตไวที่สุด นอกจากนี้ยังมีอัตราการใช้จ่ายสูงในแต่ละครั้งที่เดินทางซึ่งด้วยความพร้อมในทางด้านสถานที่ทางการท่องเที่ยว สถานบริการที่อำนวยความสะดวกในรูปแบบที่หลากหลายของประเทศไทยในปัจจุบัน จึงเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายของนักท่องเที่ยวหลายคนทำให้นักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว

คนเดียวด้วย ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนเดียวของไทยมีแนวโน้มหรือความนิยมในการท่องเที่ยวคนเดียวเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 62 (ไทยรัฐ, 2557) ในขณะเดียวกันปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียวนั้นเป็นกลุ่มที่จะให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยในลำดับต้นๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เช่นที่พัก ราคาถูก แต่คงไว้ซึ่งคุณภาพของบริการ และหาประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ซึ่งในประเทศต่างก็ได้เน้นเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวมาเป็นอันดับต้นๆ ในปัจจุบัน (Pencarelli, 2019) เนื่องจากความนิยมในการท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว และสภาพปัญหาจากการขาดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวคนเดียวของประเทศไทยยังไม่ครอบคลุมทั้งหมด จากปัญหาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย เพื่อให้ทราบว่าในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังนั้น นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรม และความคาดหวังที่จะได้จากการท่องเที่ยวอย่างไร ซึ่งจะมีปัจจัยผลักดัน (Push factors) หรือปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจทางด้านจิตวิทยาหรือความต้องการภายในตัวนักท่องเที่ยวที่เป็น แรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และปัจจัยดึงดูด (Pull factors) เป็นแรงจูงใจในการกำหนดจุดหมายปลายทาง และตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวนั้น จะทำให้ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการ ออกแบบการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษานี้จะเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่มีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสำหรับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงพัฒนาธุรกิจส่วนตัว ให้สามารถมีบริการที่สามารถรองรับรูปแบบการท่องเที่ยวคนเดียว สามารถนำไปวางแผนเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ให้ดียิ่งขึ้นทั้งในภาครัฐและเอกชนในอนาคต

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในกลุ่มท่องเที่ยวคนเดียว Solo travel ของเจนเอเรชั่นวาย ในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในกลุ่มท่องเที่ยวคนเดียว Solo travel ของเจนเอเรชั่นวาย ในจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานของงานวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังแตกต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวซึ่งการวิเคราะห์พฤติกรรมจากคำถาม 6Ws 1H และในด้านความคาดหวังในการท่องเที่ยวทำการศึกษาในรูปแบบของปัจจัยผลึกตัน ปัจจัยดึงดูด และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

2. ขอบเขตประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยนี้คือผู้ที่ชอบการท่องเที่ยวคนเดียวโดยเป็นกลุ่มเจเนอเรชันวาย จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตพื้นที่ ในการศึกษาครั้งนี้จะดำเนินการศึกษาเฉพาะผู้ที่ชอบการท่องเที่ยวคนเดียว โดยเป็นกลุ่มเจเนอเรชันวายในจังหวัดภูเก็ต

4. ขอบเขตระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้อยู่ในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม 2567-ตุลาคม 2567 รวมระยะเวลา 4 เดือน

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรม (Behavior) การกระทำหรือการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ที่ปรากฏออกมาในรูปแบบของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบซ้ำๆหรือคงเดิมบ่อยๆ จนกลายเป็นลักษณะหรือเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือตัวบุคคล ความหมายของคำว่า พฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำวานิสัย แต่จะแตกต่างกันตรงที่มีการแสดงออกมาให้เห็นหรือสังเกตได้ ถือว่าเป็นพฤติกรรมหากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่านิสัย ตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมจากแผนการกระทำพฤติกรรม เกิดจากการทำหน้าที่ร่วมกันของการรับรู้ ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และเจตนาในการกระทำพฤติกรรม การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมและเจตนาในการกระทำพฤติกรรมจะทำนายพฤติกรรมได้แม่นยำเพียงใดขึ้นอยู่กับเงื่อนไข (พัชร ดวงจันทร์, 2550)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวัง (Expectation theory) เป็นความเชื่อหรือความคิดอย่างมีเหตุผลในแนวทางที่เป็นไปได้ หรือเป็นความหวังที่คาดการณ์ว่าต้องการจะได้ในอนาคตของบุคคล ความคาดหวังจึงเป็นสภาวะทางจิตที่บุคคลคาดคะเนล่วงหน้าแต่บางสิ่งบางอย่างว่าควรจะมีควรจะเป็นหรือควรจะเป็นเกิดขึ้นตามความเหมาะสม หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่นที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยทุกคนต่างก็มีเป้าหมายให้กับตัวเองเพื่อต้องการให้เกิดความสำเร็จและเดินทางไปสู่เป้าหมายนั้น โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการหรือคาดหวังเอา เพื่อให้ความคาดหวังนั้น อาจจะ

