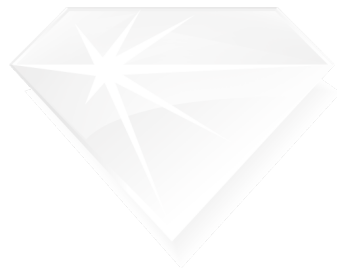


แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว  
กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (SOLO TRAVEL)

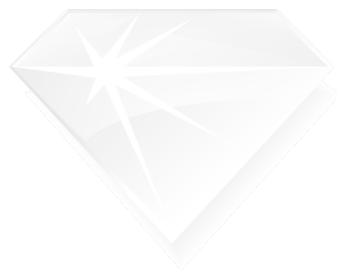
THAILAND TOURISM DEVELOPMENT GUIDELINE FOR  
SOLO TRAVEL



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว  
กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (SOLO TRAVEL)

THAILAND TOURISM DEVELOPMENT GUIDELINE FOR SOLO TRAVEL



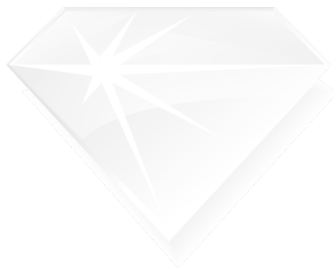
**BANGKOK**  
**UNIVERSITY**  
อรรถกถุต จันทร  
THE CREATIVE UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2566

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่  
เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (SOLO TRAVEL)

ผู้วิจัย อรรถกฤต จันทร



ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการสอบ  
(อาจารย์ประจำหลักสูตร)

BANGKOK  
UNIVERSITY

ผศ.ดร.พิพัฒพงศ์ พักแพ

กรรมการสอบ  
(อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก)

THE CREATIVE UNIVERSITY

ดร.ภูเกริก บัวสอน

กรรมการสอบ  
(อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม)

ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์

กรรมการสอบ  
(ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก)

ผศ.ดร.สุวดี ตาลาวานิช

อรรถกฤต จันทร. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว), พฤษภาคม 2566, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (SOLO TRAVEL) (132 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ดร.ภูเกริก บัวสอน

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังประชากรในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน คือ t-test / ANOVA และ Pearson's correlation coefficient ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 –5 วัน ค่าใช้จ่ายตลอดทริปท่องเที่ยว 20,001 –30,000 บาท (637 – 956 USD) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลท่องเที่ยว คือ สื่อสังคมออนไลน์ โดยในการมาท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านสถานที่และการบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจุบันพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสถานที่และการบริการของประเทศไทยมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง ที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว และแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**คำสำคัญ** การพัฒนาการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง

Junthorn, A. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), May 2023,  
Graduate School, Bangkok University.

Thailand Tourism Development Guideline for Solo Travel (132 pp.)

Advisor: Phukrirk Buasorn, Ph.D.

#### ABSTRACT

The main aim of this study was to investigate the behaviors, expectations, and satisfaction levels of solo travelers in Thailand. The objective was to create a comprehensive guideline for the advancement of tourism specifically tailored to this group of travelers. The research involved gathering data from 400 solo travelers, comprising both Thai and foreign individuals. A questionnaire was utilized as the primary data collection instrument, and the gathered information was analyzed using various descriptive statistical measures such as percentages, frequencies, means, and standard deviations. In addition, inferential statistical methods including t-tests, ANOVA, and Pearson's correlation coefficient were employed to test hypotheses. The findings of the study indicated that a significant portion of solo travelers chose to stay in Thailand for durations ranging from one to five days, with a budget ranging from 20,001 to 30,001 baht (637 -956 USD). These travelers primarily obtained their information through online social media platforms and held the highest expectations for tourist attractions, services, safety and security, as well as facilities. Moreover, the respondents reported the highest levels of satisfaction with tourist attractions and services. The results from hypothesis testing revealed that satisfaction levels varied among solo travelers based on their duration of stay and their inclination to visit Thailand. Furthermore, the study identified a statistically significant relationship between tourists' expectations and their satisfaction.

**Keywords** Tourism Development, Solo travelers

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ดร.ภูเกริก บัวสอน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์ และ คณะกรรมการสอบทุกท่านซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบ และแก้ไข ข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัย งานวิจัยในครั้งนี้ มีความ สมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ และสามารถนำหลักวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้การอุปการะอบรมเลี้ยงดู ตลอดจนส่งเสริม การศึกษา และให้กำลังใจเป็นอย่างดี อีกทั้งขอขอบคุณพี่สาวที่สนับสนุนค่าเล่าเรียนอย่างดีและ เพื่อนๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา

อรรถกฤต จันทร

**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามของงานวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	5
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยลำพัง	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	13
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	17
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	18
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย	24
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
2.8 กรอบแนวคิดในการศึกษา	34
2.9 สมมติฐานการวิจัย	35
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	36
3.1 ประเภทของงานวิจัย	36
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	38
3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	42
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	43

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	45
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	45
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	54
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะ	90
5.1 สรุปผลการศึกษา	90
5.2 อภิปรายผล	97
5.3 ข้อเสนอแนะ	102
บรรณานุกรม	103
ภาคผนวก	107
ภาคผนวก ก ประเด็นคำถามชุดที่ 1	108
ภาคผนวก ข ประเด็นคำถามชุดที่ 2	110
ภาคผนวก ค ประเด็นคำถามชุดที่ 3	112
ประวัติเจ้าของผลงาน	132





## สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 3.1	เกณฑ์วัดระดับค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	42
ตารางที่ 3.2	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน	44
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	54
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)	57
ตารางที่ 4.3	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	59
ตารางที่ 4.4	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ	60
ตารางที่ 4.5	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก	61
ตารางที่ 4.6	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการ	62
ตารางที่ 4.7	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	63
ตารางที่ 4.8	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	64
ตารางที่ 4.9	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	65
ตารางที่ 4.10	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ	66
ตารางที่ 4.11	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก	67
ตารางที่ 4.12	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการ	68

## สารบัญตาราง (ต่อ)

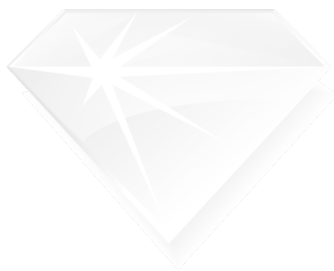
	หน้า
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	69
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	70
ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	71
ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามเพศ	72
ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอายุ	72
ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามสถานภาพ	73
ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	74
ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ	74
ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	75
ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามภูมิลำเนา / ประเทศต้นทาง	76
ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว	77
ตารางที่ 4.24 ผลการแสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (โดยวิธี Fisher's Least-Significant Difference: LSD)	77

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว	79
ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย	80
ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย	81
ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต	82
ตารางที่ 4.29 ผลการแสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตเป็นรายคู่ (โดยวิธี Fisher's Least-Significant Difference (LSD))	82
ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	84
ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	85
ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	86
ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	87

## สารบัญตาราง (ต่อ)

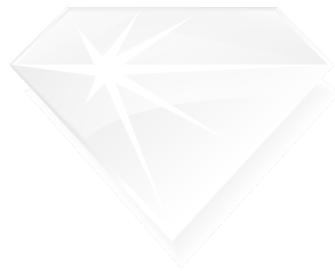
	หน้า
ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการกับความพึงพอใจ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	88
ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมา ท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวม กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	89



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 โมเดลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	14
ภาพที่ 2.2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	15
ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษาระดับความพึงพอใจ	20
ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา	34



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ใหญ่ที่สุดของโลก เนื่องจากมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในทุกภูมิภาคทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม นำมาซึ่งรายได้เข้าสู่ประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นรัฐบาลไทยจึงให้ความสำคัญกับนโยบายการท่องเที่ยวและถูกระบุไว้อย่างชัดเจนใน "ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 – 2580)" ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน พร้อมทั้งเป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ทั้งนี้การสร้างควมหลากหลายด้านการท่องเที่ยวสามารถผลักดันให้ประเทศไทยสามารถบรรลุเป้าหมาย ดังนี้ 1) รักษาการเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวระดับโลกที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง 2) มุ่งพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และ 3) การใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้เข้ากับแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ นอกจากนี้ยังถูกกล่าวถึงในแผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง) พร้อมทั้งแผนแม่บทเฉพาะกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติอันเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) พ.ศ. 2564 – 2565 ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างมาก ซึ่งถือเป็นวิกฤติที่รุนแรงมากที่สุดในรอบ 100 ปี ทำให้เศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ.2563 หดตัวรุนแรงที่สุดในรอบ 23 ปี นับตั้งแต่วิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ.2540 ภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ (Economic growth) โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 20 – 22 ต่อ GDP ทั้งนี้ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ.2563 ที่รัฐบาลประกาศปิดประเทศ (Lockdown) ห้ามการเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศภายหลังเกิดการระบาด ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยลดลงจาก 40 ล้านคน ในปี พ.ศ.2562 เป็น 6.7 ล้านคน ในปี พ.ศ.2563 ซึ่งลดลงคิดเป็นร้อยละ 83 (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564) โดยจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากการลดลงของนักท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) มากที่สุด คือ จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร และชลบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด อย่างไรก็ตามหากจำแนกตามลักษณะทางธุรกิจพบว่า ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดในรอบ 6 เดือนแรก คือ ธุรกิจนันทนาการ

รองลงมา คือ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจโรงแรมที่พัก และธุรกิจการขนส่ง ส่วนธุรกิจที่ยังคงมีสภาพคล่องเพียงพอและสามารถปรับระดับประคองการดำเนินธุรกิจได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นคือ ธุรกิจการขนส่ง (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยผลสำรวจของ Traveloka แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวชื่อดังของภูมิภาคนี้ได้ประกาศถึงแนวโน้ม การท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ไว้หลายประการ รวมถึงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มใหม่ๆ เช่น Touchless travel ที่มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริการและอำนวยความสะดวกในขั้นตอนต่างๆ ของการเดินทางเพื่อลดการสัมผัส ลดการสัมผัส และลดโอกาสในการติดเชื้อ ทำให้เกิดแนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขึ้น มีการเดินทางไปยังสถานที่ใหม่ๆ ที่ยังบริสุทธิ์ ไม่มีคนพลุกพล่าน และเงียบ ซึ่งนอกจากความสงบที่จะได้รับแล้วการไปสถานที่เหล่านี้ยังลดความเสี่ยงจากการพบเจอคนจำนวนมากและการสัมผัสเชื้อด้วย (กรุงเทพธุรกิจ, 2565) นอกจากนี้กระแสการท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างออกไปยังได้รับความนิยมมากขึ้นด้วย โดยภาพรวมจากอดีตที่ผ่านมาในรูปแบบการท่องเที่ยวนิยมใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวเพื่อไปยังจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วโลกนั้นได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตามกระแสความนิยมต่างๆ โดยในปัจจุบันได้เกิดเทรนด์การท่องเที่ยวคนเดียวขึ้นซึ่งมีแนวโน้มเติบโตทั่วโลก โดยเสน่ห์ของการท่องเที่ยวรูปแบบนี้คือ ความเป็นอิสระและยืดหยุ่น สามารถปรับให้เหมาะสมกับความชอบของแต่ละคนได้ และไม่ได้เกิดกับเด็กรุ่นใหม่เท่านั้น (พัลลภา ปิติสันต์, 2559) จากผลสำรวจของบริษัทด้านการตลาดชั้นนำ MMGY Global ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันเทรนด์การท่องเที่ยวคนเดียวเริ่มเป็นที่พบเห็นมากขึ้นเรื่อยๆ โดยยอดการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวคนเดียวผ่านโปรแกรมค้นหาข้อมูลออนไลน์หรือ Google เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด สาเหตุมาจากหลายปัจจัยทั้งความเฟื่องฟูของสายการบินต้นทุนต่ำ ที่ทำให้การเดินทางข้ามประเทศกลายเป็นเรื่องที่คนทั่วไปสามารถจ่ายได้ ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวบนโลกออนไลน์ รูปแบบการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการการเรียนรู้ รวมถึงแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยว

ทั้งนี้จากผลสำรวจของบริษัทด้านการตลาดชั้นนำ MMGY Global ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันเทรนด์การท่องเที่ยวคนเดียวเริ่มเป็นที่พบเห็นมากขึ้นเรื่อยๆ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างกว่า 2,300 คนพบว่า ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2560 จนถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2562 ยอดการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวคนเดียว โดยการค้นหาผ่านโปรแกรมค้นหาข้อมูลออนไลน์ อย่าง Google นี้ เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประมาณ 40% สาเหตุมาจากหลายปัจจัยทั้งความเฟื่องฟูของสายการบินราคาประหยัดที่ทำให้การเดินทางข้ามประเทศกลายเป็นเรื่องที่คนทั่วไปก็สามารถจ่ายได้ ความสะดวกง่ายดายของ

การเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวบนโลกออนไลน์ รูปแบบการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการการเรียนรู้ รวมถึงแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยว (สุวิชา พิทักษ์กาญจนกุล, 2562)

ผลการวิจัยของ Queensland University of Technology's Business School พบว่าการท่องเที่ยวคนเดียวทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสถึงความอิสระ ผ่อนคลาย และค้นพบตัวตนของตนเอง โดยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เข้าร่วม 24 คน ซึ่งเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองเป็นประจำ พบว่าส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางคนเดียวเพราะความสนุก ไม่ใช่ความจำเป็นแต่อย่างใด สำหรับบางคน การเที่ยวคนเดียวถือเป็นการเปิดโอกาสให้ตัวเองได้ดื่มด่ำความสุขได้เต็มที่กว่าเดิม รวมไปถึงวางแผนการเดินทางได้ง่ายไม่ต้องบาลานซ์ความต้องการของคนอื่นๆ จนหมดสนุก นอกจากนี้ที่น่าสนใจก็คือ การเดินทางเพื่อเที่ยวคนเดียวยังทำให้นักท่องเที่ยวหลายคนรู้สึกได้ถึงความสามารถในการควบคุมชีวิตของตัวเองได้ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการได้พบทบทวนตัวเองและค้นพบตัวตนใหม่ๆ ที่ตัวเราเองก็อาจคาดไม่ถึง (ศุภวารรณ วงศ์ชูทรัพย์, 2562) และจากผลการสำรวจแนวโน้มของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ปี พ.ศ.2561 โดยการสำรวจของผู้ให้บริการการจองที่พักออนไลน์หรือที่รู้จักในนามของอโกด้า (agoda) ที่จัดทำขึ้นโดย YouGov บริษัทวิจัยตลาดอิสระผ่านการสัมภาษณ์ออนไลน์จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 10,784 ราย ระหว่างวันที่ 19 – 25 มิถุนายน พ.ศ.2561 พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้ผู้คนออกเดินทางเที่ยวคนเดียวอันดับ 1 คือโอกาสที่จะได้ไปพักผ่อนให้ผ่อนคลายสบายใจ คิดเป็นร้อยละ 61% อันดับ 2 ได้ลองทำสิ่งที่แตกต่างออกไปจากกิจวัตรเดิมๆ คิดเป็นร้อยละ 52% และอันดับที่ 3 การได้สำรวจวัฒนธรรมต่างแดน คิดเป็นร้อยละ 45% และเมื่อปี พ.ศ.2561 กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ถูกจัดอันดับให้เป็นจุดหมายปลายทางแรกของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) จากทวีปเอเชียอีกด้วย (รตินันท์ ชัยวิบูลย์เวช, 2561)

ซึ่งขณะที่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและกระแสการตลาดด้านการท่องเที่ยวของโลกเปลี่ยนแปลงไป โดยนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และมีความนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังมากแต่ในขณะเดียวกันประเทศไทยกลับยังไม่มียุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบของกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังที่เป็นรูปธรรม ซึ่งทำให้ประเทศไทยสูญเสียโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับประเทศจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ประกอบกับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ยิ่งทำให้ตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังไม่สามารถพลิกฟื้นกลับมาในทิศทางที่ดีได้ ดังนั้นทางเลือกหนึ่งที่น่าจะมีความน่าสนใจที่จะสามารถนำมาเป็นจุดแข็งในการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มายังประเทศไทย คือ การส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) เนื่องจากเป็นรูปแบบที่กำลังได้รับความนิยม และสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ลดการรวมตัวกันของกลุ่มคนจำนวนมาก ถือเป็นจุดกำเนิดของความเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า “New Normal”



หรือวิถีปกติใหม่ หมายถึง ความปกติใหม่ ฐานวิถีชีวิตใหม่ คือรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีตอันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหวังล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไมคุ้นเคย (มาลี บุญศิริพันธ์, 2563) และภายหลังการคลี่คลายของสถานการณ์ดังกล่าว นักท่องเที่ยวมุ่งเน้นท่องเที่ยวในรูปแบบที่คำนึงถึงปัจจัยมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นสำคัญ

จากค่านิยมของการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) และสภาพปัญหาของการขาดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวโดยลำพังของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) เพื่อให้ทราบว่าในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังนั้น นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังประสบการณ์ที่จะได้จากการท่องเที่ยวอย่างไร ซึ่งการศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวนั้น จะทำให้ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) อันจะนำมาซึ่งความประทับใจและพึงพอใจในของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาถือได้เป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่มีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาธุรกิจของตนเอง ให้สามารถรองรับรูปแบบการท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปวางแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยได้ไม่มากก็น้อยต่อไป

## 1.2 คำถามของงานวิจัย

1.2.1 ประเทศไทย ควรมีนโยบายเพื่อผลักดันการท่องเที่ยว สำหรับรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) อย่างไร

1.2.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างไร

1.2.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ของประเทศไทยในปัจจุบันเป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ของประเทศไทยในปัจจุบัน

#### 1.4 ขอบเขตงานวิจัย

##### 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการประยุกต์ใช้ทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) และเชิงปริมาณ (Quantitative Method) เพื่อให้ผลการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์

โดยการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา มีดังนี้

##### 1.4.2 ขอบเขตตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ภูมิภาค/ประเทศต้นทาง
- 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)
- 3) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

##### 1.4.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ประกอบด้วย 1) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพังที่เป็นนักวิจารณ์ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber) จำนวน 8 คน รวม 11คน 2)

ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ คือ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาในประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีสถิติสรุปจำนวนที่ชัดเจน ดังนั้นการคำนวณขนาดตัวอย่าง จึงใช้สูตรการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดย W.G. Cochran (1953, p.85) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของข้อมูลที่ ร้อยละ 95 ยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% ได้ขนาดตัวอย่าง 384 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

#### 1.4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

เพื่อให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ในจำนวนที่มีความน่าเชื่อถือทางสถิติ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดในการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาครั้งนี้คือ ประเทศไทย เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ได้กว้างที่สุด ซึ่งทำให้สามารถเก็บข้อมูลได้ง่าย และมีแนวโน้มที่จะเก็บข้อมูลได้ครบตามจำนวนมากกว่าการกำหนดขอบเขตพื้นที่ในบริเวณที่จำกัด

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถนำผลจากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ไปใช้ประกอบในการวางกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบวิถีปกติใหม่ หรือ New Normal

1.5.2 เพื่อเป็นแนวสำหรับนักวิจัยที่มีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) โดยสามารถนำไปปรับใช้กับเขตพื้นที่การศึกษา ในเขต จังหวัด หรือภูมิภาคอื่นๆ ได้ ซึ่งจะมีประโยชน์ในด้านของการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น อันจะทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ประชาชนทั่วประเทศ และเพิ่มมูลค่ารายได้จากการท่องเที่ยวให้กับประเทศได้ในภาพรวม

### 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวโดยลำพัง หมายถึง การเดินทางจากสถานที่พำนักไปยังสถานที่อื่นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อนอิริยาบถ เพื่อแสวงหาความสนุกสนาน เพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อการศาสนา รวมถึงการเยี่ยมญาติมิตร โดยที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ขึ้นจากการเดินทางในครั้งนั้น และจะต้องเป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง และไม่มีเพื่อนร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว แหล่งที่มาของข้อมูล และแนวโน้มการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว

ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ด้านสถานที่และการบริการ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกประทับใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นผลมาจากความต้องการที่ได้รับการตอบสนองจากกิจกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในด้านของสถานที่และการบริการ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านบุคลากรที่ให้บริการ

การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับความคาดหวัง ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ โดยประกอบด้วยการพัฒนาในด้านของสถานที่และการบริการ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและด้านบุคลากรที่ให้บริการ

## บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 2.6 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 2.9 สมมติฐานการวิจัย

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

#### 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งเป็นการกระทำเพื่อความผ่อนคลาย ความดีใจ หนีความเครียดจากการทำงานจากกิจการ งานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวคือการพาตัวเองเดินทางจากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่งโดยที่ไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และอาจอาจเป็นการเดินทางไปพักผ่อน โดยมิใช่วิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายการท่องเที่ยว ดังนี้

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปสถานที่ต่างถิ่นที่ไม่ใช่ที่พักอาศัยประจำ และเป็นการเดินทางไปแบบชั่วคราวโดยไม่ได้เป็นการเดินทางไปเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สุวัฒน์ จูชากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส (2554) กล่าวว่า กิจกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่เกิดจากการสื่อสารหรือทำกิจกรรมระหว่างบุคคลที่เดินทาง ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวภาครัฐบาลและชุมชนในพื้นที่

นิตา ชัชกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว ถือเป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหมายหนึ่งไปยังยังจุดหมายหนึ่ง ประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ การเดินทาง การพักค้างคืน และการกินอาหารนอกบ้าน

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ต่างถิ่นแบบชั่วคราว โดยไม่ใช่การเดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพ หารายได้ แต่เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นการพำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือน

องค์การสหประชาชาติ (United Nation) ได้ให้ข้อสรุปความหมาย การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขหลัก 3 ข้อ ดังนี้

1) การเดินทาง คือ การไปเพื่อการพักผ่อนเท่านั้น และไม่ได้เป็นการเดินทางที่มีค่าตอบแทนจากสถานที่นั้นหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยในการท่องเที่ยวมีการเดินทางโดยยานพาหนะทั้งทางไกล และทางใกล้