เป็นความคาดหวังให้กับตัวเองหรือเป็นความคาดหวังให้กับบุคคลอื่น โดยทำการคาดหวังให้บุคคลอื่น เป็นไปตามที่ตัวเองการตามเป้าหมายที่วางไว้ (ชิษณุกร พรภาณวิชัย, 2540)

ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นสองลักษณะได้แก่ แรงผลัก (Push factors) และแรงดึงดูด (Pull factors) คือผู้คนเดินทางท่องเที่ยวเพราะมีแรงผลักจากภายในและถูกดึงดูดจากแรงภายนอก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นแรงที่ทำให้บุคคลถูกผลักเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวและถูกดึงดูดด้วยความน่าสนใจของจุดหมายปลายทาง (Uysal and Hagan, 1993)

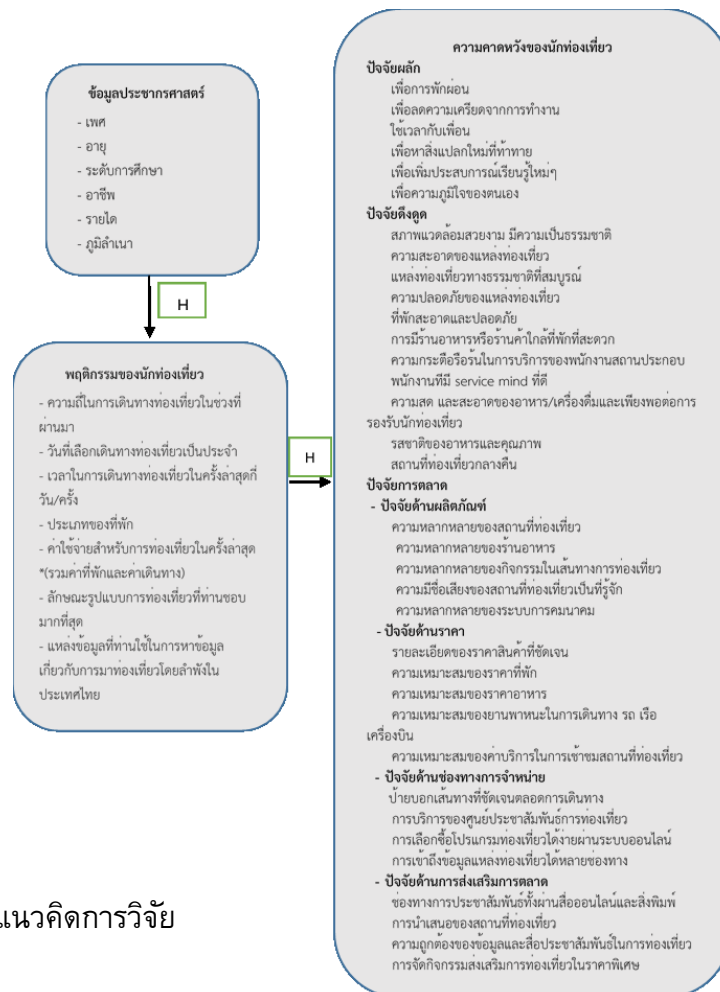
ความหมายของการท่องเที่ยวคนเดียว (solo travel)

Solo Travel คือกลุ่มของนักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบเดินทางไปไหนโดยอิสระ ไม่ได้เดินทางกับแพคเกจทัวร์หรือเดินทางเป็นกลุ่ม และนักท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นในการเดินทาง มีการวางแผนด้วยตนเอง สามารถตัดสินใจเรื่องต่างๆ ได้ โดยไม่ต้องปรึกษาหรือขอคำแนะนำจากเพื่อนร่วมทางคนอื่น สามารถไปได้ทุกที่ที่ต้องการและยังได้รับความสนใจเป็นพิเศษ เช่น จากคนในพื้นที่ในการขอความช่วยเหลือ การเที่ยวคนเดียวเป็นการบังคับให้ตัวเองออกจากสิ่งแวดล้อมเดิมๆ เพื่อเปิดใจในการเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยว พบปะผู้คน และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ มากขึ้น และยังมีโอกาสค้นพบตัวเองในระหว่างการเดินทาง Boots n All (2560) ได้ให้ความหมายว่า Solo travel คือ การทำหายตัวเองในการเดินทางด้วยเส้นทางที่สร้างขึ้นมาจากคนเดียว ซึ่งระหว่างการเดินทางนั้นอาจจะพบกับผู้คนแปลกหน้า เพื่อนใหม่ และที่สำคัญในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวจะมีโอกาสทำในสิ่งที่ต้องการได้ทุกอย่าง หรือแม้กระทั่งการค้นพบตัวตนที่แท้จริงโดยที่ไม่รู้มาก่อน และยังสามารถที่จะตัดสินใจเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้โดยที่ไม่ต้องฟังหรือครุ่นคิดสิ่งต่างๆ เหล่านั้นจากความคิดเห็นของคนอื่น

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) เป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอแนะนำเนื้อหาสาระระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือประชากรในเจเนอเรชั่นวัยอายุระหว่าง 27-44 ปี ที่เคยไปท่องเที่ยวเพียงลำพังในจังหวัดภูเก็ต โดยจังหวัดภูเก็ตมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 6,814,753 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2565) จำนวนประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้วิธีคำนวณตามสูตรของ Yamane, Taro (1973) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 339.97 คน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจึงเก็บขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแต่ละข้อคำถาม เพื่อพิจารณาความ สอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด ซึ่งมีค่าดัชนีตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไปผ่านที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (try out) กับประชากรอื่นที่ไม่ใช่ประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.90-0.924 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 0.70 ทุกค่า (Cronbach, 1951)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ใน รูปแบบ google form และแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ (Online) ประกอบด้วย Facebook และ Line เพื่อความรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย

4. การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ประเด็น ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) อธิบายถึงลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent Sample F-Test หรือ One Way ANOVA และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้สถิติ Chi – Square Test

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลด้านส่วนบุคคล จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 อายุ 31-35 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 ส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ผลวิเคราะห์ข้อมูลตามความถี่ในการเดินทาง จำนวน 400 ชุด พบว่าส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว 2-3 ครั้ง/ปี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49 ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว เป็นวันเสาร์-วันอาทิตย์ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 47 ระยะเวลาที่ท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 3-4 วัน/ครั้ง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 51 ประเภทของที่พัก จำนวน 676 คน พบว่าส่วนใหญ่เลือกเข้าพักที่โรงแรม จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 47 ค่าใช้จ่าย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 3,501-5,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 941 คน พบว่าส่วนใหญ่เลือกนักท่องเที่ยวชอบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 38 และการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 2,436 คน พบว่าส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ Facebook จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 15