2) จุดหมายปลายทาง คือ สถานที่ปลายทางของการเดินทางไปเที่ยวที่จะต้องเป็นสถานที่ที่ไม่ใช่ภูมิลำเนาเดิมของตนเองที่อาศัยอยู่เป็นประจำ และจะต้องเป็นการเดินทางไปพักอาศัย ณ ช่วงเวลาหนึ่ง โดยจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อการอยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวด้วย

3) ความมุ่งหมาย คือ เป้าหมายในการเดินทางไปเที่ยว ซึ่งต้องเป็นไปเพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียด ความเหนื่อยล้า ฯลฯ และต้องไม่ใช่การเดินทางเพื่อหารายได้ หรือประกอบธุรกิจ

ฐิรัชญา มณีเนตร (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่พักอาศัยของตนไปยังสถานที่อื่นๆ ที่ไม่ใช่ภูมิลำเนาเดิมที่ตนเองอยู่อาศัยเป็นประจำ และเป็นการเดินทางไปพักในช่วงระยะเวลาหนึ่งไม่ใช่การอยู่อาศัยถาวร และไม่ใช่การเดินทางเพื่อเจรจาหรือทำธุรกิจ แต่เป็นการเดินทางไปเพื่อการพักผ่อนเท่านั้น

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปแบบชั่วคราวซึ่งเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่ภูมิลำเนา ไม่ใช่การพำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น โดยไม่ใช่การเดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพ หารายได้ และเป็นการเยือน เป็นกิจกรรมที่นำมาสู่การเติบโตด้านเศรษฐกิจ สามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนจากการท่องเที่ยว สังคม และประชาชนของประเทศ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสถานที่ที่น่าสนใจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาสัมผัสอีกครั้งทั้งที่ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ร่วมเดินทางและเพื่อนมนุษย์อีกด้วย

### 2.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมใหญ่ที่มีองค์ประกอบเกี่ยวข้องกับกระบวนการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งที่เกี่ยวข้องแบบทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ การขนส่ง อาหาร และเครื่องดื่ม ที่พักแรม และโรงแรม กิจกรรมนันทนาการ การผลิตสินค้าประจำท้องถิ่น และการบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ

การท่องเที่ยว โดยจากการศึกษาพบว่า มีผู้สรุปองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้ (พยอม ธรรมบุตร, 2559)

- 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ระบบการขนส่ง การเดินทาง สนามบิน เป็นต้น
- 2) ที่พักแรม (Accommodation) คือ องค์ประกอบในเรื่องของที่พักอาศัยชั่วคราว ณ แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีไว้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาเยือน เช่น รีสอร์ท โรงแรม โฮมสเตย์ ที่พักแรมสำหรับกางเต็นท์ เป็นต้น
- 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ที่ท่องเที่ยวต้องมีความสวยงาม แปลกใหม่ น่าสนใจ ซึ่งมีหลายหลายประเภท ทั้งการท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวไปยังแหล่งประวัติศาสตร์ ฯลฯ ซึ่งองค์ประกอบนี้ถือว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด
- 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) หมายถึง กิจกรรมอื่นๆ นอกเหนือจากการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทำในระหว่างการท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เช่น การดำน้ำ การเที่ยวชม การร่วมพิธีของท้องถิ่นนั้นๆ เป็นต้น
- 5) บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ร้านขายของที่ระลึกของชุมชน ท้องถิ่น ห้องอาบน้ำ ห้องสุขา บริการเช่ายานพาหนะ ฯลฯ

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยว มีองค์ประกอบหลักสำคัญที่ผู้ประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญ 5 ประการใหญ่ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างแรม คือ บริการที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และอาหารที่เหมาะสม 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ มีความแปลกใหม่ 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) และ 5) บริการเบ็ดเตล็ดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดนี้มาใช้เป็นข้อมูลประกอบการสร้างแบบสอบถามให้มีความครอบคลุมองค์ประกอบของการท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางโดยลำพัง (Solo Travel) ได้มากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวถือว่ามีมีความสำคัญต่อชีวิตของมนุษย์ไม่แพ้ปัจจัย 4 หรือปัจจัยอื่นๆ ถือเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้มนุษย์ผ่อนคลายจากความเครียด ความเหนื่อย ความวุ่นวายในชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้หากมองในแง่ของเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมทำเงิน สร้างรายได้ให้กับประเทศสูงมาก และยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 2.1.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว

รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเป็นการจัดการเกี่ยวกับการบริการให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เพื่อนำเสนอการบริการให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งแวดลอมและวัฒนธรรม หรือเพื่อธุรกิจ เป็นต้น อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังมีอีกรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยม และได้รับความสนใจ รวมถึงมีนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางมาเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นั่นก็คือ การท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นประเด็นหลักในการศึกษาครั้งนี้ รายละเอียดของการท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ผู้วิจัยจะนำเสนอในแนวคิดลำดับถัดไป

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

### 2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ไอ สไตล์ ครีเอชั่น (2560) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่ชื่นชอบเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง ซึ่งการท่องเที่ยวโดยลำพังหรือเดินทางไปไหนโดยคนนั้นก็จะมีเสน่ห์ในตัว คือ นักท่องเที่ยวจะมีอำนาจในการตัดสินใจในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้โดยไม่ต้องปรึกษาเพื่อนร่วมทางคนอื่น สามารถไปได้ทุกที่ที่ต้องการ และยังได้รับความสนใจเป็นพิเศษจากคนในพื้นที่ในการขอความช่วยเหลือ การเที่ยวคนเดียวเป็นการบังคับให้ตัวเองออกจาก Comfort Zone เปิดใจในการทำสิ่งใหม่ ๆ และพบปะผู้คนใหม่ ๆ มากขึ้น และยังมีโอกาสค้นพบตัวเองในระหว่างการเดินทาง

เกรย์ คาร์กิล (Gray Cargill, 2009) ได้ให้ความหมายของ Solo Travel หมายถึง การที่เราเดินทางท่องเที่ยวไปที่ใดที่หนึ่งเพียงลำพัง โดยที่จุดหมายปลายทางของการเดินทางนั้นไม่มีครอบครัว ญาติพี่น้อง หรือเพื่อนรออยู่ ณ สถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ แต่เราสามารถพบปะเพื่อนใหม่ หรือทำความรู้จักกับคนแปลกหน้ารวมถึงใช้เวลาร่วมกันเพียงชั่วคราวได้ นอกเหนือจากนั้น คือ การที่เราใช้เวลาอยู่กับตัวเองเพียงลำพัง

เจนนิส (Janice, 2011) ได้ให้ความหมายของ Solo Travel หมายถึง ความเป็นอิสระของการเดินทาง ซึ่งจะเพิ่มระดับขึ้นเรื่อย ๆ ตามความต้องการและความมั่นใจของแต่ละคน

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) หมายถึง การออกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว โดยที่จุดหมายปลายทางของการเดินทางนั้นไม่มีครอบครัว ญาติพี่น้อง หรือเพื่อนรออยู่ ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีอิสระ สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจได้อย่างเต็มที่ และมีโอกาสค้นพบตัวเองในระหว่างการเดินทางเนื่องจากการท่องเที่ยวในลักษณะนี้นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสใช้เวลาอยู่กับตัวเองเพียงลำพังได้อย่างเต็มที่มากที่สุด



### 2.2.2 พฤติกรรมและแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

จิราวัฒน์ คงแก้ว อ้างถึงใน กรุงเทพมหานคร มีเดีย จำกัด (2559) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย และในยุคปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวโดยลำพังได้มีการเติบโตขึ้นมากทั้งในและต่างประเทศ โดยเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาเที่ยวคนเดียว นั่นคือ การที่ไม่ต้องมีการเตรียมการหรือวางแผนการเดินทางล่วงหน้ามากเกินไปเหมือนสมัยก่อน อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เติบโตคู่ไปกับสายการบินราคาประหยัดหรือ Low cost Airline ซึ่งโดยนิสัยและลักษณะของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นั้น คือ ต้องการที่จะเป็นซัมบอดี ในสายตาคอนอื่นอย่างน้อยก็ได้เป็นซัมบอดีในโลกโซเชียล เป็นการเติมเต็มการมีตัวตนของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น การได้เดินทางไปท่องเที่ยวและอัปเดตเรื่องราวต่างๆ ลงในโซเชียลมีเดีย

นิโคล โค (Nicole Kow, 2016) ได้กล่าวว่า Solo Travel นั้นเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวเพียงคนเดียว จะวางแผนการเดินทางต่างๆ ด้วยตัวเอง และในปัจจุบันนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ทั้งจากประเทศในโซนยุโรปและจากประเทศในโซนเอเชีย นอกจากนี้ในอนาคตการท่องเที่ยวคนเดียวนั้นก็ยังเป็นที่ยอมรับของผู้หญิง เพราะผู้หญิงในยุคนี้ชอบที่จะออกไปเรียนรู้และหาประสบการณ์ต่าง ๆ ด้วยตัวเอง และการท่องเที่ยวเองก็เป็นอีกหนึ่งประสบการณ์ที่ผู้หญิงในยุคนี้อยากที่จะออกไปพบเจอด้วยตัวเอง ทั้งการพบเจอคนแปลกหน้า เพื่อนใหม่ในระหว่างการเดินทาง การไปเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรมต่างถิ่นที่พวกเขาไม่เคยรู้มาก่อน นอกจากนี้ผู้หญิงเลือกที่จะท่องเที่ยวคนเดียวแล้วนั้น กลุ่มผู้สูงอายุตั้งแต่ช่วงอายุ 47 ปีขึ้นไปในยุคนี้ก็ชอบและหันมาเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวเช่นกัน เพราะพวกเขาเชื่อว่าการเดินทางไปทีไหนสักแห่งเพียงคนเดียวนั้นเป็นการสร้างความสนุกสนานและสร้างความสุขให้กับเขาได้ และสุดท้ายนี้นักท่องเที่ยวกลุ่ม Solo Travel โดยส่วนใหญ่แล้วนั้นพวกเขามักจะมองหากิจกรรมประเภทผจญภัยในระหว่างการเดินทางของตัวเอง เพราะมีความเชื่อที่ว่ากิจกรรมผจญภัยบางอย่างนั้นคนเราไม่สามารถทำได้ในระหว่างการดำเนินชีวิตประจำวัน และหากมีเพื่อนร่วมทางก็อาจจะได้รับความคิดเห็นที่แตกต่างหรือพวกเขาไม่เห็นด้วยกับการตัดสินใจของตัวเอง

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) นั้นเป็นนักท่องเที่ยวที่มีไลฟ์สไตล์เป็นของตัวเองสูง มีความต้องการที่แตกต่าง รวมไปถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างไปจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นอีกด้วย ที่สำคัญที่สุด นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) นี้ต้องการความเป็นอิสระมากที่สุดด้วย

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

### 2.3.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมหนึ่งของนักท่องเที่ยว ซึ่งแสวงหา จัดเลือก ใช้ ประโยชน์ และประเมินบริการ ที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการของตนเองได้ โดยจากการ ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของพฤติกรรม นักท่องเที่ยว (Consumer behavior) ไว้ดังนี้

สมชาติ อุ๋อัน (2552) ได้ให้ความหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้าย ของผู้คนจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางภายในประเทศ และการเดินทาง ระหว่างประเทศ เพื่อศึกษาหาความรู้ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา การกีฬา การติดต่อธุรกิจ การเยี่ยมญาติพี่น้อง

สุวิรัตน์สุญ โสภณศิริ (2554) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การ กระทำหรือพฤติกรรมที่แสดงออก เพื่อแสวงหาความสุข ความพึงพอใจให้กับตนเอง โดยการเดินทาง ไปเยี่ยมชมและพักหรือไม่พักค้างคืนยังสถานที่ต่าง ๆ

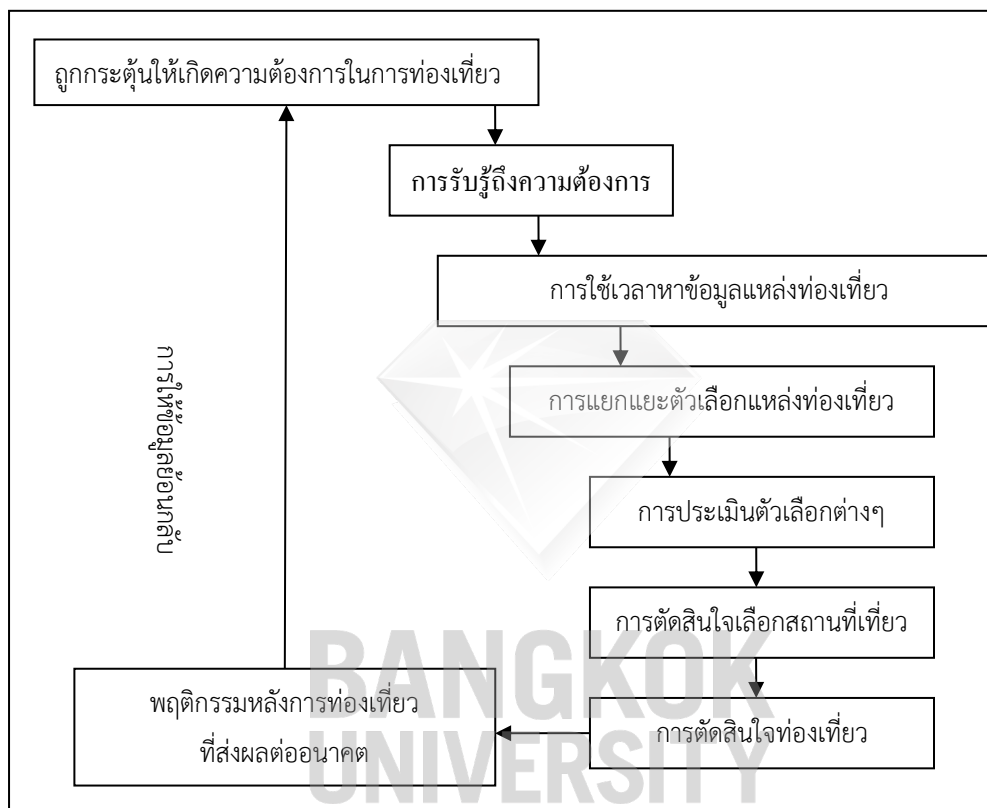
สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2556) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความ เกี่ยวข้องกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ทั้งเป็นการเดินทางเพื่อ พักผ่อน ประกอบกิจกรรมตามความสนใจหรือเพื่อประกอบธุรกิจ แต่ไม่รวมถึงการเดินทางเพื่อไป ทำงานหรือประกอบอาชีพเป็นหลัก

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีความหมายตั้งแต่กระบวนการที่ใช้สำหรับการ ตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยว ณ ที่ใดที่หนึ่งที่ตนเองสนใจ โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นความสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ซึ่ง โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวมักจะแสวงหา เลือกใช้ ใช้ประโยชน์และประเมินการบริการที่คาดว่า สามารถสนองความต้องการ และการพักผ่อนของตนเองได้ ซึ่งผู้วิจัยนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็น แนวทางในการศึกษาว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังนั้นมีพฤติกรรมในการ ท่องเที่ยวอย่างไร มีความคาดหวังหรือความต้องการให้จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวตนเอง เป็นอย่างไร ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่เที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ได้มากขึ้นต่อไป

### 2.3.2 ขั้นตอนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ โดยเริ่มต้นจากความต้องการซึ่ง เลิศพร ภาரசกุล (2555) ได้กล่าวถึงขั้นตอนของพฤติกรรม การ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตั้งแต่กระบวนการเกิดความต้องการไปซึ่งอาจมีได้หลายประการ เช่น การ

จัดโปรแกรมชั้น สถาปณภูมิอากาศ รวมไปถึงเทศกาลการท่องเที่ยว เมื่อเกิดการกระตุ้นความต้องการต่อไป เป็นการรับรู้ถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการท่องเที่ยว การหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ภาพที่ 2.1: โมเดลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว



ที่มา: เลิศพร ภาரசสกุล. (2555). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดังนั้นเพื่อเป็นการวางแผนการท่องเที่ยว หลังจากนั้นก็ทำการประเมินตัวเลือกโดยการเปรียบเทียบในลักษณะเด่นต่าง ๆ ในแต่ละสถานที่ จนเกิดการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว จนถึงการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการในการเดินทาง หลังจากนั้นก็จะเกิดกระบวนการในขั้นตอนที่เรียกว่า การให้ข้อมูลย้อนกลับจากประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ เช่นเดียวกันกับธัญชนก แวแ้วแก้ว (2559) ที่ให้ความหมาย พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกใด ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและบรรลุวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปอย่างหลากหลาย ซึ่งอุษณีย์ ศรีภูมิ (2554) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่งทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กัน เช่น ความอยากรู้อยากเห็น โดยเป็นการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน ความสนใจทางด้าน

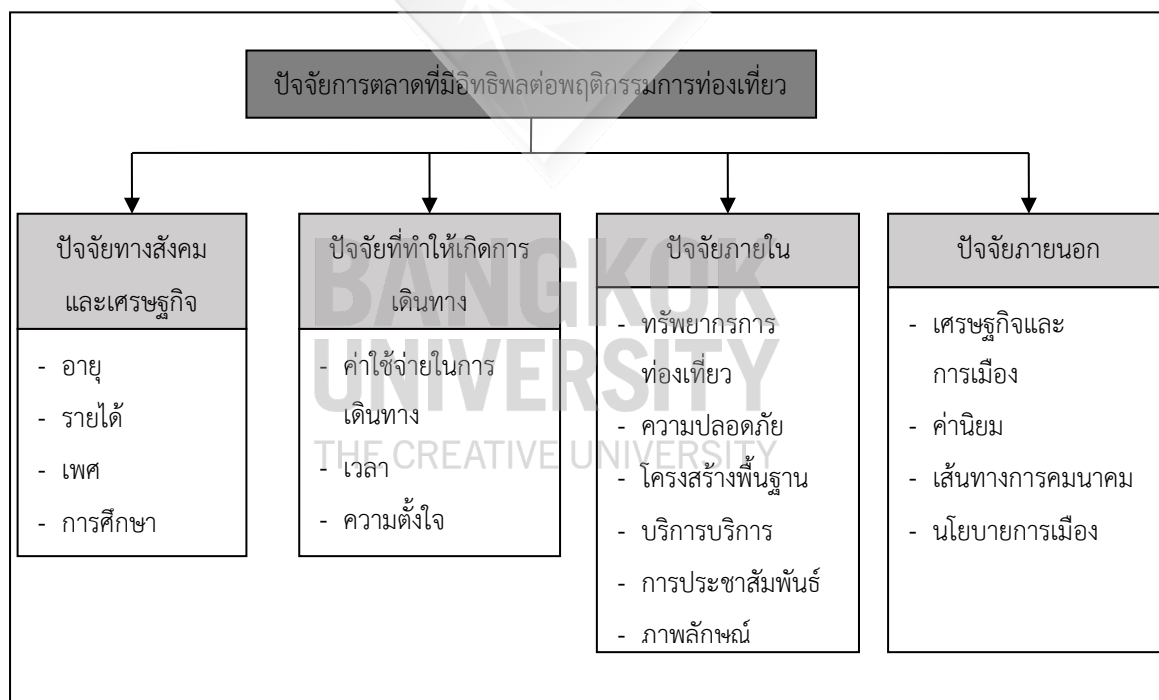
ศาสนาและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การนมัสการศาสนสถาน การเดินทางเพื่อติดต่อเกี่ยวกับอาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจ ค้นคว้า การประชุม การสัมมนา การศึกษา เปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ รวมไปถึงการเยี่ยมชมเยือนญาติพี่น้อง

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันออกไป โดยวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวนั้น สามารถแบ่งออกได้หลายประการ เช่น เดินทางเพื่อพักผ่อน ท่องเที่ยว พบสิ่งแปลกใหม่ ศึกษาหาความรู้ และเยี่ยมชมเยือนญาติพี่น้อง

### 2.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า มีนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้เสนอปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 2.2

ภาพ 2.2: ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว



ที่มา: ธัญชนก แวเวแก้ว. (2559). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี.