ตาราง 1 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียว ในเจนเนอเรชั่นวายที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยผลักดัน (push factor)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
เพื่อการพักผ่อน	4.77	0.48	มากที่สุด
เพื่อลดความเครียดจากการทำงาน	4.64	0.66	มากที่สุด
ใช้เวลาว่างกับเพื่อน	4.04	1.02	มาก
เพื่อหาสิ่งแปลกใหม่ที่ท้าทาย	4.38	0.76	มาก
เพื่อเพิ่มประสบการณ์เรียนรู้ใหม่ๆ	4.47	0.71	มาก
เพื่อความภูมิใจของตนเอง	4.34	0.77	มาก
รวม	4.44	0.18	มาก
ปัจจัยดึงดูด (pull factor)			
เพื่อสภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติการพักผ่อน	4.79	0.42	มากที่สุด
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.80	0.42	มากที่สุด
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์	4.74	0.48	มากที่สุด
ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	4.81	0.41	มากที่สุด
ที่พักสะอาดและปลอดภัย	4.80	0.42	มากที่สุด
การมีร้านอาหารหรือร้านค้าใกล้ที่พักที่สะดวก	4.67	0.51	มากที่สุด
ความกระตือรือร้นในการบริการของพนักงานสถานประกอบการ	4.68	0.52	มากที่สุด
พนักงานที่มี service mind ที่ดี	4.75	0.45	มากที่สุด
ความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่มและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว	4.76	0.44	มากที่สุด
รสชาติของอาหารและคุณภาพ	4.74	0.47	มากที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน	4.15	0.97	มาก
รวม	4.70	0.16	มากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	4.67	0.51	มากที่สุด
ความหลากหลายของร้านอาหาร	4.62	0.58	มากที่สุด
ความหลากหลายของกิจกรรมในเส้นทางการท่องเที่ยว	4.58	0.60	มากที่สุด
ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก	4.60	0.61	มากที่สุด
ความหลากหลายของระบบการคมนาคม	4.56	0.70	มากที่สุด
รวม	4.61	0.07	มากที่สุด
ปัจจัยด้านราคา			
รายละเอียดของราคาสินค้าที่ชัดเจน	4.67	0.54	มากที่สุด
ความเหมาะสมของราคาที่พัก	4.67	0.56	มากที่สุด
ความเหมาะสมของราคาอาหาร	4.65	0.55	มากที่สุด
ความเหมาะสมของยานพาหนะในการเดินทาง รถ เรือ เครื่องบิน	4.66	0.57	มากที่สุด
ความเหมาะสมของค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	4.66	0.56	มากที่สุด
รวม	4.66	0.01	มากที่สุด
ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย			
ป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจนตลอดการเดินทาง	4.70	0.52	มากที่สุด
การบริการของศูนย์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	4.63	0.59	มากที่สุด
การเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ง่ายผ่านระบบออนไลน์	4.61	0.60	มากที่สุด
การเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้หลายช่องทาง	4.71	0.49	มากที่สุด
รวม	4.66	0.05	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด			
ช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งผ่านสื่อออนไลน์และสิ่งพิมพ์	4.69	0.51	มากที่สุด
การนำเสนอของสถานที่ท่องเที่ยว	4.68	0.52	มากที่สุด
ความถูกต้องของข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยว	4.69	0.53	มากที่สุด
การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในราคาพิเศษ	4.69	0.52	มากที่สุด
รวม	4.69	0.01	มากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนเดียวในจังหวัดภูเก็ตได้แก่ ด้านปัจจัยหลัก มีระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยดึงดูดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีรายละเอียดดังนี้ ด้านปัจจัยหลัก โดยรวมพบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และลดความเครียดจากการ

ทำงาน ส่วนความคาดหวังในระดับมากคือ เพื่อหาสิ่งแปลกใหม่ที่ทำขาย เพิ่มประสบการณ์เรียนรู้ใหม่ๆ และความภูมิใจของตนเองอยู่ใน ส่วนด้านปัจจัยดึงดูดโดยรวมพบว่านักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกหัวข้อ ยกเว้น สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน ที่มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่านักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกหัวข้อ

การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตาราง 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ข้อมูลบุคคล	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว					
	ความถี่ในการเดินทาง	วันที่เลือกเดินทาง	จำนวนวันที่	ประเภทของที่พัก	ค่าใช้จ่าย	รูปแบบการท่องเที่ยว
1) เพศ						
Chi-Square	0.193	2.036	3.095	12.176	18.703	42.237
Sig.	0.519	0.729	0.797	0.432	0.044*	0.001*
2) อายุ						
Chi-Square	26.97	12.928	18.672	31.775	60.231	49.973
Sig.	0.001*	0.044*	0.028*	0.023*	0.000*	0.005*
3) ระดับการศึกษา						
Chi-Square	29.264	21.585	23.205	25.080	55.113	21.483
Sig.	0.000*	0.000*	0.001*	0.014*	0.000*	0.256
4) อาชีพ						
Chi-Square	27.865	33.369	29.394	31.844	53.760	51.449
Sig.	0.001*	0.000*	0.001*	0.023*	0.000*	0.003*
5) รายได้						
Chi-Square	6.921	5.111	12.678	30.906	62.085	52.096
Sig.	0.863	0.746	0.393	0.157	0.000*	0.040*

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในบางประเด็น แต่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในหลากหลายประเด็นที่สุดคือ อายุ ระดับ

การศึกษา และอาชีพ นั่นคือกลุ่มที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนลักษณะของความถี่ วันที่เลือกเดินทาง ระยะเวลาที่ ประเภทของที่พัก

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน

พบว่าด้านปัจจัยหลัก นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในส่วนของการวันเลือกเดินทาง กับค่าใช้จ่ายในมีความคาดหวังการในท่องเที่ยว เพื่อลดความเครียดจากการทำงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านปัจจัยดึงดูดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในส่วนของการค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีความคาดหวังการท่องเที่ยวถึงความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวในส่วนส่วนลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยว มีความคาดหวังการท่องเที่ยวถึงสภาพแวดล้อมสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ เพื่อการพักผ่อน และการมีร้านอาหารหรือร้านค้าใกล้ที่พักที่สะดวกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในส่วนของการเลือกประเภทของที่พัก มีความคาดหวังการท่องเที่ยวถึงความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน และพฤติกรรมในการค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกันในทุกหัวข้อของความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกันกับปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการส่งเสริมตลาด พฤติกรรมการท่องเที่ยวในส่วนของการเลือกจำนวนวันที่เดินทางท่องเที่ยว มีความคาดหวังการท่องเที่ยวถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งผ่านสื่อออนไลน์และสิ่งพิมพ์ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในราคาพิเศษแตกต่างกัน และพฤติกรรมในการค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกันในทุกหัวข้อของความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย

สรุปและอภิปรายผล

เมื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดภูเก็ต พบว่าส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวคือ 2-3 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวคือ วันเสาร์-วันอาทิตย์ โดยใช้ระยะเวลาสำหรับการท่องเที่ยวคือ 3-4 วันต่อครั้ง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักที่โรงแรม ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางของแต่ละครั้งคนละประมาณ 3,501-5,000 บาท ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชอบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561) การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจาก Facebook ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (อรรถกฤต จันทรและคณะ, 2023) ที่ได้ศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยว

โดยลำพัง (Solo Travel) โดยพบว่าแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลท่องเที่ยว คือ สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับการมาท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านสถานที่และการบริการมากที่สุด

พฤติกรรมกับความคาดหวังของกลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียวในเจนเนอเรชั่นวาย คือ ปัจจัยหลักที่สำคัญ คือเพื่อการพักผ่อน และเพื่อลดความเครียดจากการทำงานมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hurun Report Inc. (2016) และปัจจัยหลักในด้านอื่น ๆ ที่มีความสำคัญในระดับมาก ที่ประกอบด้วยด้านการใช้เวลาไปกับเพื่อน เพื่อหาสิ่งแปลกใหม่ที่ท้าทาย เพื่อเพิ่มประสบการณ์เรียนรู้ใหม่ๆ และเพื่อความภูมิใจของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วนิดา เลิศพิพัฒน์ (2561) และ Šimková and Holzner (2014)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันพบว่าค่าใช้จ่าย และลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยว ส่วนรายได้จะมีความแตกต่างในด้านของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยส่วนหนึ่งของ Murthy, et al (2016) เกี่ยวกับปัจจัยด้านรายได้เป็นปัจจัยหนึ่ง ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนเพศมีความแตกต่างในลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศินี โพธิ์เพชร และคณะ (2563) ที่พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันในลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวโดยทุกระดับการศึกษาชอบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วนิดา เลิศพิพัฒน์ (2561)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกันจะมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน พบว่าพฤติกรรมกับความคาดหวังของกลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียวในเจนเนอเรชั่นวาย คือ ปัจจัยหลักที่สำคัญ คือเพื่อการพักผ่อน และเพื่อลดความเครียดจากการทำงานมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hurun Report Inc. (2016) และปัจจัยหลักในด้านอื่นๆ ที่มีความสำคัญในระดับมาก ที่ประกอบด้วยด้านการใช้เวลาไปกับเพื่อน เพื่อหาสิ่งแปลกใหม่ที่ท้าทาย เพื่อเพิ่มประสบการณ์เรียนรู้ใหม่ๆ และเพื่อความภูมิใจของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วนิดา เลิศพิพัฒน์ (2561) และ Šimková and Holzner (2014)

ปัจจัยดึงดูดที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อความคาดหวังในการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียวของเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดภูเก็ตในทุกหัวข้อ ยกเว้นสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืนที่มีความสำคัญในระดับมากต่อความคาดหวังในการท่องเที่ยวที่ศึกษาคั้งนี้คือ โดยผลการศึกษาที่พบสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศุภาวรรณ วงศ์ชูทรัพย์ (2562) ที่รายงานของการท่องเที่ยวคนเดียวนั้นสามารถทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสถึงความอิสระ ผ่อนคลายและค้นพบ

ตัวตนของตนเอง อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่องของมาตรฐานด้านความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ มาเป็นอันดับแรก

และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความคาดหวังการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นั้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด คือความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ความหลากหลายของร้านอาหาร ความหลากหลายของกิจกรรมในเส้นทางการท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก และความหลากหลายของระบบการคมนาคม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ดาวเดือน อินตะชะ และคณะ (2022) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวให้มีความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก เช่นเดียวกับปัจจัยทางด้านราคาที่ประกอบด้วย รายละเอียดของราคาสินค้าที่ชัดเจน ความเหมาะสมของราคาที่พัก ความเหมาะสมของราคาอาหาร ความเหมาะสมของยานพาหนะในการเดินทาง และความเหมาะสมของค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย คือป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจนตลอดการเดินทาง การบริการของศูนย์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ง่ายผ่านระบบออนไลน์ และการเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้หลายช่องทาง นอกจากนี้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งผ่านสื่อออนไลน์และสิ่งพิมพ์ การนำเสนอของสถานที่ท่องเที่ยว ความถูกต้องของข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในราคาพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สมหทัย จารุมิลินท (2560) ถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้ผลการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวโดยลำพังส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญในช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวกับกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

2. ความพร้อมในการให้บริการด้านความปลอดภัย มีการวางนโยบายในการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จักบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ที่ให้บริการด้านความปลอดภัย เพื่อเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในทุกๆ ช่องทาง และสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

3. ความพร้อมในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การให้บริการกับนักท่องเที่ยว และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น

4. การสร้างรูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับแต่ละลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยลำพัง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียวในเจนเนอเรชันวาย ที่เดินทางท่องเที่ยวว่าหากนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอย่างหนึ่งจะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมอีกอย่างหนึ่ง

2. เลือกศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียว ในเจนเนอเรชันวาย ที่เดินทางท่องเที่ยวในภาคอื่นๆ หรือภาพรวมของประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยคนเดียว (Solo Traveler) ไตรมาส 1-3 ปี 2566. ค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2567 จาก <https://datacatalog.tat.or.th/dataset/tourist-behavior/resource/956cd6f2-aa6a-472d-8109-082be1d7120c>
- เกศินี โพธิ์เพชร, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช;วารสารวิทยาการจัดการ. 36(2), 110-136.
- ชีษณุกร พรภาณูวิชัย. (2540). ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล: กรณีศึกษา จังหวัดแพร่. (รายงานผลงานวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ดาวเดือน อินเตชะ, พิมพ์พิศา จันทรมณี และภูติส เหลืองพั่ง. (2022). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดลำปาง. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 9(6), 173-187.
- ไทยรัฐ. (2557). เทรนด์ท่องเที่ยวในปี 2567 คนไทยมีแนวโน้มเดินทางด้วยงบจำกัด และรักความยั่งยืนมากขึ้น. ค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2567 จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/travel/273961>
- พัชรี ดวงจันทร์. (2550). ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการป้องกันโรคอ้วนและดัชนีมวลกายในเด็ก. นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสาธิต กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- วนิดา เลิศพิพัฒน์นนท์. (2561). รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(ฉบับพิเศษ เดือนพฤษภาคม), 134-149.

- ศุภาวรรณ วงศ์ชูทรัพย์. (2562). เทรนมาแรง! “Solo travel” ที่เที่ยวคนเดียว เที่ยวด้วยตัวเอง. ค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2567 จาก <https://shorturl.asia/XRhrK>.
- สมหทัย จารุมิลินท. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (สารนิพนธ์) สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2565). รายงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. สืบค้น 6 สิงหาคม 2567, จาก <http://phuket.old.nso.go.th/nso/project/search/index.jsp?province>.
- อรรถกฤต จันทร, ภูเกริก บัวสอน และ ชุติณ แก้วนพรัตน์. (2566). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel). วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 16(1), 88-111.
- Bootsn All. (2560). *What is solo travel?* สืบค้น 25 สิงหาคม 2567 จาก <http://toolkit.bootsnall.com/solo-travel-guide/what-is-solo-travel.html>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Hurun Report. (2016). *Generation Y: Chinese Luxury Travelers Come of Age*. The Chinese Luxury Traveler 2016. สืบค้น 25 สิงหาคม 2567 จาก <http://www.up.hurun.net/Hufiles/201605/20160530111720288.pdf>
- Murthy, U., Paul, A.M., & Gopal, P. (2016). The Behaviors of generation Y Tourists from Asean Countries towards Malaysian Tourism Industry in Kuala Lumpur, Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 249-260.
- Pencarelli, T. (2019). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism*, 22, 455-476.
- Šimková, E., & Holzner R. (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 159, 660 - 664.
- Uysal, M., & Hagan, L.A.R. (1993). Motivation of pleasure travel and tourism. In: Khan, M., Olsen, M., Var, T. (Eds), *Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, 798-810.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Edition. New York: Harper and Row.