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญ คือ ลักษณะทางประชากร สภาพแวดล้อมทางสังคมที่เป็นกลุ่มอ้างอิงหรือเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมบุคคล และปัจจัยภายในของแต่ละบุคคล เช่น ทัศนคติ บุคลิกภาพ ความรู้ ความ

ต้องการ เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยนำตัวแปร ลักษณะทางประชากร มาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาประกอบด้วย 7 ตัวแปร คือ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา / ประเทศต้นทาง

### 2.3.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Analyzing Consumer Behavior)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสำคัญมากในด้านการตลาด ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องให้ความสำคัญและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของตนเอง จากการศึกษาพบว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2556) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การพยายามที่จะค้นหาข้อสรุปของการตัดสินใจ การเลือก และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลังการท่องเที่ยว ณ สถานที่เที่ยวที่ใดที่หนึ่ง เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือก และลักษณะความต้องการ การตัดสินใจ ซึ่งจะช่วยให้ทราบแนวทางที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และข้อมูลนี้เองมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่สามารถนำมาใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยคำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, When Where และ How โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) โดยอาศัยเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดเป็น 4 ด้าน เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ ด้านประชากร ด้านภูมิศาสตร์ ด้านจิตวิทยา และด้านพฤติกรรมศาสตร์

2) นักท่องเที่ยวเลือกใช้อะไร (What Does the Consumer Buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดต้องการบริการ (Objects) ซึ่งเป็นการกำหนดสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการโดยอาศัยองค์ประกอบของบริการ (Product Component) เช่น รูปแบบ ตราบริการ บริการ คุณภาพ และความแตกต่างของบริการที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

3) ทำไมนักท่องเที่ยวจึงเลือกใช้ (Why Does the Consumer Buy?) เป็นคำถามเพื่อทำให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ (Objectives) บริการของนักท่องเที่ยว

4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้ (Who Participates in Buying?) เป็นคำถามเพื่อทำให้ทราบถึงว่าใครบ้างที่เป็นผู้ที่มีบทบาท มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว

5) นักท่องเที่ยวเลือกใช้เมื่อใด (When Does the Consumer Buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงโอกาสในการเลือกใช้ (Occasions) บริการของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวจะเลือกใช้บริการในช่วงเวลาใด ช่วงเทศกาลใด เป็นต้น

6) นักท่องเที่ยวเลือกใช้ที่ไหน (Where Does the Consumer Buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ เพื่อนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกใช้บริการให้กับนักท่องเที่ยว

7) นักท่องเที่ยวเลือกใช้อย่างไร (How Does the Consumer Buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนการเลือกตัดสินใจเลือกใช้หรือกระบวนการเลือกใช้บริการ (Operation) ของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางการเลือก การตัดสินใจเลือกใช้ และความรู้ภายหลังการเลือกใช้บริการ

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ พฤติกรรมในเรื่องของความต้องการ การเลือกใช้ การใช้ รวมถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งหากต้องการทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะต้องทำการวิเคราะห์ โดยมีประเด็นคำถามนักท่องเที่ยว คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, When, Where และ How

จากแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องตลอดการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการต้องทราบว่า บริการของตนเองมีกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร จะทำอย่างไรให้การบริการตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นและสามารถวางแผนการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพัง (Solo Travel) ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดประเด็นในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ 4 ประเด็น โดยเลือกประเด็นที่เกี่ยวข้อง และจะมีประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย 1) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2) ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 3) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และ 4) รูปแบบของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ต้องการ

#### 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว Vroom (1964) ได้นำเอาทฤษฎี V.I.E. ซึ่งเป็นทฤษฎีที่สำคัญมาใช้ โดย

V = Valence หมายถึง ความพึงพอใจ

I = Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือ วิธีทางที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ

E = Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ บุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง จึงพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้ บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ

เคลย์ (Clay, 1988) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่าเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี เป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่หวังไว้

พาราสุมาน, ไชแธมอล และแบร์รี (Parasuraman, Zeithmal and Berry, 1990) ได้กล่าวถึง ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่ 1) การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น 2) ความต้องการของแต่ละบุคคล 3) ประสบการณ์ในอดีต 4) ข่าวสารจากสื่อและจากผู้ให้บริการ 5) ราคา

พจนานุกรมออกซ์ฟอร์ด (Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2000) ได้ให้ความหมายของความคาดหวัง หมายถึง เป็นความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด ของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้า ต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรจะเป็นหรือควรเกิดขึ้น

กล่าวโดยสรุป ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกหรือความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อการรับรู้ของเรา โดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### 2.5.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะของอารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยต้องเป็นความรู้สึกในทางบวกต่อสิ่งนั้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้นิยามของความหมายของคำว่า ความพึงพอใจไว้ ดังนี้

อุทัยพรรณ สุกใจ (2555) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือการที่บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับกาญจนา อรุณสอนศรี (2556) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางอารมณ์ของบุคคลต่อสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ โดยถึงแม้ว่าความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ แต่ก็สามารถสังเกตได้จากการแสดงออกของบุคคล

ทวิพงษ์ หินคำ (2551) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจในการให้บริการ หมายถึง ความชอบของบุคคลที่มีต่อการให้บริการ ซึ่งความพึงพอใจ มี 2 ประเภท คือ ความรู้สึกในด้านบวกและด้านลบ

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจ หมายถึง การที่บุคคลได้รับประสบการณ์จากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและมีการแสดงออก โดยการมีความรู้สึกดี มีทัศนคติที่ดีต่อ สถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

### 2.5.2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจ เป็นปัจจัยสำคัญอีกหนึ่งประการที่ช่วยให้งานสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้า เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการเกิดความ พึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญเติบโตของงานบริการ ปัจจัยที่เป็นตัวบ่งชี้ คือ จำนวนผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ ชาญฉลาดจึงควรที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้ง ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ภากรณ์ น้ำหว่า และศิริวิมล วันทอง (2550) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น ความรู้สึกด้านบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่ สำคัญ ดังนี้

1) การบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพและ ระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ รวมไปถึงความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบบริการใน รายละเอียดที่ผู้รับบริการต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือลักษณะที่ผู้รับบริการใช้บริการ หรือบริการแต่ละอย่าง คุณภาพของการให้บริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างความพอใจให้กับ ผู้รับบริการ

2) ค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับ พิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความยินดีที่ผู้รับบริการจะจ่าย (Willingness to pay) ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนอาจพิจารณาว่า บริการที่มีราคาสูงเป็นบริการที่มีคุณภาพสูง ในขณะที่ผู้รับบริการบางคนจะพิจารณาราคาค่าบริการ ตามลักษณะความง่ายของการให้บริการ เป็นต้น

3) สถานที่ให้บริการ การเข้าไปใช้บริการได้สะดวกเมื่อผู้รับบริการต้องการย่อมก่อให้เกิด ความพึงพอใจต่อการบริการในด้านต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ณ สถานที่ ท่องเที่ยวนั้น ๆ

4) การแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการทราบข่าวสารหรือ บุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพในการบริการทางด้านบวก ซึ่งยิ่งหากนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการมี ความรู้สึกพึงพอใจมาก ก็จะเป็นแรงผลักดันให้บุคคลนั้น ๆ มีความต้องการมาใช้บริการ หรือมา ท่องเที่ยวได้มากขึ้น



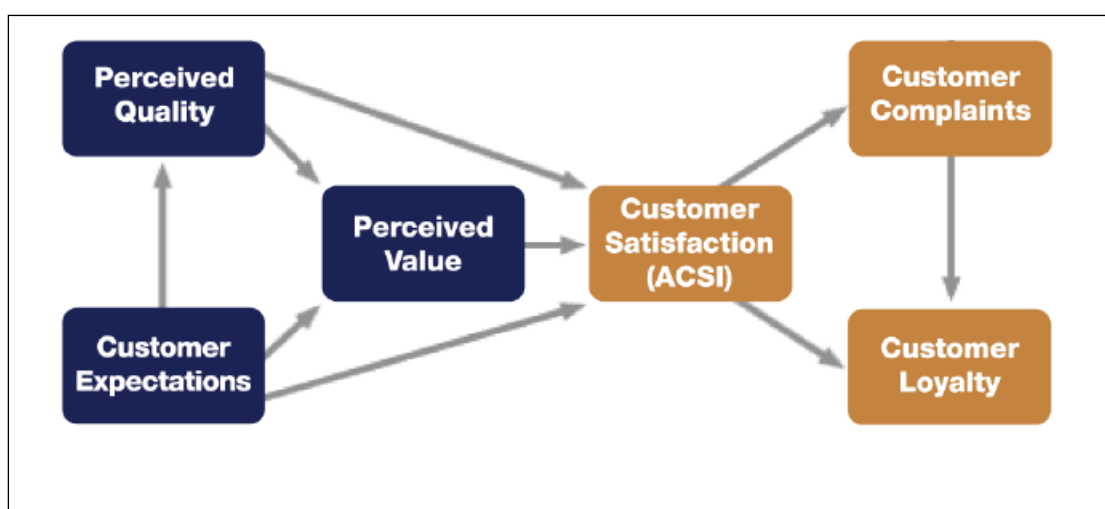
5) ผู้ที่ให้บริการ เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการ หรือนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจให้ได้มากที่สุด

6) สภาพแวดล้อมของการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการจัดตกแต่งภายใน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ เช่น กระดาษ ซองจดหมาย เป็นต้น

7) กระบวนการให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการมีส่วนสำคัญของการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการ ส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ผู้รับบริการ เช่น การนำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาจัดระบบข้อมูลการสำรองห้องพักโรงแรม หรือสายการบิน การใช้เครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ เป็นต้น

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2557) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการบริการ เป็นการที่ผู้รับบริการรับรู้ได้ทางการบริการที่ได้รับว่า มีลักษณะตรงตามความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ และองค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ เป็นการรับรู้เกี่ยวกับกระบวนการในการนำเสนอการบริการว่ามีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกรวดในการบริการ ความสะดวกในการเข้าถึงการบริการ การสื่อความหมายและการปฏิบัติตน

ภาพที่ 2.3: กรอบแนวคิดในการศึกษาระดับความพึงพอใจ



ที่มา: Ying Wang. (2016). *More important than ever: measuring tourist satisfaction*.

Includes bibliographical references, pp. 26-32.

ในการวัดระดับความพึงพอใจในการให้บริการนั้นมีหลายรูปแบบซึ่งการวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นการวัดระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว การรับรู้คุณภาพการบริการจากประสบการณ์จริงเพื่อใช้ในการประเมินธุรกิจหรืออุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพในการบริการและศึกษาการรับรู้ของลูกค้าอีกด้วย ซึ่งช่องทางในการวัดระดับความพึงพอใจนั้นมีหลายช่องทาง เช่น การร้องเรียน การศึกษาทั่วไป เป็นต้น อย่างไรก็ตามความพึงพอใจส่วนใหญ่มักได้รับการประเมินผ่านการประเมินคุณภาพการให้บริการ ซึ่งมีการกำหนดความคาดหวังในการบริการที่มีการศึกษาวัด 5 ระดับ (Ying Wang, 2016) ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ เช่น ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพบุคลากร การสื่อสาร เป็นต้น ความน่าเชื่อถือ: เป็นความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการในลักษณะที่เชื่อถือได้และถูกต้อง การตอบสนอง: ความเต็มใจของผู้ให้บริการและพนักงานเพื่อช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการอย่างรวดเร็ว การประกัน: ความรู้และมารยาทของพนักงานรวมทั้งความสามารถในการถ่ายทอดความความมั่นใจ ความไว้วางใจ และการเอาใจใส่: ให้ความใส่ใจเป็นรายบุคคลกับลูกค้า

### 2.5.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of Need) มาสโลว์ เป็นผู้พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการตามลำดับขั้น (Pyramid of Requirements หรือ Hierarchy of Needs) ขึ้นในปี ค.ศ.1943 โดยมีสมมติฐานเบื้องต้น ดังนี้ (Maslow, 2014)

1) มนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้น เมื่อความต้องการในระดับใดได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะทำให้ความสำคัญกับความต้องการในลำดับนั้นน้อยลง แต่จะพยายามเพื่อให้ได้ความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป

2) ความต้องการของมนุษย์เป็นเรื่องที่มีความซับซ้อน และความต้องการเป็นสิ่งที่มิผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในเวลาใดเวลาหนึ่ง

3) ความต้องการระดับต่ำต้องได้รับการตอบสนองก่อน จึงจะทำให้แสดงพฤติกรรมที่จะผลักดันให้เกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น

4) มีหลายวิธีการที่จะทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจต่อความต้องการในระดับสูงมากกว่าความต้องการในระดับต่ำ

มาสโลว์ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ตั้งแต่ระดับต่ำสุดถึงระดับสูงสุด เป็น 5 ชั้น ดังนี้

1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคลทุกคนบนโลก เพราะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการมีชีวิตอยู่ ได้แก่ อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น มนุษย์จะมีความต้องการในลำดับถัดไปเมื่อความต้องการระดับกายภาพได้รับการตอบสนองแล้ว ดังนั้นในขั้นแรกองค์กรจะต้องตอบสนองความต้องการของ

พนักงานโดยการจ่ายค่าจ้างและผลตอบแทนให้พนักงานสามารถนำเงินเอาไปใช้จ่ายในการแสวงหาสิ่งจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของแต่ละคน

2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety or Security Needs) เมื่อความต้องการด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยก็จะเข้ามามีบทบาทในพฤติกรรมของมนุษย์ ความปลอดภัยดังกล่าวมี 2 รูปแบบ คือ ความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกาย และความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกาย ได้แก่ การมีความปลอดภัยในชีวิต การมีสุขภาพดี เป็นต้น ส่วนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพ การงานมั่นคง เป็นต้น

3) ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เมื่อความต้องการทั้ง 2 ประการได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการในระดับที่สูงกว่าจะเข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมของมนุษย์

4) ความต้องการได้รับการยกย่องสรรเสริญในสังคม (Esteem Needs) หมายถึง ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสำเร็จ ความรู้ความสามารถ การนับถือตนเอง ความเป็นอิสระและเสรีภาพในการทำงาน ตลอดจนต้องการมีฐานะเด่นและเป็นที่ยอมรับนับถือของคนทั้งหลาย การมีตำแหน่งสูงในองค์กรหรือการที่สามารถใกล้ชิดบุคคลสำคัญ ๆ ล้วนเป็นการส่งเสริมให้ฐานะของบุคคลเด่นขึ้นทั้งสิ้น

5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทั้ง 4 ระดับแล้ว มนุษย์จะทำงานเพื่องานคือ อยากรู้ว่าตนมีศักยภาพแค่ไหน และพยายามพัฒนาศักยภาพของตนไปสู่จุดสูงสุด การทำงานเกิดจากความสนใจและรักในงานที่ทำ และทำเพราะได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนให้ถึงจุดสูงสุด

มาสโลว์ได้จำแนกความต้องการทั้ง 5 ชั้นของมนุษย์เป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ คือ ระดับต่ำ (Lower-order) ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ และความต้องการความมั่นคง สำหรับความต้องการในระดับสูง (Higher-order Needs) ได้แก่ ความต้องการได้รับการยกย่อง ความต้องการทางสังคม และความต้องการความสำเร็จในชีวิต ซึ่งความแตกต่างของความต้องการทั้ง 2 ระดับ คือ ความต้องการในระดับสูงเป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ขณะที่ความต้องการในระดับต่ำ เป็นความพึงพอใจที่เกิดจากภายนอก เช่น ค่าตอบแทน

#### 2.5.4 แนวทางการวัดความพึงพอใจ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ผู้ให้บริการมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และการที่จะทำให้ทราบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดนั้น จะสามารถทราบได้ด้วยการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพบว่า วิธีในการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสามารถทำได้ ดังนี้

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2553) กล่าวว่า ค่าของความพึงพอใจในบริการ สามารถวัดได้เป็นหน่วย “ยูทิล” โดยแนวทางในการวัดความพึงพอใจแบ่งออกมาเป็นหน่วยยูทิล ดังนี้

1) ต้องกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าต้องการประเมินไปเพื่อประโยชน์อะไร เช่น หากต้องการเพียงเพื่อทราบความพึงพอใจในสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจในประเด็นใดประเด็นหนึ่งโดยเฉพาะ ในการวัดความพึงพอใจนั้นก็ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงการวางกรอบการวัดอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำเป็นวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลได้เลย

2) กำหนดปัจจัยที่จะใช้วัดความพึงพอใจ โดยผู้วัดจะต้องทำการกำหนดว่าจะใช้ปัจจัยใดบ้างมาเป็นตัวชี้วัดคะแนนความพึงพอใจ และต้องมีการวางแผนน้ำหนักของการให้คะแนนในแต่ละปัจจัยอย่างเหมาะสม

3) กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวัด โดยปกติจะใช้เกณฑ์ของ Likert Scale ด้วยการให้คะแนนความพึงพอใจแต่ละปัจจัยจาก 1 ถึง 5 ดังนี้

5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง พึงพอใจมาก

3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง พึงพอใจน้อย

1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

เนื่องจากช่วงห่างของคะแนน 5 ระดับ เพียงพอที่จะแสดงค่าความพึงพอใจที่แตกต่างกันของลูกค้านำได้ แต่ไม่ควรกว้างมากจนความเห็นที่ผิดแปลกในลักษณะที่ให้คะแนนสูงหรือต่ำเกินไป

4) กำหนดวิธีการวัดความพึงพอใจ เป็นการกำหนดระเบียบวิธีวิจัยว่าเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพหรือปริมาณ และกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างเพื่อให้เกิดการกระจายตัวของลูกค้าที่สุ่มมาทำการวัดความพึงพอใจ รวมถึงการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวัดว่าควรมีจำนวนเท่าไร โดยอาศัยเทคนิคทางสถิติ

กล่าวโดยสรุป วิธีการวัดความพึงพอใจนั้นสามารถวัดออกมาได้ในหน่วยของ “ยูทิล” โดยจะมีหลักในการวัด 4 ขั้นตอน คือ 1) กำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด 2) กำหนดปัจจัยที่ต้องการวัดความพึงพอใจ เช่น ปัจจัยทางการตลาด 3) กำหนดเกณฑ์เพื่อแปลผลความพึงพอใจ โดยใช้เกณฑ์การแปลผลของ Likert Scale 4) กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยว่าเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพหรือปริมาณ โดยกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่กระจายตัวของผู้ใช้บริการที่สุ่มมาทำการวัดความพึงพอใจ

จากแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้กล่าวมาทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกมีความสุข หรือมีความยินดีเมื่อความต้องการของตนเองได้รับการตอบสนอง โดยความพึงพอใจสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ระดับ คือ ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง และความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง โดยจะสามารถวัดระดับความพึงพอใจได้ด้วยการทำการศึกษาวินิจฉัย โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์และปัจจัยที่ต้องการศึกษา กำหนดเกณฑ์ของความพึงพอใจ และทำการ

กำหนดระเบียบวิธีวิจัยว่าจะทำการวิจัยออกมาในรูปแบบใด เช่น การวิจัยเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณ โดยผลที่ได้จะทำให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการของตนเองหรือตราสินค้ามากน้อยเพียงใด และอย่างไร

## 2.6 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2566) ได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2564 - 2570) ขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบการพัฒนาในระยะ 5 ปี โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ซึ่งการท่องเที่ยวของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม และได้เล็งเห็นความสำคัญในการพลิกฟื้นการท่องเที่ยวไทย โดยคำนึงถึงประโยชน์ของ 3 กลุ่ม คือ

1) ประชาชน (People) โดยมุ่งเน้นไปที่ผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมที่ประชาชนและนักท่องเที่ยวจะได้รับ คือ เรื่องความสะอาด ความปลอดภัย และการได้รับมาตรฐานการท่องเที่ยวพัฒนาโครงการพื้นฐานทางคมนาคม สาธารณูปโภคให้มีคุณภาพ ตลอดเส้นทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อไปพัฒนาการท่องเที่ยว

2) รายได้ (Profits) เป็นการมุ่งเน้นไปที่ผลกระทบทางเศรษฐกิจ การดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงจากหลายประเทศ โดยพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวให้ทันสมัย ส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีศักยภาพ และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวประทับใจ รวมไปถึงให้ความสำคัญในการฟื้นฟูและส่งเสริมภาคการผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้กลับมา มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับโลก

3) ความยั่งยืน (Planet) การท่องเที่ยวไทยมีส่วนช่วยในการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และต่อยอดทรัพย์สินทางวัฒนธรรมไทยและเอกลักษณ์ไทยให้เข้ากับยุคสมัยอย่างยั่งยืน

สำหรับแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2564 - 2570) จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนามาออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1.1) สร้างความเข้มแข็งให้กับภาคการผลิตและผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรม 1.2) กระจายรายได้และความเจริญจากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง และ 1.3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง (Quality Tourism) ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ 2.1) การพัฒนาความปลอดภัย สุขอนามัย และมาตรฐานการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว 2.2) ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและข้อมูลสารสนเทศ 2.3) พัฒนาและเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางและสาธารณูปโภค เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง 2.4) พัฒนาศักยภาพของบุคลากรและผู้ประกอบการให้มีคุณภาพและมีขีดความสามารถทางการแข่งขัน 2.5) สนับสนุนการใช้ข้อมูลด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวระดับประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Experience) ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 3.1) สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวอันน่าประทับใจ ที่มีคุณค่าเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม 3.2) ส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่หลากหลายและราคาถูกลง 3.3) ส่งเสริมการตลาดเชิงรุก มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 4.1) เสริมสร้างความสมบูรณ์แก่สิ่งแวดล้อมและแหล่งธรรมชาติ 4.2) ส่งเสริมการอนุรักษ์และต่อยอดทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ความเป็นไทย 4.3) ส่งเสริมการประยุกต์ในการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

หลักการสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. การดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติ
2. มีการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น
3. ให้ประสบการณ์นันทนาการที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว
4. ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ ทรัพยากรและวิถีชีวิต
5. การออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

6. เน้นการผสมผสานของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนการพัฒนาระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศ

7. เน้นข้อมูลพื้นฐานเพื่อตัดสินใจและติดตามตรวจสอบ

การท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการเข้าถึง กิจกรรม และที่พัก

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณิชา พิชัยวรุฒมะ (2565) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวภายในประเทศหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา- 2019 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และ 2) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 384 ตัวอย่าง โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการเดินทางในระดับมากกับครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และคู่รัก โดยต้องการใช้ยานพาหนะส่วนตัวในการเดินทางระดับมากที่สุด และต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทชายหาด เกาะ และน้ำตก สูงสุดเป็น 3 ลำดับแรก และ 2) ตัวแปรเพศ อาชีพ และรายได้ ส่งผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในบางรูปแบบ ในขณะที่ตัวแปรอายุไม่ส่งผลต่อความต้องการที่แตกต่างกัน

เฉลิมพล ศรีทอง (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและออกแบบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกและเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19 เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ เลือกรูปแบบตัวอย่างแบบเจาะจงและลูกโซ่ จำนวน 18 คน และการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นสำรวจศักยภาพการท่องเที่ยวภายในชุมชน ดำเนินการประชุมกลุ่มย่อยและตรวจสอบข้อมูลจากผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ด้านการท่องเที่ยว และผู้นำชุมชน สรุปแนวทางการพัฒนาได้ดังนี้ 1) ปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ 2) มีการสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 3) มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จุดเช็คอินเพื่ออำนวยความสะดวกและชี้แจงก่อนนำสู่กิจกรรม 4) พัฒนาทักษะ เตรียมความพร้อมให้กับบุคลากร และผู้ประกอบการภายในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งมาตรฐานการบริการ ภาษา และการบริหารจัดการ 5) สร้างอัตลักษณ์ของสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนที่สื่อให้เห็นถึงเมืองเก่าสุโขทัย และ 6) ปรับปรุงป้ายสื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว

วีระ แก่นเพชร (2564) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของ

ประเทศไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทท่องเที่ยวที่ใช้อิเล็กทรอนิกส์ดำเนินธุรกิจ ภาคประชาชนส่วนอื่นที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวผู้ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลของประเทศไทย ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ 1) การปรับกระบวนการทำงานเข้าสู่ระบบดิจิทัล โดยการจัดทำโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านระบบการสื่อสารและระบบดิจิทัลให้แก่ผู้บริโภค 2) การผลักดันการให้ข้อมูลข่าวสาร โดยการกระตุ้นให้เกิดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบการสื่อสารและระบบดิจิทัล 3) ทำการตลาดบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมในเชิงออนไลน์ และการเพิ่มลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มีความหลากหลาย และกำหนดให้ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกิจกรรมที่ออกแบบขึ้นมาในเชิงออนไลน์ และ 4) การสื่อสารบนช่องทางที่หลากหลายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อนำเสนอข้อมูลให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ศุภากร สุรดิษฐ์ (2563) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการส่งเสริมประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานครที่ส่งผลต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ 2) เพื่อศึกษาลักษณะของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อปริมาณนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อนำเสนอแผนยุทธศาสตร์จากการวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการระดับบริหารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร และผู้บริหารองค์กรเอกชน ผลการวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้ 1) ส่งเสริมประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบริการการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องดำเนินการควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและระบบการขนส่งสาธารณะ ทั้งยังต้องสร้างการรับรู้เส้นทางคมนาคมที่เข้าใจง่าย พัฒนามาตรการดูแลความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสื่อสารวัฒนธรรมไทยเป็นเครื่องมือและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนทำการตลาดโดยแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนมีส่วนร่วม 2) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน ผู้ประกอบการ และคนในชุมชน เพื่อให้ได้แนวทางในการวางแผนพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วน



ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้จนสามารถนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน ทั้งส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดวัฒนธรรม ประชาชนเกิดการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถรวบรวมข้อมูลให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมได้อย่างครบถ้วน

ชิตชนก ศรีเมือง (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวทางทะเลในภาคตะวันออก และ 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา จำนวน 400 คน โดยศึกษาในพื้นที่ 4 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา สำหรับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ไคสแควร์ (Chi - Square Test) และ F-Test ผลจากวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว โดยได้รับข้อมูลมาจากเพื่อนหรือญาติ ส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์ - อาทิตย์ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดคือ ชายหาด และถ้ามีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด มีความแตกต่างกันในหลายประเด็น ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทาง และแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ ยกเว้น ประเด็นการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนผลการวิจัยด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด มีความคาดหวังแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ เมื่อแยกวิเคราะห์เป็นรายจังหวัด พบว่า นักท่องเที่ยวที่จังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่อื่น ๆ มากที่สุด และมีความคาดหวังในความสะดวกของสถานที่พักน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวที่จังหวัดระยองมีความคาดหวังในสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหารมากที่สุด และคาดหวังการได้รับส่วนลดอาหารน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวที่จังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังความเป็นธรรมชาติมากที่สุด และคาดหวังการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมน้อยที่สุด สุดท้ายนักท่องเที่ยวที่จังหวัดตราดมีความคาดหวังในสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งอาหารมากที่สุด และคาดหวังในความสะดวกของสถานที่พักน้อยที่สุด

พิชารัตน์ สุขะนินทร์ (2561) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ข้อมูลทัศนคติ และพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ข้อมูลที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จากทั้งหมด 4 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตบางกอกน้อย และเขตธนบุรี จำนวน 400 คน เลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่มีการประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง และระดับความคิดเห็นด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาก 2) การรับรู้ข้อมูลมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการรับรู้ข้อมูลมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 46.2 3) ทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 63.1 และ 4) พฤติกรรมมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพฤติกรรมมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 61.5

สุชาติ ธโนภาณุวัฒน์ (2560) ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของชุมชนเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร และ 2) พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยทำเป็นแผนที่และคู่มือเส้นทางท่องเที่ยว ดำเนินการวิจัยโดยการประชุมสนทนากลุ่ม การสำรวจพื้นที่ การสัมภาษณ์ การจัดกิจกรรมศึกษาเส้นทางท่องเที่ยว ชุมชน การประเมินความพึงพอใจของการจัดกิจกรรมศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชน และการประชุมอภิปรายสรุปการจัดกิจกรรมศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชน ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประธานแขวง ประธานชุมชน สมาชิกชุมชนในเขตธนบุรี ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง คณาจารย์และนักวิจัย ผลการวิจัย พบว่า

หลายชุมชนในเขตธนบุรีมีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อและวิถีชีวิตแตกต่างกันไป แต่มีชุมชนกุฎีจีน แขวงวัดกัลยาณ์ ที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีทรัพยากรที่สามารถจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ วัด โบสถ์ มัสยิด พิพิธภัณฑสถาน ชุมชน บ้านโบราณ ร้านอาหารโปตุเกส และร้านขนมฝรั่งกุฎีจีน ความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรม ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนกุฎีจีน พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านมัคคุเทศก์/วิทยากร เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พูดคุยซักถาม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.35$ ) รองลงมา คือบุคลิกภาพ และความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า/ของที่ระลึก ( $\bar{X} = 4.30$ ) การประชุมอภิปรายสรุปการจัดกิจกรรมศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่าชุมชนกุฎีจีนมีต้นทุนด้านทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากมายที่สามารถเชื่อมโยงกับชุมชนใกล้เคียง รวมทั้งมีบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดำเนินการขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ และสิ่งสำคัญ คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี พบว่า ชุมชนกุฎีจีนจะเน้นการท่องเที่ยวทั้งย่านกุฎีจีน เนื่องจากเป็นเครือข่ายความร่วมมือที่ส่งเสริมกัน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติจึงได้จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวย่านกุฎีจีน แผ่นพับคู่มือท่องเที่ยวย่านกุฎีจีน และป้ายแนะนำสถานที่สำคัญในชุมชนเป็น 2 ภาษา เพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว

วรัญญา แก้วกัลยา (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ 2) แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่สนใจต่อแหล่งท่องเที่ยว และการรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยว 3) ศึกษาความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวกับการแนะนำ/บอกต่อในการท่องเที่ยว 6) กำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและกลุ่มเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และประชาชนจากแหล่งชุมชนท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และที่พัก/ภูมิลำเนาในทวีปเอเชีย ด้านความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ทั้งโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (พระบรมมหาราชวัง) ด้านวัดสำคัญ ด้านทิวทัศน์ทางธรรมชาติเลียบบแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านการนั่งเรือข้ามฟากและการล่องเรือ และด้าน

แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้งและการบริโภคอาหาร อยู่ในระดับดี ด้านความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อยู่ในระดับน่าสนใจ ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทั้งโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านอารมณ์/ความรู้สึก และด้านกายภาพ อยู่ในระดับดี ด้านการรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวอยู่ใน ระดับค่อนข้างมากเล็กน้อย ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องจำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว (รวมครั้งนี้ด้วย) ต่ำสุด 1 ครั้ง สูงสุด 10 ครั้ง โดยเฉลี่ย 3 ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ต่ำสุด 1,000 บาท/ครั้ง สูงสุด 19,700 บาท/ครั้ง โดยเฉลี่ย 6,164.90 บาท/ครั้ง ส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวคือ ความคุ้มค่าด้านการเงิน/ความประหยัดจากการท่องเที่ยว มีความสนใจชมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม(วัดโพธิ์) และทิวทัศน์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับพึงพอใจ ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี และมีการแนะนำ/บอกต่อในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และที่พัก/ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ด้านแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้งและการบริโภคอาหาร การรับรู้การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรุงเทพมหานคร และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยว ความพึงพอใจโดยต่อการท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ ด้านจำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว (รวมครั้งนี้ด้วย) ด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว สำหรับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันกับการแนะนำ/บอกต่อในการท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์

นรินทร์สิริ เชียงพันธ์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การสำรวจลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายใน ปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวจากภายนอก ปัจจัยประสพการณ์การท่องเที่ยวในอดีต และปัจจัยอุปสรรคทางการท่องเที่ยว 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายในปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวจากภายนอก ปัจจัยประสพการณ์การท่องเที่ยวในอดีต และปัจจัยอุปสรรคทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาว

ต่างชาติในกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 325 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มประชากรโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชีย มีอายุระหว่าง 16-25 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา มีสถานภาพโสด และมีรายรับต่อเดือนน้อยกว่า 2,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีแรงผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายในระดับมากที่สุดทุกด้าน และมีแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวจากภายนอกในระดับปานกลาง ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยเดินทางร่วมกับเพื่อนผู้หญิง แต่พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่เคยท่องเที่ยวในประเทศไทย และไม่เคยท่องเที่ยวตามลำพังในต่างประเทศมาก่อน อย่างไรก็ตามพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีข้อจำกัดและอุปสรรคทางการท่องเที่ยว ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีระยะเวลาการท่องเที่ยว เฉลี่ยเท่ากับ 9 วัน มีวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน ชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาและประวัติศาสตร์ เลือกการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ มีค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว 1,001 – 2,000 บาทต่อวัน และมีแนวโน้มที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำรวมถึงการบอกต่อในระดับสูง

สมบัติ กาญจนกิจ (2553) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาต่าง ๆ ในแม่น้ำเจ้าพระยาในปัจจุบัน โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และทฤษฎีในการพัฒนา เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวริมแม่น้ำในกรุงเทพฯ จำนวน 14 เขต วัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps สอบถามบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 10 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test และนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาประมวลผล เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดระดับมากในด้านแหล่งท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการ บุคลากร และระดับปานกลางในด้านปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด จากการวิจัยเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาได้ดังนี้ 1) จัดระบบรวบรวมข้อมูลและ

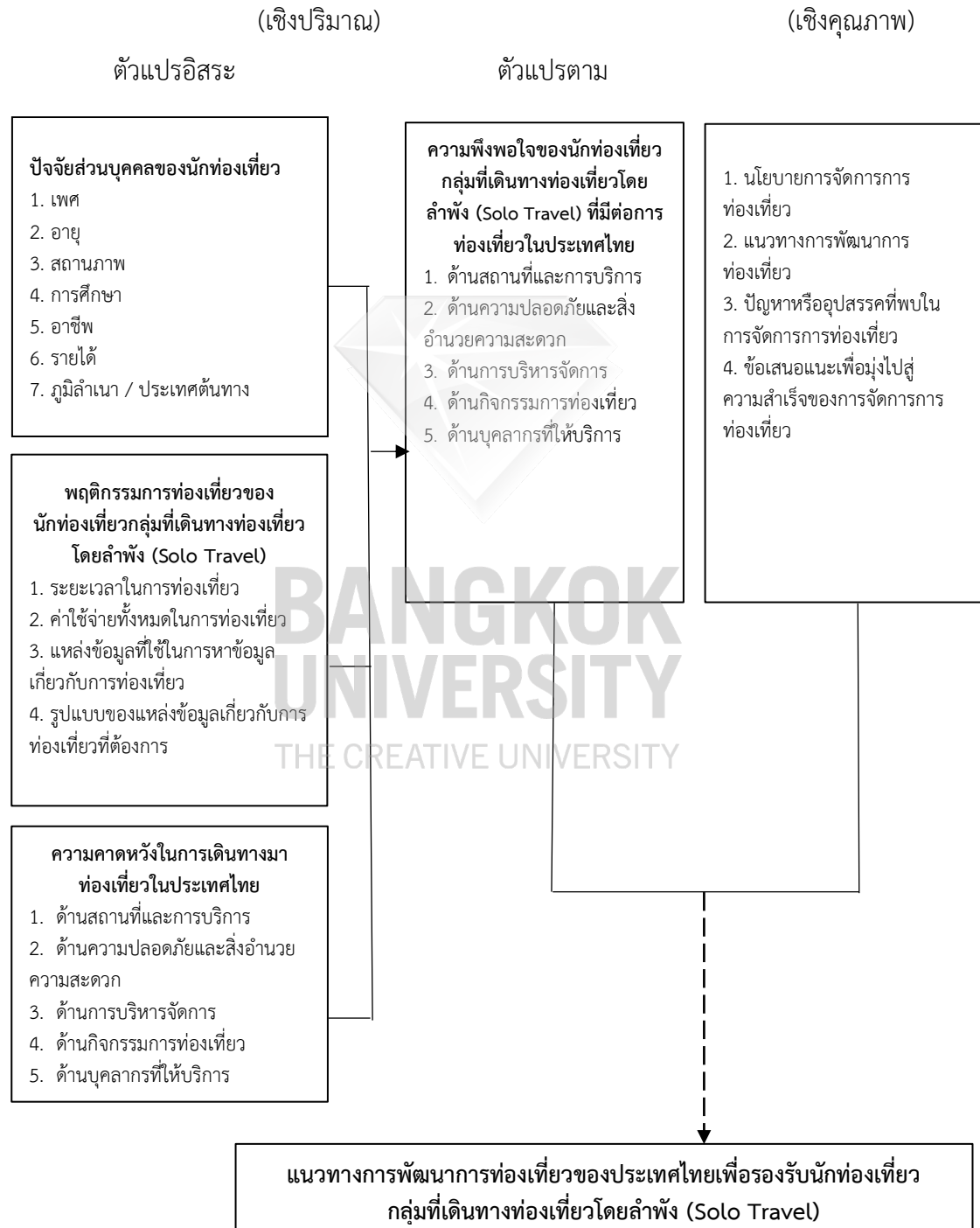
สถิตินักท่องเที่ยวทางน้ำ 2) ให้การศึกษาเพื่อเพิ่มความรู้ให้กับเยาวชนและประชาชน 3) องค์กร  
ภาครัฐสนับสนุนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน 4) ส่งเสริมและร่วมมือส่งเสริมการขาย  
ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน 5) ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกันเพิ่มเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ  
6) ส่งเสริมและสนับสนุนแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยและหลากหลายรูปแบบ 7) พัฒนาด้าน  
ภาพลักษณ์เกี่ยวกับวิถีชีวิตและการท่องเที่ยวในบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา 8) พัฒนาพื้นที่บริเวณท่าเรือ  
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

## 2.8 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาทำการสรุป และสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



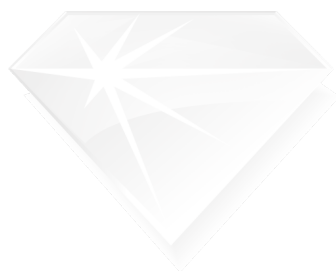
ภาพที่ 2.4: กรอบแนวคิดในการศึกษา

## 2.9 สมมติฐานการวิจัย

2.9.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

2.9.2 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

2.9.3 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY



### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)” ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประเภทของงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ผู้วิจัยใช้รูปแบบของการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) และเพื่อให้ผลการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

3.1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพังที่เป็นนักวิจารณ์ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber) จำนวน 8 คน รวม 11 คน

3.1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร (Population) ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย และนักท่องเที่ยวทั้งชาว

ไทยและต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ทำการศึกษา

3.2.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 11 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำนวน 3 คน ได้แก่

คุณทวีศักดิ์ วาณิชย์เจริญ	อธิบดีกรมการท่องเที่ยว
คุณชาคริต ปิตานพวงศ์	ผู้อำนวยการกองเศรษฐกิจ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
คุณสลักจิตร์ ชินชนานุภาพ	ผู้จัดการสมาคมโรงแรมไทย

ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพังที่เป็นนักวิจารณ์ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber) จำนวน 8 คน ได้แก่

ผศ.ดร.วรลักษณ์ เขียวมีส่วน	อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผศ.ดร.จิราณูช โสภา	อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ดร.รัมภากาศ ฤกษ์วิระวัฒนา	อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.ศุภศักดิ์ เงามประเสริฐวงศ์	อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาจารย์ภิญญาพัชญ์ มณีแก้ว	อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยศิลปากร
คุณศิวา บัวคลี	นักวิจารณ์การท่องเที่ยวอิสระ
คุณธีรน้อย สมรรถชัยศรี	นักวิจารณ์การท่องเที่ยวอิสระ
คุณนาราวินท์ ถีไพโรจน์กุล	นักวิจารณ์การท่องเที่ยวอิสระ

3.2.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ดังนั้นจึงใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรด้วยวิธี W.G. Cochran (1953) ซึ่งมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$p$  = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม

$z$  = ระดับความมั่นใจที่กำหนดไว้  
 โดย  $z$  มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับ 0.05)  
 $z$  มีค่าเท่ากับ 2.58 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% (ระดับ 0.01)  
 $p$  กำหนดไม่ต่ำกว่า 50% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงจะอยู่ในระดับที่  
 เชื่อถือได้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550, หน้า 48)  
 $e$  = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งในการศึกษาวิจัย  
 ครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้  $p$  (สัดส่วนของประชากร) เท่ากับ 50% หรือ 0.50 และต้องการระดับความ  
 เชื่อมั่นที่ 95 % โดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% ซึ่งสามารถแทนค่าได้ในสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{0.05 (1-0.05)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม 385 ตัวอย่าง และเพื่อให้ได้  
 จำนวนตัวอย่างที่ครอบคลุมจำนวนประชากรทั้งหมดมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มขนาดตัวอย่างที่ใช้ใน  
 การศึกษาเป็น 400 ตัวอย่าง จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ คิดเป็นสัดส่วน 6:1  
 (กรมการท่องเที่ยว, 2562) เพื่อให้ได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากขึ้น ผู้วิจัยจึงทำการเก็บ  
 รวบรวมข้อมูลในสัดส่วน 3:1 โดยกำหนดสัดส่วนเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 300 คน และนักท่องเที่ยว  
 ชาวต่างชาติ 100 คน รวม 400 คน

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและ  
 แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.3.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เป็นแนวคำถามปลายเปิดกึ่งโครงสร้าง  
 สร้างเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทาง  
 ท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจาก  
 ผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย และผู้ทรง  
 คุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพังที่เป็นนักวิจัยด้านการท่องเที่ยวบน

สื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber) โดยผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีประเด็นคำถาม 4 ประเด็นหลัก ดังต่อไปนี้

3.3.1.1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

3.3.1.2 นโยบายการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

3.3.1.3 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

3.3.1.4 ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

3.3.1.5 ข้อเสนอแนะเพื่อมุ่งไปสู่ความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

3.3.2 แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา/ประเทศต้นทาง ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ประกอบด้วย ระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายทั้งหมด แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูล ความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการจัดการข้อมูล การท่องเที่ยว และแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ประกอบด้วย ด้านสถานที่และการบริการ ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านบุคลากรที่ให้บริการ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552)

- 1 หมายถึง น้อยที่สุด
- 2 หมายถึง น้อย
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 4 หมายถึง มาก

### 5 หมายถึง มากที่สุด

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านสถานที่และบริการ ด้านความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านบุคลากรที่ให้บริการ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ลักษณะคำถามแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552)

- 1 หมายถึง น้อยที่สุด
- 2 หมายถึง น้อย
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 4 หมายถึง มาก
- 5 หมายถึง มากที่สุด

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์สำหรับวัดความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยนำค่าเฉลี่ย (mean) ของคะแนนเป็นตัวชี้วัด กำหนดเกณฑ์ ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2550)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 – 1.80	หมายถึง น้อยมาก
1.81 – 2.60	หมายถึง น้อย
2.61 – 3.40	หมายถึง ปานกลาง
3.41 – 4.20	หมายถึง มาก
4.21 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด

### 3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.4.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างกรอบในการสร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1 ท่าน และกรรมการวิทยานิพนธ์ 2 ท่าน เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบเนื้อหา (content validity) โดยโครงสร้างแบบสอบถามจะครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ และปรับปรุงสำนวนภาษาที่ใช้ให้มีความถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย และ

เหมาะสม โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency : IOC) ระหว่างแบบสอบถามกับ  
วัตถุประสงค์ โดยใช้สูตร ดังนี้ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2547)

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

โดยค่า IOC มีค่าระหว่าง -1 ถึง 1

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

- +1 หมายถึง คำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 1 หมายถึง คำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เกณฑ์การแปลความหมาย มีดังนี้

ค่า  $IOC \geq 0.5$  หมายความว่า คำถามนั้นตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า  $IOC < 0.5$  หมายความว่า คำถามนั้นไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ควรปรับแก้ข้อคำถามใหม่

ผลการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามชุดนี้ มีค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้อง  
(IOC) เท่ากับ 0.75 ซึ่งแสดงว่า ข้อคำถามตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำไปใช้ได้

3.4.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข  
แล้วไปทดสอบก่อนเก็บข้อมูลจริงเพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยนำไปทดลองใช้ (try  
out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถาม  
ในแต่ละข้อ และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ คำนวณโดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา  
ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งมีสูตรการคำนวณ ดังนี้ (Cronbach, 1951,  
p. 297)

$$\text{Alpha} = \frac{K}{K-1} \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right\}$$

- โดย  $\alpha$  = ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้
- k = จำนวนข้อ
- $si^2$  = ความแปรปรวนของคะแนน
- $st^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ

การแปลความหมายค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบที่ดีมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 เท่านั้น ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ดีมีค่าน้อย 0.70 โดยเกณฑ์การแปลผลความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (เกียรตินิสิตา ศรีสุข, 2552)

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์วัดระดับค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (เกียรตินิสิตา ศรีสุข, 2552)

ค่าความเชื่อมั่น	ระดับความเชื่อมั่น	การนำไปใช้
0.80 – 1.00	สูงมาก	ใช้ได้ดีมาก
0.70 – 0.79	สูง	ใช้ได้ดี
0.50 – 0.69	ปานกลาง	พอใช้
0.30 – 0.49	ต่ำ	ควรปรับปรุง
0.00 – 0.29	ต่ำมาก	ไม่สามารถใช้ได้

จากการทดสอบความเชื่อมั่นโดยการทดลองนำไปใช้ (pre-test) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.928 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูงมาก สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ดีมาก

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

#### 3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพังที่เป็นนักวิจารณ์ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber)

2) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ที่ผู้วิจัยสร้างจาก Google Form กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) หลังจากนั้นนำลิงก์ (link) ของแบบสอบถามออนไลน์โพสต์ลงในเพจและกลุ่มต่าง ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ 2.1) Where the Journey 2.2) กลุ่มไปเที่ยวคนเดียวด้วยกันม๊วย 2.3) ตัวคนเดียวก็เที่ยวได้ 2.4) คนชอบเที่ยว | TripTH และ 2.5) เที่ยว..ไทย..ไหนดี โดยในแบบสอบถามจะมีคำถามคัดกรองนักท่องเที่ยวจำนวน 1 ข้อ เพื่อให้ได้ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) เป็นคำถามเกี่ยวกับการเคย

เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทย หากเป็นผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว จะดำเนินการทำแบบสอบถามในตอนต่อไป แต่หากไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวโดยลำพังจะจบการตอบแบบสอบถาม เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาครบถ้วน 400 ชุดแล้ว ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 300 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 100 ชุด จะดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร หนังสือ วารสาร และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เป็นรายด้าน และโดยรวม จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) ตามแนวคิดของ วิเชียร เกตุสิงห์ (2550)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 – 1.80	หมายถึง น้อยมาก
1.81 – 2.60	หมายถึง น้อย
2.61 – 3.40	หมายถึง ปานกลาง
3.41 – 4.20	หมายถึง มาก
4.21 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด

2. ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistical) คือ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยีระดับน้ำหนักความสัมพันธ์ (r) ตามทฤษฎีของ Cohenn (1988) ดังนี้

ความสัมพันธ์น้อย	$r = 0.10 - 0.29$
ความสัมพันธ์ปานกลาง	$r = 0.30 - 0.49$
ความสัมพันธ์มาก	$r = 0.50 - 1.00$



ตารางที่ 3.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐาน	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
1	นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน	t-test / ANOVA
2	นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน	t-test / ANOVA
3	ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	pearson's correlation coefficient

## บทที่ 4

### บทวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) เพื่อให้ผลการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) จะเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพังที่เป็นนักวิจารณ์ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber) จำนวน 8 คน รวม 11 คน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพังที่เป็นนักวิจารณ์ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber) จำนวน 8 คน รวม 11 คน สามารถสรุปผลการศึกษา โดยแยกเป็นประเด็นสำคัญ 3 ประเด็น ดังนี้

##### 4.1.1 นโยบายเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ในส่วนของนโยบายเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

ชาคริต ปิตานพวงศ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กุมภาพันธ์ 2565) กล่าวว่า “สำนักงาน ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำ “แผนพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570)” มีสาระสำคัญของแผนดังกล่าว โดยให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และความเสถียรทุกรูปแบบ พร้อมทั้งจะเติบโตอย่างยั่งยืนประกอบกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายในมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย ผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม การยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เข้าใจและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคประชาชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นกลไกในการขับเคลื่อนและพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย เพื่อให้สามารถใช้เป็นกรอบการดำเนินงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายได้อย่างแท้จริง”

สลักจิตร์ ชินชนานภาพ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ในส่วนของสมาคมมีนโยบายเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ดังนี้ 1) ด้านสถานที่ มีการเปิดการรองรับการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ในเมืองรอง เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการความเป็นส่วนตัว นักท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายให้เลือกมากขึ้น 2) ด้านการบริการ มีการให้บริการแบบการบริหารจัดการแบบ local เพื่อให้สะท้อนเสน่ห์ของการบริการแบบท้องถิ่นนั้นๆ โดยเฉพาะ ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวของไทย โดยในส่วนของสมาคมโรงแรมมีนโยบายการผลักดันให้เกิดการให้บริการที่มีมาตรฐานมากขึ้น มีการวางระบบ และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการบริการของตนเอง เพื่อให้ยกระดับดาวในการให้บริการของโรงแรมของตนเอง ให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น 3) ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ในส่วนของพื้นที่ที่อยู่ในระดับ local ต้องมีการพัฒนาในด้านของการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ควรมีระบบติดตามนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวอยู่ที่ไหน หายไปหรือไม่ และควรมีการปลุกฝังให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง 4) ด้านการบริหารจัดการ ควรมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้พื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ถูกทำลายจากการท่องเที่ยวมากเกินไป 5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาด้านกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ โดยเน้นการมีส่วนร่วมกับคนในพื้นที่ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น

ทวีศักดิ์ วาณิชเจริญ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 มกราคม 2565) กล่าวว่า “สัดส่วนของนักท่องเที่ยว Solo Travel มีสัดส่วนที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยจึงมีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในส่วนนี้ โดยเฉพาะหลังสถานการณ์โควิดที่ต้องถือว่า เป็นการ Set zero ภาคการท่องเที่ยว

ไทย โดยตัวช่วยสำคัญที่จะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้คือ หน่วยงานและกลไกการขับเคลื่อนนโยบายของภาครัฐที่เป็นเอกภาพ โครงสร้างพื้นฐานทั้งระบบคมนาคมและแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยว และมาตรการสนับสนุนการปรับตัวของภาคธุรกิจ เช่น เงินทุน การปรับกฎเกณฑ์ และการ Up-skilled Reskilled แรงงาน ซึ่งแนวทางในการผลักดันการท่องเที่ยวจะมีการเน้นการท่องเที่ยวกลุ่มที่คาดว่าจะมีความต้องการเพิ่มขึ้น โดยเริ่มจากการต่อยอดกิจกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเดิม (Old legacy) อยู่แล้ว เช่น ด้านธรรมชาติหรือวัฒนธรรมควบคู่กับสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสชีวิตคนท้องถิ่นที่เพิ่มมูลค่าและแรงจูงใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น”

นอกจากนั้นในการศึกษานโยบายเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักเขียนหรือนักวิจารณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber) เพื่อขอความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง จำนวน 2 ท่าน สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ศิวา บัวคลี่ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในเรื่องทรัพยากรภายในประเทศ เช่น ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทะเล เกาะ ป่า เขา รวมทั้งร้านอาหารคาเฟ่ โรงแรม และการให้บริการต่าง ๆ ที่หลากหลาย ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวทุกความชื่นชอบ ดังนั้นควรมีนโยบายที่ผลักดันการท่องเที่ยวโดยเฉพาะหลังโควิดที่ผู้คนต่างแสวงหาการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลังความตึงเครียดจากสถานการณ์โควิด ในฐานะที่เป็นผู้หนึ่งที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย คิดว่าปัจจุบันประเทศไทยยังขาดนโยบาย และการทำงานเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) อย่างเป็นรูปธรรม และเห็นผลเด่นชัดเพียงพอ”

ธีรณัย สมรรถชัยศรี (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 มกราคม 2565) กล่าวว่า “โดยรวมแล้วประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวในฝันของนักท่องเที่ยวทั้งแบบมาเป็นกลุ่ม และนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว แต่สิ่งหนึ่งที่เราขาด คือ นโยบายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวคนเดียวอยู่ ทำให้แพคเกจการท่องเที่ยวเรายังไม่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เท่าที่ควร”

ศุภศักดิ์ เงามประเสริฐวงศ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ประเทศไทย เป็นประเทศที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเหมาะสมกับการท่องเที่ยวคนเดียวมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อย่างไรก็ตามเรายังขาดนโยบายในการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างเป็นทางการ”

ภิญญาพัชญ์ มุณีแก้ว (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 มกราคม 2565) กล่าวว่า “หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ด้านการท่องเที่ยว เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ควร

ให้ความสำคัญในเรื่องของการโปรโมทการท่องเที่ยวโดยลำพังของประเทศไทยมากยิ่งขึ้น เพราะประเทศไทยเรามีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการเดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียวอยู่แล้ว”

กล่าวโดยสรุป ปัจจุบันประเทศไทยให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูการท่องเที่ยว และมีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด โดยให้ความสำคัญเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ระบบคมนาคมและแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยว และมาตรการสนับสนุนการปรับตัวของภาคธุรกิจมากขึ้น ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคประชาชน แต่อย่างไรก็ดีในมุมมองของนักท่องเที่ยวก็ยังมีความคิดเห็นว่า ปัจจุบันประเทศไทยยังขาดนโยบาย และการทำงานเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) อย่างเป็นรูปธรรม และเห็นผลเด่นชัดเพียงพอ

#### 4.1.2 ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ในส่วนของความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) สามารถสรุปสาระสำคัญ ได้ดังนี้

ทวีศักดิ์ วาณิชเจริญ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ทางกระทรวงมีการเน้นย้ำในเรื่องความปลอดภัย โดยให้ความสำคัญเรื่องการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างสูงสุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่น และมีนโยบายเยียวยาช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีเกิดอุบัติเหตุ บาดเจ็บ เสียชีวิต ส่วนด้านความสะดวก ต้องมีความสะดวก โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ระบบขนส่ง เพื่อให้สะท้อนถึงความเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจสูงสุด ด้านความเป็นธรรมในเรื่องของราคาในการให้บริการไม่ให้เกิดการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต้องมีการระบุราคาที่ชัดเจนเพื่อป้องกันปัญหานี้ นอกจากนี้ยังมีการให้ความ

สำคัญกับการเตรียมความพร้อมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยมีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ให้เบียดเบียนหรือทำลายทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อธำรงรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามไว้อย่างยั่งยืน”

ชาคริต ปิตานุกพงศ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กุมภาพันธ์ 2565) กล่าวว่า “ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการปรับปรุงพัฒนาให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง โดยด้านสถานที่และบริการ มีการกระจายรายได้และความเจริญจากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ ส่วนด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก มีการพัฒนาความปลอดภัย สุขอนามัย และมาตรฐานการท่องเที่ยวตลอดเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีทั้งการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่

หลากหลายและสร้างสรรค์ของไทย และการส่งเสริมการตลาดเชิงรุกมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ก็ให้ความสำคัญกับความพร้อม ความเชี่ยวชาญของบุคลากร โดยจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และด้านสุดท้ายคือ ด้านบริหารจัดการ ก็จัดให้มีการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในมิติสังคม และสิ่งแวดล้อม”

สลักจิตร์ ชินชนานุภาพ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ประเทศไทย ควรมีการพัฒนาความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยควรมีความพร้อมในด้านของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร เจ้าหน้าที่ หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาทักษะในด้านการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้มากขึ้น ร่วมกับการพัฒนาระบบข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวครบ ครอบคลุมทุกด้าน เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยว สถานพยาบาล เป็นต้น ควรมีการร่วมมือกันในภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดระบบการให้บริการนี้”

รัมภาภัก ฤกษ์วิระวัฒนา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ในการผลักดันให้เกิดความพร้อมด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานนอกจากกระทรวงการท่องเที่ยว ควรเป็นสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่เข้ามาร่วมการพัฒนาในการผลักดันด้านการท่องเที่ยว และบุคคลที่สำคัญ คือ ตำรวจท่องเที่ยว ที่ควรมีความพร้อมในการดูแลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ ควรมีระบบติดตามนักท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวอยู่จุดไหน หายไปหรือไม่ หากหาย หายไปในจุดไหนเพื่อให้เกิดการช่วยเหลืออย่างทันท่วงที จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่วนด้านสถานที่และการบริการ ควรพัฒนาในด้านของแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ ต้องมีการปรับปรุงการพัฒนาพื้นที่ สถานที่พักที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากขึ้น ด้านความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ระบบลงทะเบียน ระบบการติดตามนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการการท่องเที่ยว ควรมีการปรับปรุงการให้บริการด้านราคา การให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยเฉพาะด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมีการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ว่าสนใจกิจกรรมอะไรเป็นพิเศษ เพื่อให้ออกแบบกิจกรรมได้ตรงกับความ ต้องการมากขึ้น และด้านบุคลากร ควรพัฒนาด้านคุณภาพการบริการให้มีความเป็นมืออาชีพ เข้าถึงง่าย และเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความสะดวกรสบายใจในการท่องเที่ยวตลอดทริปนั้นๆ มากที่สุด”

นอกจากนี้ในการศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักเขียนหรือนักวิจารณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อขอความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทาง

ท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในมุมมองของนักท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ศิวา บัวคลี่ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ประเทศไทย มีความพร้อมในด้านของแหล่งท่องเที่ยวที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี แต่ปัญหาที่พบคือ ราคาที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ถูกออกแบบมาสำหรับการเที่ยวคนเดียว และข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ไม่กระชับ เยิ่นเย้อ และเข้าถึงได้ยากจากหน่วยงาน ต้องหาเอาเองจากช่องทางออนไลน์”

ธีรณัย สมรรถชัยศรี (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ในความคิดส่วนตัวประเทศไทยมีความพร้อมมากเพราะอาหารการกินถูก ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันถูก ธรรมชาติสวยงาม ความยูนิคของที่พิกตามแหล่งธรรมชาติ โรงแรมที่พักราคาถูก มีทั้ง hostel และ hotel ราคาประหยัด และประเทศไทยเป็น hub ที่สามารถต่อไปได้ในเอเชียหลาย ๆ ประเทศ”

นาราวินท์ ลิ้ไฟโรจน์กุล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ประเทศไทยพร้อมมากในการที่จะพัฒนาให้ตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเพียงลำพัง เพราะประเทศเรามีทั้งทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว มีบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีจุดเด่น คือ อัจฉริยะไมตรีที่ดี ทำให้คนที่มาท่องเที่ยวคนเดียวรู้สึกเป็นมิตร อบอุ่นใจได้ ถึงแม้ว่าจะเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว”

กล่าวโดยสรุป ในส่วนของความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ภาคส่วนต่าง ๆ ของประเทศมีการให้ความสำคัญ สำหรับกระทรวงการท่องเที่ยวมีการเน้นย้ำในเรื่องของความปลอดภัย ความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ความเป็นธรรมในเรื่องราคาในการให้บริการ และที่สำคัญยังมีการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยมีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ให้เบียดเบียนหรือทำลายทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับความพร้อม ความเชี่ยวชาญของบุคลากร โดยจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และมีการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในมิติสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ปัญหาที่พบคือ ราคาที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ถูกออกแบบมาสำหรับการเที่ยวคนเดียว และข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ไม่กระชับ เยิ่นเย้อ และเข้าถึงได้ยากซึ่งประเด็นเหล่านี้ควรได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มากขึ้น

4.1.3 ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ในส่วนของข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว จำนวน 8 ท่าน สามารถสรุปสาระ

สำคัญเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ได้ดังนี้

ชาคริต ปิตานพวงศ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กุมภาพันธ์ 2565) กล่าวว่า “ในส่วนของข้อเสนอแนะ มี 2 ประเด็นคือ 1) ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้คนไทยในประเทศร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง 2) ส่งเสริม “อาสาสมัครท่องเที่ยวและกีฬา” หรือ อสทก. ซึ่งมีครอบคลุมทั่วทุกอำเภอ ในทุกจังหวัดของประเทศไทย เพื่อเปิดโอกาสให้พี่น้องประชาชนที่มีจิตอาสา ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตามทักษะ ประสบการณ์ และความถนัด และเป็นเครือข่ายประสานการทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการ”

วรลักษณ์ เขียวมีส่วน (การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กุมภาพันธ์ 2565) กล่าวว่า “ปัจจัยที่จะสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้มากขึ้น หลัก ๆ คือ ต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังอย่างครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน คือ 1) ด้านสถานที่และการบริการ ควรมีการกำหนดผู้เดินทางเข้าไปในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้ทรัพยากรเกิดความเสียหาย 2) ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีเจ้าหน้าที่ในการดูแลอย่างเพียงพอ 3) ด้านการบริหารจัดการ ควรมีแนวทางในการบริหารจัดการที่มีความชัดเจนเกี่ยวกับข้อกำหนดกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) กฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูล 5) ด้านบุคลากรที่ให้บริการควรมีความรู้ ทักษะหลายด้าน (Multi Skill) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) แต่อย่างไรก็ดี สิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ คือ เดินทางท่องเที่ยวเพียงคนเดียว ดังนั้นสิ่งสำคัญที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญกับการดูแลด้านความปลอดภัย โดยให้ทุกแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก มีมาตรฐานทางด้านความปลอดภัย”

จิราณูช โสภา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ปัจจัยที่มีผลทำให้การท่องเที่ยวแบบคนเดียวมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบของการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันอยู่คนเดียวมากขึ้น ไม่มีคู่ครอง ไม่มีลูก มีแนวโน้มมากขึ้น ดังนั้นจึงมีความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวแบบคนเดียวมากขึ้น นอกจากนั้นจากสถานการณ์โควิด -19 โรคภัยต่าง ๆ ทำให้ผู้คนสนใจที่จะท่องเที่ยวแบบลำพังมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยง อีกทั้งการท่องเที่ยวแบบนี้ยังเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของตนเองได้มากขึ้น และนอกเหนือจากความต้องการส่วนตัวแล้ว ยังมีปัจจัยคือ ประเทศไทย เป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจ ถึงแม้ว่าปัจจุบันการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียจะมีคู่แข่งทางการท่องเที่ยวที่มีความดิบใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่า เช่น เวียดนาม ลาว แต่ประเทศ



ไทยยังมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวมากกว่า เรามีความพร้อมในด้านของป้ายการสื่อสารมากกว่า อย่างไรก็ตามก็ต้องมีการพัฒนาด้านความปลอดภัยในทุก ๆ ด้าน รวมถึงบริการซัพพอร์ตในด้านของการเข้าถึงแหล่งสถานพยาบาล ที่ควรมีการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้มากขึ้น ควรมีการพัฒนาอย่างบูรณาการร่วมกันระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงวัฒนธรรม และควรมีการผลักดันการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน เพื่อให้มีกิจกรรมที่รองรับลักษณะการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น การท่องเที่ยวแบบ wellness การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น”

รัมภาภัก ฤกษ์วิระวัฒนา และศุภศักดิ์ เงามประเสริฐวงศ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ประเทศไทยต้องพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวหาได้ง่าย ระบบการจองต้องไม่ยุ่งยาก สามารถจอง จ่าย จัดการที่พัก โรงแรม กิจกรรมต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง และที่สำคัญควรมีแพ็คเกจการลดราคาที่น่าสนใจ และเป็นแพ็คเกจที่เหมาะสมสำหรับการมาท่องเที่ยวคนเดียวให้มากขึ้นด้วย”

นอกจากนั้นในการศึกษาข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักเขียนหรือนักวิจารณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อขอความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในมุมมองของนักท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ศิวา บัวคลี่ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 มกราคม 2565) กล่าวว่า “หากต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในมุมมองของนักท่องเที่ยวคนหนึ่ง สิ่งสำคัญคือ 1) ด้านสถานที่และการบริการ ควรมีการจัดการด้านราคา หรือแพ็คเกจต่าง ๆ ควรปรับให้เหมาะสมและสอดคล้องสำหรับการใช้บริการคนเดียวเช่น แพ็คเกจห้องพักรักมักจะคิดราคาต่อคนแต่บังคับเข้าพักขั้นต่ำ 2 คน เป็นต้น 2) ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องสร้างความเชื่อมั่นและระบบที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว รวมทั้งข้อมูลที่จำเป็นที่อำนวยความสะดวกในแง่ของการเดินทางไปตามจุดต่าง ๆ 3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ต้องมีการจัดทำแพ็คเกจสำหรับเหมาะแก่การเข้าพักคนเดียว กำจัดข้อจำกัดในด้านจำนวนขั้นต่ำ และด้านบุคลากรที่ให้บริการ ปรับมายด์เซ็ทผู้ให้บริการในธุรกิจขนาดเล็ก เช่น โฮสเทล อพาร์ทเม้นท์ เกสเฮ้าส์ ให้มีความยินดีปรีดาต่อแขกที่เข้าพักมากขึ้น เพื่อคลายความกังวลใจแก่ผู้เข้าพักคนเดียว และเมื่อมีการพัฒนาความพร้อมด้านต่าง ๆ แล้ว ควรมีการทำประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้สื่อใหม่ๆ ที่เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น เช่น Micro Influencer, Blogger ชาวต่างประเทศ ที่มียอด Follower เยอะๆ เพราะคนพวกนี้มีสไตล์และความคิดสร้างสรรค์ไม่จำเจ และมี Follower ที่ Royalty ต่อตัวบุคคล”

ธีรนัย สมรรถชัยศรี (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ควรมีการปรับปรุงการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน ดังนี้ 1) ด้านสถานที่และการบริการ ควรมีบริการที่ดีจากพนักงานที่รักการบริการจริง ๆ สถานที่ต่าง ๆ ควรลำดับขั้นต้นอย่างแรกเลยคือความสะอาด และสร้างความมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ชีวิตอยู่ในสถานที่นั้น ๆ 2) ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรเน้นและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ และควรมีสถานที่รองรับสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉิน 24 ชั่วโมงสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านการบริหารจัดการ สำหรับการบริหารจัดการควรรู้คนมีความรู้เฉพาะด้านนั้น ๆ มาจัดการบริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตรงตามความต้องการต่าง ๆ 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมีแพคเกจหรือโปรโมชั่นพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว ทั้งการเดินทาง การกิน การอยู่อาศัย และ 5) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ควรรู้คนที่มีคุณภาพ รักในงานที่ต้องให้การบริการจริง ๆ และสามารถพัฒนาตัวเองได้ในองค์กร และสิ่งสำคัญควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยวในประเทศว่าปลอดภัย ราคามาตรฐาน ไม่มีการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยทั้งทางด้านสุขภาพ และการใช้ชีวิตในการมาท่องเที่ยว ส่วนช่องทางการประชาสัมพันธ์ social media ต่างๆ จะช่วยให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทั้ง facebook, instagram และ tiktok”

นาราวินท์ ลิ้ไพโรจน์กุล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 มกราคม 2565) กล่าวว่า “ที่สำคัญเลยคือ ควรมีการทำความเข้าใจกับสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัวพันในเรื่องของการออกแบบแพคเกจการท่องเที่ยวหรือการเข้าพัก การใช้บริการที่ซัพพอร์ตคนที่มาท่องเที่ยวคนเดียว และเมื่อเรามีการปรับปรุงพัฒนากระบวนการท่องเที่ยว และการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แล้ว จึงค่อยดำเนินการต่อไปในเรื่องของการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกมาท่องเที่ยว ณ ประเทศไทย”

กล่าวโดยสรุป การที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) สิ่งสำคัญ คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้คนในประเทศร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง และควรมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ แบบบูรณาการ โดยด้านสถานที่และการบริการ ควรมีการจัดการด้านราคา หรือแพคเกจต่าง ๆ ควรปรับให้เหมาะสมและสอดคล้องสำหรับการใช้บริการ ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องสร้างความเชื่อมั่นและระบบที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ปรับมายด์เซ็ทผู้ให้บริการในธุรกิจให้มีความยินดีปรีดาต่อแขกที่เข้าพักมากขึ้นเพื่อคลายความกังวลใจแก่ผู้เข้าพักคนเดียว ด้านการบริหารจัดการ ควรรู้คนที่มีความรู้เฉพาะด้านนั้น ๆ มาจัดการบริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตรงตามความต้องการต่าง ๆ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมีแพคเกจหรือโปรโมชั่นราคาพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว ทั้งการเดินทาง การกิน การอยู่อาศัย ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

## 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

### 4.2.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ในการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนกลับมาทั้งสิ้น 400 ชุด ในส่วนข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา/ประเทศต้นทาง รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	84	21.00
หญิง	226	56.50
ทางเลือก (LGBTQ)	90	22.50
รวม	400	100.00
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	5	1.25
อายุ 20 - 30 ปี	93	23.25
อายุ 31 - 40 ปี	243	60.75
อายุ 41 - 50 ปี	52	13.00
51 - 60 ปี	4	1.00
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	3	0.75
รวม	400	100.00
<b>3. สถานภาพ</b>		
โสด	263	65.75
สมรส	106	26.50
หย่าร้าง / แยกกันอยู่	31	7.75
รวม	400	100.00
<b>4. ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8	2.00
ปริญญาตรี	272	68.00
ปริญญาโท	117	29.25

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สูงกว่าปริญญาโท	3	0.75
รวม	400	100.00
5. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	17	4.25
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	90	22.50
พนักงานบริษัท	205	51.25
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	63	15.75
รับจ้างอิสระ	25	6.25
รวม	400	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท (478 USD)	14	3.50
15,000 บาท – 30,000 บาท (478 – 957 USD)	84	21.00
30,001 บาท – 45,000 บาท (957 – 1,434 USD)	165	41.25
45,001 บาท – 60,000 บาท (1,434 – 1,912 USD)	69	17.25
มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป (1,912 USD)	68	17.00
รวม	400	100.00
7. ภูมิลำเนา / ประเทศต้นทาง		
ประเทศไทย	300	75.00
ต่างประเทศ	100	25.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมา คือเพศทางเลือก (LGBTQ) จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และที่พบ

น้อยที่สุด คือ เพศชาย จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00

อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมา คือ อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และที่พบน้อยที่สุด คือ มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

สถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และที่พบน้อยที่สุด คือ หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75

ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมา คือ ปริญญาโท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 และที่พบน้อยที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

อาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมา คือ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และที่พบน้อยที่สุด คือ รับจ้างอิสระ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

รายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 – 45,000 บาท (957 – 1,434 USD) จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมา คือ 15,000 – 30,000 บาท (478 – 957 USD) จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และที่พบน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 15,000 บาท (478 USD) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ภูมิลำเนา / ประเทศต้นทาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีประเทศต้นทาง คือ ประเทศไทย จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ ต่างประเทศ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

#### 4.2.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ในการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการแบ่งข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) ระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว 2) ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 3) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย 4) ช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย และ 5) แนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและค่าร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว		
1 – 5 วัน	235	58.75
6 – 10 วัน	110	27.50
11 – 15 วัน	12	3.00
15 – 20 วัน	8	2.00
มากกว่า 20 วันขึ้นไป	35	8.75
รวม	400	100.00
2. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว		
ต่ำกว่า 10,000 บาท (319 USD)	40	10.00
10,000 – 20,000 บาท (319 – 637 USD)	102	25.50
20,001 – 30,000 บาท (637 – 956 USD)	152	38.00
30,001 – 40,000 บาท (956 – 1,273 USD)	60	15.00
40,001 – 50,000 บาท (1,273 – 1,594 USD)	19	4.75
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป (Older Than 1,594 USD)	27	6.75
รวม	400	100.00
3. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยว		
สื่อสังคมออนไลน์	261	65.25
เว็บไซต์	117	29.25
เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	9	2.25
แอปพลิเคชัน	8	2.00
นิตยสาร / วารสาร	3	0.75
การสื่อสารแบบปากต่อปาก	2	0.50
รวม	400	100.00
4. ช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว		
ในประเทศไทย		
สื่อสังคมออนไลน์	305	76.25
เว็บไซต์	72	18.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): แสดงจำนวนและค่าร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
แอปพลิเคชัน	10	2.50
คู่มือ / แผ่นพับ	6	1.50
เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	5	1.25
นิตยสาร / วารสาร	2	0.50
รวม	400	100.00
5. แนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต		
มาท่องเที่ยวอีกแน่นอน	317	79.25
ไม่มาท่องเที่ยว	4	1.00
ไม่แน่ใจ	79	19.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 – 5 วัน จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมา คือ 6 – 10 วัน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และที่พบน้อยที่สุด คือ 15 – 20 วัน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 20,000 –30,000 บาท (637 – 956 USD) จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา คือ 10,000–20,000 บาท (319–637 USD) จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และที่พบน้อยที่สุด คือ 40,001 – 50,000 บาท (1,273–1,594 USD) จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย คือ สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมา คือ เว็บไซต์ จำนวน 117คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 และที่พบน้อยที่สุด คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

คือ สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.25 รองลงมา คือ เว็บไซต์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และที่พบน้อยที่สุด คือ นิตยสาร / วารสาร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

แนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยมาท่องเที่ยวอีกแน่นอน จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.25 รองลงมา คือ ไม่น่าใจ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 และที่พบน้อยที่สุด คือ ไม่มาท่องเที่ยว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

4.2.3 ผลการศึกษาความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ในการศึกษาความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการแบ่งความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) ด้านสถานที่และการบริการ 2) ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านการบริหารจัดการ 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 5) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเทศไทย	ระดับความคาดหวัง			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านสถานที่และการบริการ	4.04	0.57	สูง	1
2. ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.01	0.55	สูง	2
3. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.98	0.58	สูง	3
4. ด้านการบริหารจัดการ	3.97	0.58	สูง	4
5. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.96	0.55	สูง	5
โดยรวม	3.99	0.51	สูง	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผลการศึกษาความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.99$ ,  $SD = 0.51$ )



เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง ด้านสถานที่และการบริการมากที่สุด โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.04$ ,  $SD = 0.57$ ) รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.01$ ,  $SD = 0.55$ ) และที่น้อยที่สุด คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.96$ ,  $SD = 0.55$ )

ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเทศไทย	ระดับความคาดหวัง			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความคาดหวังต่อความสะอาดของแหล่ง ท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.13	0.81	สูง	1
2. ความคาดหวังต่อการจัดสภาพแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.09	0.72	สูง	2
3. ความคาดหวังต่อความสวยงามของแหล่ง ท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.03	0.77	สูง	3
4. ความคาดหวังต่อการเข้าถึงและความ สะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.90	0.77	สูง	4
ภาพรวม	4.04	0.57	สูง	-

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผลการศึกษาความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.04$ ,  $SD = 0.57$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.13$ ,  $SD = 0.81$ ) รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อการจัดสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.09$ ,  $SD = 0.72$ ) และที่น้อยที่สุด คือ ความคาดหวังต่อการเข้าถึงและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.90$ ,  $SD = 0.77$ )

ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเทศไทย	ระดับความคาดหวัง			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความคาดหวังต่อมาตรการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.12	0.81	สูง	1
2. ความคาดหวังต่อสถานที่พักผ่อน มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.10	0.77	สูง	2
3. ความคาดหวังต่อห้องน้ำสาธารณะ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.07	0.74	สูง	3
4. ความคาดหวังต่อร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.01	0.76	สูง	4
5. ความคาดหวังต่อการให้บริการข้อมูลสารสนเทศที่ทันสมัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.90	0.74	สูง	5
6. ความคาดหวังต่อความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.88	0.84	สูง	6
ภาพรวม	4.01	0.55	สูง	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผลการศึกษาความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.01$ ,  $SD = 0.55$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อมาตรการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.12$ ,  $SD = 0.81$ ) รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อสถานที่พักผ่อน มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความคาดหวังในระดับสูง

( $\bar{x} = 4.10$ ,  $SD = 0.77$ ) และที่น้อยที่สุด คือ ความคาดหวังต่อความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.88$ ,  $SD = 0.84$ )

ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการ

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเทศไทย	ระดับความคาดหวัง			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความคาดหวังต่อความพร้อมในการให้บริการของ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.06	0.85	สูง	1
2. ความคาดหวังต่อมาตรฐานของการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.05	0.75	สูง	2
3. ความคาดหวังต่อกิจกรรมการส่งเสริมการขายสินค้า หรือบริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.96	0.73	สูง	3
4. ความคาดหวังต่อราคาสินค้าหรือบริการที่มีความ เหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.82	0.78	สูง	4
ภาพรวม	3.97	0.58	สูง	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผลการศึกษาความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.97$ ,  $SD = 0.58$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อความพร้อมในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.06$ ,  $SD = 0.85$ ) รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อมาตรฐานของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.05$ ,  $SD = 0.75$ ) และที่น้อยที่สุด คือ ความคาดหวังต่อราคาสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.82$ ,  $SD = 0.78$ )

ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยว  
ในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเทศไทย	ระดับความคาดหวัง			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว ที่ได้สัมผัส ธรรมชาติและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนใน ชุมชน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมอย่าง ใกล้ชิดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.12	0.80	สูง	1
2. ความคาดหวังต่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่จาก แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.98	0.73	สูง	2
3. ความคาดหวังต่อการได้รับประสบการณ์ เพื่อ พัฒนาร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิต วิญญาณ จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.95	0.74	สูง	3
4. ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวที่มีความ สนุกสนาน ตื่นเต้น ทำทายของแหล่งท่องเที่ยวใน ประเทศไทย	3.80	0.77	สูง	4
ภาพรวม	3.96	0.55	สูง	-

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผลการศึกษาความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.96$ ,  $SD = 0.55$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว ที่ได้สัมผัสธรรมชาติและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมอย่างใกล้ชิดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.12$ ,  $SD = 0.80$ ) รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.98$ ,  $SD = 0.73$ ) และที่น้อยที่สุด คือ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวที่มีความสนุกสนาน ตื่นเต้น ทำทายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.80$ ,  $SD = 0.77$ )

ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเทศไทย	ระดับความคาดหวัง			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความคาดหวังต่อความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.11	0.82	สูง	1
2. ความคาดหวังต่อจำนวนผู้ให้บริการอย่างเพียงพอของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.02	0.73	สูง	2
3. ความคาดหวังต่อความเอาใจใส่ในหน้าที่ของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.94	0.75	สูง	3
4. ความคาดหวังต่อความสุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.87	0.75	สูง	4
ภาพรวม	3.98	0.58	สูง	-

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผลการศึกษาความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.98$ ,  $SD = 0.58$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.11$ ,  $SD = 0.82$ ) รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อจำนวนผู้ให้บริการอย่างเพียงพอของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.02$ ,  $SD = 0.73$ ) และที่น้อยที่สุด คือ ความคาดหวังต่อความสุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความคาดหวังในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.87$ ,  $SD = 0.75$ )

4.2.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการแบ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) ด้านสถานที่และการบริการ 2) ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านการบริหารจัดการ 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 5) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านสถานที่และการบริการ	4.11	0.58	สูง	1
2. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.09	0.56	สูง	2
3. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	4.05	0.59	สูง	3
4. ด้านการบริหารจัดการ	4.04	0.59	สูง	4
5. ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.00	0.63	สูง	5
ภาพรวม	4.06	0.54	สูง	-

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.06$ ,  $SD = 0.54$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่และการบริการมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.11$ ,  $SD = 0.58$ ) รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.09$ ,  $SD = 0.56$ ) และที่น้อยที่สุด คือ ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.00$ ,  $SD = 0.63$ )

ตารางที่ 4.10: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความพึงพอใจต่อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.37	0.72	สูงมาก	1
2. ความพึงพอใจต่อการเข้าถึงและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.17	0.81	สูง	2
3. ความพึงพอใจต่อการจัดสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.02	0.66	สูง	3
4. ความพึงพอใจต่อความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.86	0.89	สูง	4
ภาพรวม	4.11	0.58	สูง	-

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทยด้านสถานที่และการบริการอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.11$ ,  $SD = 0.58$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับสูงมาก ( $\bar{x} = 4.37$ ,  $SD = 0.72$ ) รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อการเข้าถึงและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.17$ ,  $SD = 0.81$ ) และที่น้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.86$ ,  $SD = 0.89$ )

ตารางที่ 4.11: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความพึงพอใจต่อห้องน้ำสาธารณะ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.21	0.79	สูงมาก	1
2. ความพึงพอใจต่อร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.03	0.75	สูง	2
3. ความพึงพอใจต่อการให้บริการข้อมูลสารสนเทศที่ทันสมัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.01	0.81	สูง	3
4. ความพึงพอใจต่อมาตรการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.00	0.93	สูง	4
5. ความพึงพอใจต่อสถานที่พักผ่อน มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.94	0.92	สูง	5
6. ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.79	0.92	สูง	6
ภาพรวม	4.00	0.63	สูง	-

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.00$ ,  $SD = 0.63$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อห้องน้ำสาธารณะ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับสูงมาก ( $\bar{x} = 4.21$ ,  $SD = 0.79$ ) รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอ



ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.03$ ,  $SD = 0.75$ ) และที่น้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.79$ ,  $SD = 0.92$ )

ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความพึงพอใจต่อความพร้อมในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.11	0.86	สูง	1
2. ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.05	0.72	สูง	2
3. ความพึงพอใจต่อมาตรฐานของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.05	0.73	สูง	2
4. ความพึงพอใจต่อราคาสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.96	0.80	สูง	3
ภาพรวม	4.04	0.59	สูง	-

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการจำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.04$ ,  $SD = 0.59$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความพร้อมในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.11$ ,  $SD = 0.86$ ) รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.05$ ,  $SD = 0.72$ ) และความพึงพอใจต่อมาตรฐานของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.05$ ,  $SD = 0.73$ ) และที่พบน้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อราคาสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.96$ ,  $SD = 0.80$ )

ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ที่ได้สัมผัส ธรรมชาติและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมอย่างใกล้ชิดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.16	0.84	สูง	1
2. ความพึงพอใจต่อการได้รับประสบการณ์ เพื่อพัฒนาร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตวิญญาณ จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.11	0.76	สูง	2
3. ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.09	0.72	สูง	3
4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่มีความสนุกสนาน ตื่นเต้น ทำทายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.01	0.77	สูง	4
ภาพรวม	4.09	0.56	สูง	-

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.09$ ,  $SD = 0.56$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสธรรมชาติและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมอย่างใกล้ชิดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.16$ ,  $SD = 0.84$ ) รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อการได้รับประสบการณ์ เพื่อพัฒนาร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตวิญญาณ จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.11$ ,  $SD = 0.76$ ) และที่พบน้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่มีความสนุกสนาน ตื่นเต้น ทำทายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.01$ ,  $SD = 0.77$ )

ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความพึงพอใจต่อความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.19	0.86	สูง	1
2. ความพึงพอใจต่อจำนวนผู้ให้บริการอย่างเพียงพอของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.06	0.72	สูง	2
3. ความพึงพอใจต่อความเอาใจใส่ในหน้าที่ของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.03	0.73	สูง	3
4. ความพึงพอใจต่อความสุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.93	0.79	สูง	4
ภาพรวม	4.05	0.59	สูง	-

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการจำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการอยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.05$ ,  $SD = 0.59$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.19$ ,  $SD = 0.86$ ) รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อจำนวนผู้ให้บริการอย่างเพียงพอ ในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 4.06$ ,  $SD = 0.72$ ) และที่พบน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อความสุภาพ เรียบร้อยมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.93$ ,  $SD = 0.79$ )

จากการศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.15: เปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง		ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{x}$	แปลผล	$\bar{x}$	แปลผล
1. ด้านสถานที่และการบริการ	4.04	สูง	4.11	สูง
2. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.96	สูง	4.09	สูง
3. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.98	สูง	4.05	สูง
4. ด้านการบริหารจัดการ	3.97	สูง	4.04	สูง
5. ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.01	สูง	4.00	สูง
ภาพรวม	3.98	สูง	4.06	สูง

จากตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและพึงพอใจต่อด้านสถานที่และการบริการมากที่สุด ส่วนด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังเป็นอันดับที่ 2 แต่เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวจริง นักท่องเที่ยวกลับมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุด

#### 4.2.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน คือ t-test / ANOVA โดยผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว  
ในประเทศไทย จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	เพศ	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อการ	ชาย	84	4.08	0.50	0.295	0.745
ท่องเที่ยวในประเทศไทย	หญิง	226	4.06	0.52		
	LGBTQ	90	4.02	0.61		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามเพศ พบว่า มีค่า Sig. = 0.745 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว  
ในประเทศไทย จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	อายุ	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อการ	อายุต่ำกว่า 20 ปี	5	3.87	0.73	0.714	0.613
ท่องเที่ยวในประเทศไทย	20 – 30 ปี	93	4.04	0.55		
	31 – 40 ปี	243	4.06	0.55		
	41 – 50 ปี	52	4.12	0.45		
	51 – 60 ปี	4	4.24	0.34		
	มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	3	3.66	0.40		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอายุ พบว่า มีค่า Sig. = 0.613 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปร	สถานภาพ	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	โสด	263	4.06	0.54	0.351	0.704
	สมรส	106	4.06	0.55		
	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	31	3.98	0.52		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามสถานภาพ พบว่า มีค่า Sig. = 0.704 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว  
ในประเทศไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ระดับการศึกษา	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อ การท่องเที่ยวในประเทศไทย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	8	4.29	0.23	1.266	0.286
	ปริญญาตรี	272	4.03	0.55		
	ปริญญาโท	117	4.10	0.51		
	สูงกว่าปริญญาโท	3	4.26	0.42		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่า Sig. = 0.286 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว  
ในประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	อาชีพ	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อ การท่องเที่ยวในประเทศไทย	นักเรียน/นักศึกษา	17	4.01	0.60	0.249	0.910
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	90	4.06	0.54		
	พนักงานบริษัท	205	4.06	0.56		
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	63	4.08	0.48		
	รับจ้างอิสระ	25	3.97	0.48		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีค่า Sig. = 0.910 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.6 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปร	รายได้ต่อเดือน	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	ต่ำกว่า 15,000 บาท (478 USD)	14	4.13	0.54	0.299	0.879
	15,000 – 30,000 บาท (478 – 957 USD)	84	4.01	0.58		
	30,001 – 45,000 บาท (957 – 1,434 USD)	165	4.08	0.52		
	45,001 – 60,000 บาท (1,434 – 1,912 USD)	69	4.04	0.57		
	มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป (1,912 USD)	68	4.05	0.49		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. = 0.879 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่า



นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.7 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีภูมิลำเนา / ประเทศต้นทางแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีภูมิลำเนา / ประเทศต้นทางแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีภูมิลำเนา / ประเทศต้นทางแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ในประเทศไทย จำแนกตามภูมิลำเนา / ประเทศต้นทาง

ตัวแปร	ภูมิลำเนา / ประเทศต้นทาง	N	$\bar{x}$	SD	t	Sig.
ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	ประเทศไทย	300	4.04	0.55	-0.398	0.691
	ต่างประเทศ	100	4.07	0.49		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามภูมิลำเนา / ประเทศต้นทาง พบว่า มีค่า Sig. (2 - tailed) = 0.691 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีภูมิลำเนา / ประเทศต้นทางแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน คือ t-test / ANOVA โดยผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว

ตัวแปร	ระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	1 – 5 วัน	235	4.09	0.53	4.941	0.001*
	6 – 10 วัน	110	4.02	0.58		
	11 – 15 วัน	12	3.72	0.55		
	15 – 20 วัน	8	3.43	0.53		
	มากกว่า 20 วันขึ้นไป	35	4.18	0.31		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. = 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  และยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน จากนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least-Significant Difference (LSD) ดังนี้

ตารางที่ 4.24: ผลการแสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จำแนกตามระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (โดยวิธี Fisher's Least-Significant Difference (LSD))

ระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	1-5 วัน	6-10 วัน	11-15 วัน	16-20 วัน	มากกว่า 20 วันขึ้นไป
		4.09	4.02	3.72	3.43	4.18
1 – 5 วัน	4.09	-	0.07 (0.22)	0.37 (0.01*)	0.65 (0.00*)	-0.08 (0.37)
6 – 10 วัน	4.02		-	0.30 (0.06)	0.58 (0.00*)	-0.15 (0.12)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.24(ต่อ): ผลการแสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (โดยวิธี Fisher's Least-Significant Difference (LSD))

ระยะเวลาทั้งหมดใน การท่องเที่ยว	$\bar{x}$	1-5 วัน	6-10 วัน	11-15 วัน	16-20 วัน	มากกว่า 20 วันขึ้นไป
		4.09	4.02	3.72	3.43	4.18
11 – 15 วัน	3.72			-	0.28 (0.24)	-0.46 (0.00*)
16 – 20 วัน	3.43				-	-0.74 (0.00*)
มากกว่า 20 วัน ขึ้นไป	4.18					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่ โดยวิธี Fisher's Least-Significant Difference (LSD) พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว 1 – 5 วัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว 11 – 20 วัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว 6 – 10 วัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว 16 – 20 วัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว  
ในประเทศไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในการท่องเที่ยว	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อ การท่องเที่ยวใน ประเทศไทย	ต่ำกว่า 10,000 บาท (319 USD)	40	3.95	0.61	1.479	0.196
	10,000 – 20,000 บาท (319 – 637 USD)	102	3.99	0.58		
	20,001 – 30,000 บาท (637 – 956 USD)	152	4.13	0.50		
	30,001 – 40,000 บาท (956 – 1,273 USD)	60	3.99	0.59		
	40,001 – 50,000 บาท (1,273 – 1,594 USD)	19	4.17	0.49		
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป (Older Than 1,594 USD)	27	4.11	0.28		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. = 0.196 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย

ตัวแปร	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหา					
	ข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	แอปพลิเคชัน	8	4.33	0.50	1.015	0.408
	นิตยสาร / วารสาร	3	4.39	0.76		
	เว็บไซต์	117	4.02	0.53		
	เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	9	3.93	0.35		
	สื่อสังคมออนไลน์	261	4.06	0.54		
	การสื่อสารแบบปากต่อปาก	2	4.39	0.01		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย พบว่า มีค่า Sig. = 0.408 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.4 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตัวแปร	ช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจ	แอปพลิเคชัน	10	4.18	0.56	1.446	0.207
ต่อการ	นิตยสาร / วารสาร	2	4.63	0.19		
ท่องเที่ยวใน	เว็บไซต์	72	3.99	0.55		
ประเทศไทย	เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์การ	5	3.99	0.58		
	ท่องเที่ยว					
	สื่อสังคมออนไลน์	305	4.07	0.53		
	คู่มือ / แผ่นพับ	6	3.67	0.42		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า มีค่า Sig. = 0.207 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.5 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

$H_0$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต

ตัวแปร	แนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต	N	$\bar{x}$	SD	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	มาท่องเที่ยวอีกแน่นอน	317	4.24	0.36	177.051	0.000*
	ไม่มาท่องเที่ยว	4	2.68	0.13		
	ไม่แน่ใจ	79	3.38	0.51		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต พบว่า มีค่า Sig. = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  และยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน จากนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least-Significant Difference (LSD) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.29: ผลการแสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตเป็นรายคู่ (โดยวิธี Fisher's Least-Significant Difference (LSD))

แนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต	$\bar{x}$	มาท่องเที่ยวอีกแน่นอน	ไม่มาท่องเที่ยว	ไม่แน่ใจ
มาท่องเที่ยวอีกแน่นอน	4.24	-	1.56 (0.00*)	0.85 (0.00*)
ไม่มาท่องเที่ยว	2.68		-	-0.70 (0.00*)
ไม่แน่ใจ	3.38			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตเป็นรายคู่ โดยวิธี Fisher's Least-Significant Difference (LSD) พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยจะมาท่องเที่ยวอีกแน่นอนจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยจะไม่มาท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยจะไม่มาท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยไม่แน่ใจว่าจะมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกหรือไม่

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติวิเคราะห์เชิงอนุमान คือ pearson's correlation coefficient โดยผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 3.1 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_0$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_1$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย



ตารางที่ 4.30: ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย			
	r (Pearson Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านสถานที่และการบริการ	-0.124	0.013*	น้อยมาก	ตรงข้าม

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทิศทางความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการสูงมาก จะมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับน้อยมาก ( $r = -0.124$ )

สมมติฐานย่อยที่ 3.2 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_0$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_1$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 4.31: ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย			
	r (Pearson Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก	-0.189	0.000**	น้อยมาก	ตรงข้าม

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทิศทางความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกสูงมาก จะมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับน้อยมาก ( $r = -0.189$ )

สมมติฐานย่อยที่ 3.3 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_0$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_1$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 4.32: ผลการวิเคราะห์การหาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย			
	r (Pearson Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านการบริหารจัดการ	-0.187	0.00**	น้อยมาก	ตรงข้าม

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทิศทางความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการสูงมาก จะมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับน้อยมาก ( $r = -0.187$ )

สมมติฐานย่อยที่ 3.4 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_0$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_1$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 4.33: ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย			
	r (Pearson Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	-0.099	0.048*	น้อยมาก	ตรงข้าม

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทิศทางความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวสูงมาก จะมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับน้อยมาก ( $r = -0.099$ )

สมมติฐานย่อยที่ 3.5 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_0$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_1$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 4.34: ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย			
	r (Pearson Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	-0.162	0.001*	น้อยมาก	ตรงข้าม

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทิศทางความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการสูงมาก จะมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับน้อยมาก ( $r = -0.162$ )

สมมติฐานย่อยที่ 3.6 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_0$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

$H_1$  = ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 4.35: ผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวม กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวม	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย			
	r (Pearson Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
	-0.168	0.001*	น้อยมาก	ตรงข้าม

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทิศทางความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมสูงมาก จะมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง อย่างไรก็ตามก็ตีความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับน้อยมาก ( $r = -0.168$ )

ในการศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และ 2) แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ของประเทศไทย โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพังที่เป็นนักวิจารณ์ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber) จำนวน 8 คน รวม 11 คน และการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะ ดังนี้

## 5.1 สรุปผลการศึกษา

### 5.1.1 นโยบายเพื่อผลักดันการท่องเที่ยว สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ของประเทศไทยในปัจจุบัน

ปัจจุบันประเทศไทยให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูการท่องเที่ยว และมีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด โดยให้ความสำคัญเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ระบบคมนาคมและแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยว และมาตรการสนับสนุนการปรับตัวของภาคธุรกิจมากขึ้น ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคประชาชน แต่อย่างไรก็ตามมุมมองของนักท่องเที่ยวก็ยังมีความคิดเห็นว่า ปัจจุบันประเทศไทยยังขาดนโยบาย และการทำงานเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) อย่างเป็นรูปธรรม และเห็นผลเด่นชัดเพียงพอ

ในขณะที่ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) พบว่า ภาคส่วนต่าง ๆ ของประเทศมีการให้ความสำคัญสำหรับกระทรวงการท่องเที่ยว มีการเน้นย้ำในเรื่องความปลอดภัย ความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ความเป็นธรรมในเรื่องของราคาในการให้บริการ และที่สำคัญยังมีการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยมีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ให้เบียดเบียนหรือทำลายทรัพยากรธรรมชาติ

นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับความพร้อม ความเชี่ยวชาญของบุคลากร โดยจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และด้านการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในมิติสังคม และสิ่งแวดล้อม แต่ปัญหาที่พบคือ ราคาที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ถูกออกแบบมาสำหรับการเที่ยวคนเดียว และข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ไม่กระชับ เยิ่นเย้อ และเข้าถึงได้ยาก ซึ่งประเด็นเหล่านี้ควรได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มากขึ้น

ในส่วนข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) สรุปได้ว่า การที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) สิ่งสำคัญ คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้คนในประเทศร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง และควรมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ แบบบูรณาการ โดยสรุปดังนี้

- 1) ด้านสถานที่และการบริการ ควรมีการจัดการด้านราคาหรือแพคเกจต่าง ๆ ควรปรับให้เหมาะสมแต่สอดคล้องสำหรับการใช้บริการคน
- 2) ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องสร้างความเชื่อมั่นและระบบที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว
- 3) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ปรับมายด์เซ็ทผู้ให้บริการในธุรกิจให้มีความยินดีปรีดาต่อแขกที่เข้าพักมากขึ้นเพื่อคลายความกังวลใจแต่ผู้เข้าพักคนเดียว
- 4) ด้านการบริหารจัดการ สำหรับการบริหารจัดการควรใช้คนมีความรู้เฉพาะด้านนั้นๆ มาจัดการบริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตรงตามความต้องการต่างๆ
- 5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมีแพคเกจ หรือโปรโมชั่นราคาพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว ทั้งการเดินทาง การกินการอยู่อาศัยให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

#### 5.1.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน รองลงมา คือ เพศทางเลือก (LGBTQ) จำนวน 90 คน และที่พบน้อยที่สุด คือ เพศชาย จำนวน 84 คน ส่วนใหญ่ มีอายุ 31 – 40 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่มิรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 บาท – 45,000 บาท (957 – 1,434 USD) และพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีประเทศต้นทาง คือ ประเทศไทย จำนวน 300 คน รองลงมา คือ ต่างประเทศ จำนวน 100 คน



### 5.1.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 – 5 วัน มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 20,001 – 30,000 บาท (637 – 956 USD) โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย คือ สื่อสังคมออนไลน์ และช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ สื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา คือ เว็บไซต์ นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต คือ มาท่องเที่ยวอีกแน่นอน รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ และที่พบน้อยที่สุดคือ ไม่มาท่องเที่ยวอีกแน่นอน

### 5.1.4 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ผลการศึกษาความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง ด้านสถานที่และการบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก และที่น้อยที่สุด คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้านพบว่า

ด้านสถานที่และการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อความเหมาะสมของสถานที่กับกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย และที่น้อยที่สุด คือ ความคาดหวังต่อความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อมาตรการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อสถานที่พักผ่อน มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย และที่น้อยที่สุด คือ ความคาดหวังต่อความปลอดภัยในการเดินทางและเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อความพร้อมในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อมาตรฐานของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และที่น้อยที่สุด คือ ความคาดหวังต่อราคาค่าบริการที่มีความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว ที่ท่านได้สัมผัสธรรมชาติ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม อย่างใกล้ชิดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ความคาดหวังต่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และที่น้อยที่สุด คือ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวที่มีความสนุกสนาน ตื่นเต้น ท้าทายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อจำนวนผู้ให้บริการอย่างเพียงพอ ในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และที่น้อยที่สุด คือ ความคาดหวังต่อความสุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.1.5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่และการบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และที่น้อยที่สุด คือ ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านสถานที่และการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทยด้านสถานที่และการบริการอยู่ในระดับสูง โดยมีความพึงพอใจต่อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และที่น้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ในประเทศไทย

ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกอยู่ในระดับสูง โดยมีความพึงพอใจต่อห้องน้ำสาธารณะ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และที่น้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการเดินทางและเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับสูง โดยมีความพึงพอใจต่อความพร้อมในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการส่งเสริมการขายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และความพึงพอใจต่อมาตรฐานของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และที่พบน้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อราคาค่าบริการที่มีความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง โดยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสธรรมชาติ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมอย่างใกล้ชิดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อการได้รับประสบการณ์ เพื่อพัฒนาร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตวิญญาณ จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และที่พบน้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่มีความสนุกสนาน ตื่นเต้น ทำทายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการอยู่ในระดับสูง โดยมีความพึงพอใจต่อความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อจำนวนผู้ให้บริการอย่างเพียงพอ ในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และที่พบน้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อความสุภาพ เรียบร้อยมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

#### 5.1.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา / ประเทศต้นทางแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า

1. นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว 1 – 5 วัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว 11 – 20 วัน และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว 6 – 10 วัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว 16 – 20 วัน

2. นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

4. นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยจะมาท่องเที่ยวอีกแน่นอน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยจะไม่มาท่องเที่ยว และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยจะไม่มาท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยไม่แน่ใจว่าจะมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกหรือไม่

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย



มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทิศทางความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการสูงมาก จะมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง อย่างไรก็ตามทิศทางความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับน้อยมาก ( $r = -0.162$ )

6. ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทิศทางความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมสูงมาก จะมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง อย่างไรก็ตามทิศทางความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับน้อยมาก ( $r = -0.168$ )

## 5.2 อภิปรายผล

5.2.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย คือ สื่อสังคมออนไลน์ และช่องทางที่ต้องการให้มีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งผลการศึกษาที่พบสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมบัติ กาญจนกิจ (2553) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยและหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ สื่อสังคมออนไลน์ เพราะเป็นสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม และการตัดสินใจของผู้ใช้ทั่วโลกเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรวิญญู แก้วกล้า (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2.2 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยผลการศึกษาที่พบสอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพาพร ไตรบรรณ (2557) ที่ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ภูมิศึกษา หมู่บ้านอรุณภูมิ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อปัจจัยต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในเรื่องของความสะอาดและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น ๆ

5.2.3 นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อมาตรการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยผลการศึกษาที่พบสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Queensland University of Technology's Business School ที่พบว่า การท่องเที่ยวคนเดียวนั้นสามารถทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสถึงความอิสระ ผ่อนคลายและค้นพบตัวตนของตนเอง อย่างไรก็ตามก็ตინักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องของมาตรฐานด้านความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น ๆ มาเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2554) ที่กล่าวไว้ว่า หลักเกณฑ์การพิจารณา และการกำหนดศักยภาพ หรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง คือ สิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับวิภา ศรีระทุ (2551) ที่ได้กล่าวว่า เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการที่สำคัญ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Lin Yi-Chin, Chen Chin-Chin (2014) ศึกษาการวิจัยเรื่อง ประเมินความต้องการอาหารและบริการด้านอาหารและเจตนาเชิงพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไปเที่ยวที่ไต้หวัน ที่พบว่า ปัจจัยในลำดับแรก ๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมดมาคนเดียวและมากับครอบครัวให้ความสำคัญ คือ ความปลอดภัย

5.2.4 นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อความพร้อมในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยผลการศึกษาที่พบ สอดคล้องกับวิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2554) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ดี และมีศักยภาพจะต้องมีความพร้อมในการให้บริการในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะความพร้อมของแหล่งข้อมูล หรือศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพราะความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากในการเลือกตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศุภากร สุรดิษฐ์ (2563) ทำการศึกษา เรื่อง การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบริการการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

5.2.5 นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสธรรมชาติและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เอกลักษณะ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมอย่างใกล้ชิดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Queensland University of Technology's Business School พบว่า การท่องเที่ยวคนเดียวนั้นสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้

สำรวจวัฒนธรรมต่างแดนและเมื่อปี พ.ศ.2561 กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ถูกจัดอันดับให้เป็นจุดหมายปลายทางแรกของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) จากทวีปเอเชียอีกด้วย (Ratinun Chaiwiboolvech, 2561) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ปรีชา แดงโรจน์ (2554) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง คือ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เป็นต้น

5.2.6 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านบุคลากรที่ให้บริการอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับภากรณ์ น้ำหว่า และ ศิริวิมล วันทอง (2550) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ คือ ผู้ที่ให้บริการ เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานและการบริการให้ ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้นผู้บริหารที่กำหนดนโยบายบริการโดยคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดของจิรรรยา ประพุดติกิจ (2553) ที่พบว่า การมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลที่เพียงพอ และมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการแนะนำรายละเอียดของการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ ได้เป็นอย่างดีถือเป็นศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งเช่นเดียวกัน

5.2.7 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทยด้านสถานที่และการบริการอยู่ในระดับสูง โดยมีความพึงพอใจต่อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพยอม ธรรมบุตร (2559) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ดีนั้น แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ที่มีความสวยงาม แปลกใหม่น่าสนใจ โดยแหล่งท่องเที่ยวจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุดของการตัดสินใจการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ ภากรณ์ น้ำหว่า และศิริวิมล วันทอง (2550) ที่ได้กล่าวว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ คือ สภาพแวดล้อมของการบริการที่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ความสวยงามของการจัดแต่งภายในการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ เช่น กระดาษ ซองจดหมาย เป็นต้น



5.2.8 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีเพศอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิสำเนา/ประเทศต้นทางแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาที่พบสอดคล้องกับผลการ ศึกษาของวรัญญู แก้วกัลยา (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับผลการศึกษาของวรัญญู แก้วกัลยา (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อ การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

5.2.9 นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีแนวโน้มในการ เดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยจะมาท่องเที่ยวอีกแน่นอน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมา ท่องเที่ยวในอนาคต โดยจะไม่มาท่องเที่ยว และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมา ท่องเที่ยวในอนาคต โดยจะไม่มาท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต โดยไม่แน่ใจว่าจะมาท่องเที่ยวที่ ประเทศไทยอีกหรือไม่ จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมา ท่องเที่ยวในอนาคต รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจว่าจะมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกหรือไม่ จะมี ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการเดินทางมา ท่องเที่ยวในอนาคต โดยจะไม่มาท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาที่พบสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นรินทร์สิริ เชียงพันธ์ (2560) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า นักท่องเที่ยวเพศ หญิงชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำรวมถึงการ บอกต่อในระดับสูง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรัญญู แก้วกัลยา (2560) ได้ทำการ วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน เกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ ในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีความพึง พอใจในการท่องเที่ยวมาก จะแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวซ้ำมากตามไปด้วย

5.2.10 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการ บริการ ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ ด้านกิจกรรมการ

ท่องเที่ยว ด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทิศทางความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านสถานที่และการบริการ ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านบุคลากรที่ให้บริการสูงมาก จะมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับน้อยมาก โดยผลการศึกษาที่พบสอดคล้องกับภูชิชา ปันแก้ว (2557) ที่ทำการศึกษารื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมืองจังหวัดน่าน ที่พบว่า ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถราง ที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมบริการของที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวด้านต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับความคาดหวังของกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) เพื่อให้ตัวนักท่องเที่ยวได้ไปพบและสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว โดยการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ตามที่บรรณานา ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย คือ สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลข่าวสาร และทำการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวกับกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น และควรออกแบบเนื้อหาของข่าวสารที่สอดคล้อง และตรงกับความต้องการของกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) โดยเฉพาะมากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

2) ด้านความปลอดภัย ควรมีการจัดการความปลอดภัยที่เป็นรูปธรรม และต่อเนื่องกันทั้งระบบ มีการวางนโยบายในการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จักบทบาทและหน้าที่ของตำรวจท่องเที่ยวให้เป็นที่ยุ้จักอย่างกว้างขวาง เพื่อที่สร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว มีเพิ่มจุดรักษาความปลอดภัยในหลาย ๆ จุดที่เป็นจุดเสี่ยงยังควรทำการ

ติดตั้งกล้องวงจรปิด บนพื้นที่เปลี่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) มากขึ้นด้วย

3) ความพร้อมในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ให้ความสำคัญไม่แพ้ปัจจัยด้านอื่น ๆ ดังนั้นหากต้องการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) มากขึ้น จะต้องมีการเพิ่มจุดการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้มีจำนวนมากขึ้น พอเพียง และมีประสิทธิภาพในด้านของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การปฏิบัติตน และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น

4) นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสธรรมชาติและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมอย่างใกล้ชิดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทยควรมีการบริหารจัดการรักษามาตรฐานไว้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในทุกครั้งที่ได้มาเยี่ยมชม และมีความรู้สึกอยากกลับมาอีกในทุก ๆ ครั้ง โดยในส่วนของธรรมชาติ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายในการอนุรักษ์ และรักษาความงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติให้มีความสวยงาม และไม่ถูกทำลาย หรือรบกวนจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากเกินไป เช่น การจำกัดจำนวนของนักท่องเที่ยว การมีนโยบายให้ปิดสถานที่ท่องเที่ยวเป็นระยะเพื่อฟื้นฟูความงามตามธรรมชาติ ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม ควรจะทำนุบำรุงงานสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมต่าง ๆ ให้สวยงามคงความเป็นเอกลักษณ์ไว้และฟื้นฟูสถานที่ให้สวยงามอยู่เสมอ

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

1) นอกจากการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในประเทศไทยแล้ว ควรทำการศึกษาความพร้อม และการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันจะเป็นการส่งเสริมและดึงดูดให้นักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และยังเป็นแนวทางให้สามารถจัดการและพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

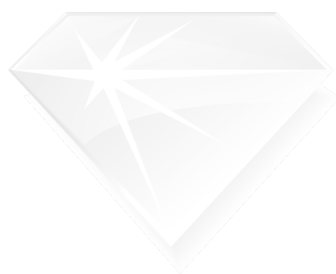
## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560. สืบค้นจาก [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2564 - 2570). สืบค้นจาก [https://drive.google.com/file/d/12-qp4UFjmlAkks2\\_UW3ux2SB8bh\\_Umpg/view](https://drive.google.com/file/d/12-qp4UFjmlAkks2_UW3ux2SB8bh_Umpg/view).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นจาก [https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=411](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411)
- กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด. (2559). เทรนด์ “การท่องเที่ยว” 2021 เมื่อ COVID-19 ยังอยู่กับเรา. สืบค้นจาก <https://www.nia.or.th/Travel2021>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). ประเภทของการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). โครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). ระเบียบวิธีวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). เชียงใหม่: ครองช่างพรินต์.
- จิราวัฒน์ คงแก้ว. (2559). Solo Travelers ปฏิวัติท่องเที่ยวยุคโซเชียล. กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/683856>.
- เฉลิมพล ศรีทอง. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลกโดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี, 15(2), 104-113.
- ชัยสิทธิ์ ดำรงวงศ์เจริญ. (2550). การจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงอนุรักษ์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา: ภูผายนต์ อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ฐิรชญา มณีเนตร. (2552). แรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณิชา พิชัยวุฒิมะ. (2565). รูปแบบการท่องเที่ยวภายในประเทศหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 13, 3272-3286.

- ทิพาพร ไตรบรรณ. (2557). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา หมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธัญชนก แวแก้ว. (2559). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธัญชนก ใจแสน, เบญญาภา สนิทมัจโร และนุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. (2560). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่เที่ยวคนเดียวในเขตกรุงเทพมหานคร*. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน วันที่ 7-8 ธันวาคม 2560.
- นรินทร์สิริ เชียงพันธ์. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิตา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริชล วิมลเมือง. (2560). *แนวทางการพัฒนาโฮสเทล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Solo Travel ในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2554). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: ไพบ์ แอนด์ไพบ์ พรินต์ติ้ง.
- พระบุญพิเชษฐ จันท์เมือง และคณะ. (2553). *การจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอกในเกาะรัตนโกสินทร์*. วารสารวิชาการ *Veridian E-Journal*. 7(3), 728 – 739.
- พิธรัตน์ สุขะนินทร์. (2561). *การศึกษาการรับรู้ข้อมูล ทักษะคนดี และพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. (2559). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมอาเซียน จังหวัดกาญจนบุรี*. มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 10(21).
- พลุ เตชะรินทร์. (2564). *หลังยุคโควิด พฤติกรรมการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปอย่างไร*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/columnist/969343>.
- ภูชิตา ปันแก้ว. (2557). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน*. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 4(1), 123-131.

- มาลี บุญศิริพันธ์. (2563). รู้จัก "New Normal" ฉบับราชบัณฑิตยสภา. สืบค้นจาก <https://news.thaipbs.or.th/content/292126>.
- รตินันท์ ชัยวิบูลย์เวช. (2561). *จับเทรนด์ Solo Travel นักเดินทางฉายเดี่ยว คนเดียว ก็เที่ยวได้*. สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/trend-solo-travel-agoda/>.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2550). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- เลิศพร ภาธรสกุล. (2555). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรัญญู แก้วกัลยา. (2560). แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 13(2), 201-215.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. (2554). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2550). *หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2553). *หลักการตลาด=Principle of marketing*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. (2554). แนวคิดด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม. *จูลสารการท่องเที่ยว*, 1(5), 40-42.
- วีระ แก่นเพชร. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ*, 5(1), 148-160.
- ศุภากร สุรดิษฐ์. (2563). การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ*, 22(1), 100 – 115.
- ศุภาวรรณ วงศ์ชูทรัพย์. (2562). *เทรนมาแรง! “Solo travel” เที่ยวคนเดียว เที่ยวด้วยตัวเอง*. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/XRhrK>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing management) ฉบับปรับปรุงใหม่ ปี 2552*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2556). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศุภากร สุรดิษฐ์. (2563). การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ*, 22 (1), 72-84.
- ศุภาวรรณ วงศ์ชูทรัพย์. (2562). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

- สุชาดา ธโนภานุวัฒน์. (2560). *การส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- สุวิชา พิทักษ์กาญจนกุล. (2562). *Solo Travel ไปเที่ยวคนเดียวแต่เพื่อนเยอะกว่า*. สืบค้นจาก <https://thematter.co/brandedcontent/crp-solo-travel-01/66408>.
- สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ. (2554). *การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). *สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏ.
- Gray Cargill. (2009). *What is solo travel?*. Retrieved from <https://solofriendly.com/whatis-solo-travel/>
- Janice. (2011). *Solo Travel Means*. Retrieved from <https://solotravelerworld.com/solotravel-means/>.
- Maslow. (2014). *Motivation and Personality*. New York: Harpers and Row.
- Millet. (1954). *Management in the Public Service. The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill Book.
- W.G. Cochran. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons.



ภาคผนวก

**BANGKOK  
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY





ภาคผนวก ก

ประเด็นคำถามชุดที่ 1 คำถามสำหรับผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแลด้านการจัดการการ  
ท่องเที่ยวของประเทศไทย

BANGKOK  
UNIVERSITY  
THE CREATIVE UNIVERSITY

## ประเด็นคำถาม

### ชุดที่ 1 คำถามสำหรับผู้บริหารหรือบุคลากรของหน่วยงานที่ดูแล ด้านการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล
  - 1.1 ชื่อ - สกุล.....
  - 1.2 ตำแหน่ง.....
  - 1.3 ระดับการศึกษา.....
  - 1.4 หน้าที่รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย  
.....  
.....
  
2. นโยบายการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยว โดยลำพัง (Solo Travel) ในปัจจุบันเป็นอย่างไร
  - 2.1 ด้านสถานที่และการบริการ
  - 2.2 ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก
  - 2.3 ด้านการบริหารจัดการ
  - 2.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
  - 2.5 ด้านบุคลากรที่ให้บริการ
  
3. ศักยภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ในปัจจุบันเป็นอย่างไรและมีแนวทางในการพัฒนา ศักยภาพในแต่ละด้านอย่างไรบ้าง
  
4. ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) มีอะไรบ้างและมีแนวทางการแก้ไขอย่างไร



ภาคผนวก ข

ประเด็นคำถามชุดที่ 2 คำถามสำหรับนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและบริการ

**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

## ประเด็นคำถาม

### ชุดที่ 2 คำถามสำหรับนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและบริการ

1. ข้อมูลส่วนตัว
  - 1.1 ชื่อ – สกุล.....
  - 1.2 ตำแหน่ง.....
  - 1.3 ระดับการศึกษา.....
  - 1.4 ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน.....
2. ท่านคิดว่า มีปัจจัยใดบ้างที่จะสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มากขึ้น
3. ท่านคิดว่า หากต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทยในด้านต่าง ๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง
  - 3.1 ด้านสถานที่และบริการ ควรมีการพัฒนาอย่างไร
  - 3.2 ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการพัฒนาอย่างไร
  - 3.3 ด้านการบริหารจัดการ ควรมีการพัฒนาอย่างไร
  - 3.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาอย่างไร
  - 3.5 ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ควรมีการพัฒนาอย่างไร
4. ในมุมมองของท่าน หากท่านเป็นผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการวางแผนการจัดการ ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ท่านจะมีนโยบายในการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างไรบ้าง



ภาคผนวก ค

ประเด็นคำถามชุดที่ 3 คำถามสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพังที่เป็นนักวิจารณ์  
ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber)

**BANGKOK**  
**UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

## ประเด็นคำถาม

### ชุดที่ 3 คำถามสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพังที่เป็นนักวิจารณ์ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ (Blogger & Youtuber)

#### 1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล

1.1 ชื่อ – สกุล .....

1.2 อายุ.....ปี

1.3 อาชีพ.....

1.4 ระดับการศึกษา.....

1.5 สื่อหรือช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2. ท่านคิดว่าประเทศไทย มีจุดแข็งอะไรที่สามารถนำไปพัฒนาให้กลายเป็นตัวดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) เดินทางมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3. ในฐานะที่ท่านเป็นอีกผู้หนึ่งที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ท่านคิดว่าหากต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง

3.1 ด้านสถานที่และการบริการ ควรมีการพัฒนาอย่างไร

3.2 ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการพัฒนาอย่างไร

3.3 ด้านการบริหารจัดการ ควรมีการพัฒนาอย่างไร

3.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาอย่างไร

3.5 ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ควรมีการพัฒนาอย่างไร

4. ท่านคิดว่า ประเทศไทยควรมีการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างไร และใช้ช่องทางใดในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จึงจะสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยลำพัง (Solo Travel) ได้มากที่สุด

5. ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งล่าสุดที่ท่านพบและคิดว่าเป็นประเด็นปัญหาที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขโดยเร่งด่วนคืออะไร

6. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

## แบบสอบถาม

### เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

\*\*\*\*\*

#### คำชี้แจง

1. การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

2. คำตอบของท่านมีค่าต่อการวิจัยในครั้งนี้ การให้ข้อมูลที่ไม่ตรงกับความเป็นจริงจะนำไปสู่การสรุปผลที่ผิดพลาด ซึ่งทำให้ผลของการวิจัยครั้งนี้ไม่เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการใช้ข้อมูล นักศึกษา หรือนักวิจัยที่มีความสนใจที่จะศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอให้ท่านให้ข้อมูลตามความเป็นจริง โดยคำตอบของท่านจะไม่มีผลเสียหายใดๆ ต่อตัวท่าน และผู้วิจัยไม่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข้อมูลเป็นรายบุคคล แต่จะทำการประมวลผลเป็นภาพรวมเพื่อใช้ประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

3. เนื้อหาสาระในแบบสอบถามนี้ ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4. วิธีการตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 และ 2 ขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนเครื่องหมาย

✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ และส่วนที่ 3 ถึง 4 ขอให้ผู้ตอบ

แบบสอบถามเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน โดยมีมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ คือ 5 4 3 2 1 ซึ่งมีความหมายดังนี้

5 = มากที่สุด / 4 = มาก / 3 = ปานกลาง / 2 = น้อย / 1 = น้อยที่สุด

### ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

**คำชี้แจง** กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลภูมิหลังของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. เพศ

ชาย  หญิง

ทางเลือก (LGBTQ)

2. อายุ

อายุต่ำกว่า 20 ปี

20 – 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

51 – 60 ปี

มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่าร้าง / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

สูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัท

ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

รับจ้างอิสระ

อื่น ๆ .....

6. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 15,000 บาท = (478 USD)

15,000 บาท – 30,000 บาท = (478 – 957 USD)

30,001 บาท – 45,000 บาท = (957 – 1,434 USD)

45,001 บาท – 60,000 บาท = (1,434 – 1,912 USD)

มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป = (1,912 USD)

7. ภูมิลำเนา / ประเทศต้นทาง (โปรดระบุ)

.....

.....

.....



ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

**คำชี้แจง** กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลภูมิหลังของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. ระยะเวลาทั้งหมดในการท่องเที่ยว
 

<input type="checkbox"/> 1 – 5 วัน	<input type="checkbox"/> 6 – 10 วัน
<input type="checkbox"/> 11 – 15 วัน	<input type="checkbox"/> 15 – 20 วัน
<input type="checkbox"/> มากกว่า 20 วันขึ้นไป	
2. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท = (319 USD)
<input type="checkbox"/> 10,000 – 20,000 บาท = (319 – 637 USD)
<input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท = (637 – 956 USD)
<input type="checkbox"/> 30,001 – 40,000 บาท = (956 – 1,273 USD)
<input type="checkbox"/> 40,001 – 50,000 บาท = (1,273 – 1,594 USD)
<input type="checkbox"/> มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป = (1,594 USD)
3. แหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวโดยลำพังในประเทศไทย
 

<input type="checkbox"/> แอปพลิเคชัน	<input type="checkbox"/> นิตยสาร / วารสาร
<input type="checkbox"/> เว็บไซต์	<input type="checkbox"/> เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์	<input type="checkbox"/> การสื่อสารแบบปากต่อปาก
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....	
4. ท่านต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ท่านในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังให้อยู่ในช่องทางใดบ้าง
 

<input type="checkbox"/> แอปพลิเคชัน	<input type="checkbox"/> นิตยสาร / วารสาร
<input type="checkbox"/> เว็บไซต์	<input type="checkbox"/> เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์	<input type="checkbox"/> คู่มือ / แผ่นพับ
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....	
5. แนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต
 

<input type="checkbox"/> มาท่องเที่ยวอีกแน่นอน	<input type="checkbox"/> ไม่มาท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว  
กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel)

ข้อชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความคาดหวัง				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
<b>1. ด้านสถานที่และการบริการ</b>					
1.1 ความคาดหวังต่อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
1.2 ความคาดหวังต่อความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
1.3 ความคาดหวังต่อการเข้าถึงและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
1.4 ความคาดหวังต่อการจัดสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
<b>2. ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
2.1 ความคาดหวังต่อความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
2.2 ความคาดหวังต่อมาตรการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
2.3 ความคาดหวังต่อการให้บริการข้อมูลสารสนเทศที่ทันสมัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
2.4 ความคาดหวังต่อร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
2.5 ความคาดหวังต่อห้องน้ำสาธารณะ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
2.6 ความคาดหวังต่อสถานที่พักผ่อน มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5

ท่านมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับ ความคาดหวัง				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
<b>3. ด้านการบริหารจัดการ</b>					
3.1 ความคาดหวังต่อราคาสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
3.2 ความคาดหวังต่อความพร้อมในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
3.3 ความคาดหวังต่อกิจกรรมการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
3.4 ความคาดหวังต่อมาตรฐานของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
<b>4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
4.1 ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวที่มีความสนุกสนาน ตื่นเต้นท้าทายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
4.2 ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว ที่ได้สัมผัสธรรมชาติและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เอกอัครราชทูตวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมอย่างใกล้ชิดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
4.3 ความคาดหวังต่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
4.4 ความคาดหวังต่อการได้รับประสบการณ์ เพื่อพัฒนาร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตวิญญาณ จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
<b>5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ</b>					
5.1 ความคาดหวังต่อความสุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
5.2 ความคาดหวังต่อความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
5.3 ความคาดหวังต่อความเอาใจใส่ในหน้าที่ของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5

ท่านมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับ ความคาดหวัง				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
5.4 ความคาดหวังต่อจำนวนผู้ให้บริการอย่างเพียงพอของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo Travel) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

**ข้อชี้แจง:** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับ ความพึงพอใจ				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
<b>1. ด้านสถานที่และการบริการ</b>					
1.1 ความพึงพอใจต่อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
1.2 ความพึงพอใจต่อความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
1.3 ความพึงพอใจต่อการเข้าถึงและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
1.4 ความพึงพอใจต่อการจัดสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
<b>2. ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
2.1 ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
2.2 ความพึงพอใจต่อมาตรการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
2.3 ความพึงพอใจต่อการให้บริการข้อมูลสารสนเทศที่ทันสมัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5

ท่านมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
2.4 ความพึงพอใจต่อร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
2.5 ความพึงพอใจต่อสถานที่พักผ่อน มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
2.6 ความพึงพอใจต่อห้องน้ำสาธารณะ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
<b>3. ด้านการบริหารจัดการ</b>					
3.1 ความพึงพอใจต่อราคาสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
3.2 ความพึงพอใจต่อความพร้อมในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
3.3 ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
3.4 ความพึงพอใจต่อมาตรฐานของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
<b>4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
4.1 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่มีความสนุกสนาน ตื่นเต้น ทำทายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
4.2 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่ท่านได้สัมผัส ธรรมชาติ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมอย่างใกล้ชิดของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
4.3 ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5

ท่านมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
4.4 ความพึงพอใจต่อการได้รับประสบการณ์ เพื่อพัฒนาร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตวิญญาณ จากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
<b>5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ</b>					
5.1 ความพึงพอใจต่อความสุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
5.2 ความพึงพอใจต่อความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
5.3 ความพึงพอใจต่อความเอาใจใส่ในหน้าที่ของผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5
5.4 ความพึงพอใจต่อจำนวนผู้ให้บริการอย่างเพียงพอของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	1	2	3	4	5

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

## Survey of Thailand Tourism Development Guideline for Solo Travelers

\*\*\*\*\*

### Explanation

1. This study aims to examine tourism behavior, expectation and satisfaction of solo-traveling tourists visiting Thailand, and propose a tourism development guideline to accommodate solo-traveling tourists.

2. Your answer is valuable for this study, and provision of inaccurate information would lead to erroneous conclusion, invalidating the result of this work that would otherwise be useful for the researcher, student or any other relevant party that is interested in this study. Therefore, the researcher would like to ask you to fill in accurate information. Your reply shall not in any way has detrimental effect on you. The researcher shall not present the information in a personalized manner, but process the information as an overall image for the purpose of this research only.

3. Content of this survey form consists of four parts

- Part 1: Survey of personal information
- Part 2: Survey of behavior of solo-traveling tourists.
- Part 3: Survey of expectation regarding tourism in Thailand.
- Part 4: Survey of satisfaction towards tourism in Thailand.

4. In the first and second part, the respondent should select only one answer that corresponds to your information. In the third and fourth part, the respondent should select the level in the Likert scale-question that is closest to your opinion. There are five levels from 5 to 1:

5 = Highest / 4 = High / 3 = Moderate / 2 = Low / 1 = Lowest

## Part 1: Survey of personal information

**Explanation** Please select only one that is closest to your background.

### 1. Gender

Male  Female

Sexuality (LGBTQ)

### 2. Age

Under 20 Years  20 – 30 Years

31 – 40 Years  41 – 50 Years

51 – 60 Years  Older Than 60 Years

### 3. Marital Status

Single  Married

Divorced / Separated

### 4. Highest Completed Education

Under bachelor's degree  bachelor's degree

master's degree  Older Than master's degree

### 5. Profession

Student / Collegian  Government Official / State Enterprises

Employment  Business Owners / Merchant

Freelance  Other .....

### 6. Monthly Income

Under 478 USD

478 – 957 USD

957 – 1,434 USD

1,434 – 1,912 USD

Older Than 1,912 USD

### 7. Domicile / Country of Origin (Please specify)

.....



## Part 2: Survey of behavior of solo-traveling tourists

**Explanation** Please select only one that is closest to your background.

### 1. Duration of visit

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 – 5 Days         | <input type="checkbox"/> 6 – 10 Days  |
| <input type="checkbox"/> 11 – 15 Days       | <input type="checkbox"/> 15 – 20 Days |
| <input type="checkbox"/> Older Than 20 Days |                                       |

### 2. Estimated expense

- Under 319 USD
- 319 – 637 USD
- 637 – 956 USD
- 956 – 1,273 USD
- 1,273 – 1,594 USD
- Older Than 1,594 USD

### 3. Your source of information for solo travel to Thailand

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mobile Application           | <input type="checkbox"/> Magazine / Journal       |
| <input type="checkbox"/> Website                      | <input type="checkbox"/> Tourist Information Desk |
| <input type="checkbox"/> Social Media                 | <input type="checkbox"/> Word of Mouth            |
| <input type="checkbox"/> Other (Please specify) ..... |   |

### 4. The channel you, as a solo tourist, want the tourism authorities to provide information through.

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mobile Application           | <input type="checkbox"/> Magazine / Journal       |
| <input type="checkbox"/> Website                      | <input type="checkbox"/> Tourist Information Desk |
| <input type="checkbox"/> Social Media                 | <input type="checkbox"/> Word of Mouth            |
| <input type="checkbox"/> Other (Please specify) ..... |   |

### 5. Probability of future visit.

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> We will come visit again     | <input type="checkbox"/> We will not come |
| <input type="checkbox"/> We are not sure              |   |
| <input type="checkbox"/> Other (Please specify) ..... |   |

### Part 3: Survey of expectation regarding tourism in Thailand

**Explanation** Please choose the number corresponding to the degree of your opinion.

What are your expectations for traveling to Thailand in the following?	Levels for Expectation				
	Lowest	Low	Moderate	High	Highest
<b>1. Location and service</b>					
1.1 Expectation towards beauty of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
1.2 Expectation towards cleanliness of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
1.3 Expectation towards accessibility and convenience of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
1.4 Expectation towards environmental management of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
<b>2. Safety and facility</b>					
2.1 Expectation towards safety of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
2.2 Expectation towards security measures of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
2.3 Expectation towards information service of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
2.4 Expectation towards food provision (namely cleanliness and quantitative adequacy) of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5

What are your expectations for traveling to Thailand in the following?	Levels for Expectation				
	Lowest	Low	Moderate	High	Highest
2.5 Expectation towards public restroom (namely cleanliness and quantitative adequacy) of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
2.6 Expectation towards accommodation (namely cleanliness and quantitative adequacy) of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
<b>3. Management</b>					
3.1 Expectation towards price of products and services available in tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
3.2 Expectation towards service readiness of tourist service centers in Thailand.	1	2	3	4	5
3.3 Expectation towards promotional activities of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
3.4 Expectation towards management standards of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
<b>4. Tourism activities</b>					
4.1 Expectation towards exciting, challenging experience from tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5

What are your expectations for traveling to Thailand in the following?	Levels for Expectation				
	Lowest	Low	Moderate	High	Highest
4.2 Expectation towards exposure to cultural identity, architecture, lifestyle and atmosphere of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
4.3 Expectation towards new, unseen experience from tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
4.4 Expectation towards experience for physical, emotional, social, intellectual and spiritual development from tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
<b>5. Staff</b>					
5.1 Expectation towards mannerism of service providers of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
5.2 Expectation towards knowledge and proficiency of service providers of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
5.3 Expectation towards care and attention of service providers of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
5.4 Expectation towards the quantitative adequacy of service providers in tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5

**Part: 4 Survey of satisfaction regarding tourism in Thailand.**

**Explanation** Please choose the number corresponding to the degree of your opinion.

What are your satisfaction for traveling to Thailand in the following?	Levels for Satisfaction				
	Lowest	Low	Moderate	High	Highest
<b>1. Location and service</b>					
1.1 Satisfaction towards beauty of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
1.2 Satisfaction towards cleanliness of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
1.3 Satisfaction towards accessibility and convenience of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
1.4 Satisfaction towards environmental management of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
<b>2. Safety and facility</b>					
2.1 Satisfaction towards safety of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
2.2 Satisfaction towards security measures of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
2.3 Satisfaction towards information service of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
2.4 Satisfaction towards food provision (namely cleanliness and	1	2	3	4	5

What are your satisfaction for traveling to Thailand in the following?	Levels for Satisfaction				
	Lowest	Low	Moderate	High	Highest
quantitative adequacy) of tourist attractions in Thailand.					
2.5 Satisfaction towards accommodation (namely cleanliness and quantitative adequacy) of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
2.6 Satisfaction towards public restroom (namely cleanliness and quantitative adequacy) of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
<b>3. Management</b>					
3.1 Satisfaction towards price of products and services available in tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
3.2 Satisfaction towards service readiness of tourist service centers in Thailand.	1	2	3	4	5
3.3 Satisfaction towards promotional activities of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
3.4 Satisfaction towards management standards of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5

What are your satisfaction for traveling to Thailand in the following?	Levels for Satisfaction				
	Lowest	Low	Moderate	High	Highest
<b>4. Tourism activities</b>					
4.1 Satisfaction towards exciting, challenging experience from tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
4.2 Satisfaction towards exposure to cultural identity, architecture, lifestyle and atmosphere of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
4.3 Satisfaction towards new, unseen experience from tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
4.4 Satisfaction towards experience for physical, emotional, social, intellectual and spiritual development from tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
<b>5. Staff</b>					
5.1 Satisfaction towards mannerism of service providers of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
5.2 Satisfaction towards knowledge and proficiency of service providers of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5
5.3 Satisfaction towards care and attention of service providers of tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5

What are your satisfaction for traveling to Thailand in the following?	Levels for Satisfaction				
	Lowest	Low	Moderate	High	Highest
5.4 Satisfaction towards the quantitative adequacy of service providers in tourist attractions in Thailand.	1	2	3	4	5

More suggestion

.....

.....

Thank you for your cooperation in answering the survey.

**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY



**ประวัติเจ้าของผลงาน**

ชื่อ – นามสกุล	นายอรรถกฤต จันทร
อีเมล	actdexcha@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ศศ.บ. (การจัดการโรงแรมและธุรกิจที่พัก) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ประสบการณ์ทำงาน	( 17 กรกฎาคม 2566 - ปัจจุบัน ) ครูผู้ช่วย ประจำแผนกวิชาการโรงแรม วิทยาลัยเทคนิคบางแสน ( 1 มิถุนายน 2559 – 16 กรกฎาคม 2566 ) เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม และธุรกิจที่พัก วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY