ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

THE DECISION MAKING FOR TOURISM IN THAILAND BY FOREIGNER TOURISTS

- สกุล จริยาแจ่มสิทธิ์
  อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
  SAKUL JARIYACHAMSIT
  Lecturer in Tourism Management International College Suan Sunandha Rajabhat University
  E-mail : sakul.ja@ssru.ac.th
- ประสพชัย พสุนนท์
  รองศาสตราจารย์ ดร.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
  Prasopchai Pasunon
  Associate Professor, Dr. of Faculty of Management Science, Silapakorn University
  E-mail : prasobchai@ms.su.ac.th

Abstract

The purposes of this study 1) to study the decision making for tourism style in Thailand by foreigner tourist 2) to study foreigner tourist behavior to make decision to travel in Thailand 3) to study decision making foreigner tourist style in tourism in Thailand. Foreigner tourist is 400 samples to use in this research by employing Taro Yamane formula (Taro Yamane) at a confidence level of 95% at the significant level of 0.05 and analyze the data by frequency, percentage, mean and standard deviation. The statistics used to analyze the frequency, percentage, mean and standard deviation. For testing hypotheses were analyzed with the Statistical Multiple Regression to test the correlation at the significance level of 0.01

The result showed that the majority of the foreign tourists travel was females, age between 21-30 years old that from Europe, graduated, their annual income was 20,000 baht for first time travel to Thailand and their main reason for traveling and leisure. Most of them come with family and couples and select to stay in hotel or resort.

The hypothesis testing could provide a prediction of tourists' decision making to visit Thailand at R^2= 0.449, with an estimated equation for decision making to visit Thailand of 1.195 (constant) + 0.425 for tourist attractions + 0.217 for information received. Moreover, the

factors of transportation, tourist attractions, information, staff and tourist facilities were found to have a correlation with tourists' decision making to visit Thailand at a level of significance of 0.01.

Keywords : Factors, Decision Making, Foreign Tourists, Travelling style, Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประชากรในงานวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบค่าความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็นส่วนมาก อายุระหว่าง 21 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

จากการทดสอบสมมุติฐาน สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยร่วมกันที่ R^2= 0.449 โดยมีสมการพยากรณ์ คือ การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย = 1.195 (ค่าคงที่) +0.425 (ด้านสถานที่ท่องเที่ยว) +0.217 (ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ)และ ปัจจัยด้านคมนาคมด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านข้อมูลข่าวสารด้านบุคลากรและด้านสาธารณูปโภค มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีอิทธิพล การตัดสินใจ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การท่องเที่ยวในประเทศไทย

ที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมากเนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันและการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด แม้ในบางปีอาจจะไม่ได้เป็นอันดับหนึ่งแต่ก็อยู่ในอันดับต้นๆดังเช่นในปี พ.ศ. 2544 รายได้จากการท่องเที่ยวทำรายได้เป็นอันดับสองรองจากรายได้การส่งออกคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน ในปี พ.ศ.2557 เพียง 5 เดือนแรกของปี มีรายได้เข้า

ประเทศจากการท่องเที่ยวมากถึง 75,993.99 ล้านบาท (วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ, 2558) และเป็นที่เชื่อกันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญยิ่งการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศแล้วยังช่วยสร้างงานสร้างอาชีพอีกหลายแขนงก่อให้เกิดการกระจายงานกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ นับเป็นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศชาตินอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียดพร้อม ๆ กับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่นจึงเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและการเมือง

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวและมีคุณค่าทั้งทางด้านธรรมชาติและทางด้านวัฒนธรรมอีกทั้งความมีมิตรไมตรีของคนไทยล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมาก (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 5) ซึ่งจากสถิติที่ผ่านมาประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทุกภูมิภาคทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากโดยในปี พ.ศ. 2556 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 26,735,583 คน ขยายตัวร้อยละ 19.60 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2555 ที่ผ่านมา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2556) นับว่าตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งเพราะว่าสามารถทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากและเป็นตลาดที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2556 มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงมกราคม – กันยายนที่ขยายตัวถึงร้อยละ 23 ถึงแม้ว่าในบางปีจะมีการจะชะลอตัวบ้างแต่ก็มีการชะลอตัวเพียงเล็กน้อยอย่างเช่นปี พ. ศ. 2548 แม้ว่าประเทศไทยได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย สร้างความเสียหายให้แก่การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แต่ก็ไม่ส่งผลกระทบมากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เปลี่ยนการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางอื่นในประเทศแทน จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีปัจจัยสนับสนุนให้ตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย และแม้ว่าจุดหมายปลายทางแรกจะเกิดอุปสรรคให้ไม่สามารถเดินทางไปได้ ก็เลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อไป

ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเห็นควรที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดและพัฒนากลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปต่างๆให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ขอบเขตการวิจัย

จากกรอบแนวคิดเรื่องอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางโดยนักท่องเที่ยวต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่กำหนด ณ เวลานั้น ๆ ปริมาณสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว(ฉลองศรีพิมลสมพงศ์, 2550: 1)

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เองที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและสามารถติดต่อสื่อสารภาษาอังกฤษได้

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ณ บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 และสามารถเข้าใจภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารเพื่อตอบแบบสอบถามการวิจัยได้ โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ตารางสำเร็จของ Krejcie and Morgan (ทองใบ สุดชารี 2551: 129) จำนวน 384 ตัวอย่าง เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและสามารถติดต่อสื่อสารภาษาอังกฤษได้

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 และสามารถเข้าใจภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารเพื่อตอบแบบสอบถามการวิจัยได้โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีที่ไม่อาศัยความน่าจะเป็นและใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ณ ท่าอากาศยานสนามบินสุวรรณภูมิ

ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบค่าความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ผลการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า

ด้านเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 เพศชาย 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 และเพศทางเลือก 3 คนคิดเป็นร้อยละ 0.75

ด้านอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่จะมีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมา คือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และอายุ 41 – 50 ปีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ด้านการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาเป็นการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาและปวช จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

ด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมามีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และรายได้ 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ด้านทวีป พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเหนือ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และเป็นนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

2. การตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย มีระดับการตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สามารถเรียงระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวประเทศไทยได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวประเทศไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ปัจจัยด้าน คมนาคม	3.49	.58	ปานกลาง
ปัจจัยด้าน สถานที่ท่องเที่ยว	3.46	.63	ปานกลาง
ปัจจัยด้าน ข้อมูลข่าวสาร	3.42	.65	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค	3.39	.52	ปานกลาง
ปัจจัยด้าน บุคลากร	3.34	.63	ปานกลาง
การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.41	.58	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวประเทศไทย โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปในเชิงบวก คือเห็นด้วยปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42 และค่าเฉลี่ยในแต่ละด้านอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลางทั้งหมด โดยด้านการคมนาคมมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.49 รองลงมาคือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระและระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6
การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย	-	.71**	.51**	.65**	.56**	.59**
ปัจจัยด้าน คมนาคม		-	.65**	.73**	.51**	.61**
ปัจจัยด้าน สถานที่ท่องเที่ยว			-	53**	.71**	.73**
ปัจจัยด้าน ข้อมูลข่าวสาร				-	.65**	.51**
ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค					-	.65**
ปัจจัยด้าน บุคลากร						-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สรุปว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ด้านข้อมูลข่าวสารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ด้านสาธารณูปโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39และการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ตามลำดับ แล้วทำการวิเคราะห์ต่อถึง ค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ในระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ และระหว่างตัวแปรอิสระด้วยดัน ดังตารางที่ 2 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า มีตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่สูงเกินกว่า.80 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ว่าไม่เกิดปัญหาของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน (Multicollinearity) (Field 2000 : 132) สรุปว่า การคัดสรรตัวแปรอิสระได้อย่างเหมาะสมและมั่นใจได้ว่าไม่เกิดปัญหาของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณเมื่อให้ตัวแปรอิสระด้านคมนาคมด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านข้อมูลข่าวสารด้านบุคลากรและด้านสาธารณูปโภค เป็นตัวพยากรณ์ และการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นตัวแปรตามโดยใช้เทคนิคแบบ "Stepwise" (n=400)

ตัวแปร	b	β	t	p
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	.425	.469	8.290	.000
ด้านข้อมูลข่าวสาร	.217	.247	4.369	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ค่าคงที่ = 1.195
R = .670
R^2 = .449
Adjust R^2 = .446
Sig F = .000**

จากตารางที่ 3 พบว่า การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้เทคนิคแบบ "Stepwise" เพื่อการพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้วยตัวแปรอิสระ 5 ตัว คือ ด้านคมนาคมด้านสถานที่ท่องเที่ยวด้านข้อมูลข่าวสารด้านบุคลากรและด้านสาธารณูปโภค และตัวแปรตามเป็น การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ตัวแปรอิสระ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและ ด้านข้อมูลข่าวสาร สามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ร้อยละ 44.6 (Adjust R^2 = .446) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณเท่ากับ .670 ทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้ตัวแปรอิสระด้านคมนาคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยวด้านข้อมูลข่าวสารด้านบุคลากรและด้านสาธารณูปโภค เป็นตัวพยากรณ์ และการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นตัวแปรตาม โดยใช้เทคนิคแบบ "Stepwise" ดังตารางที่ 3และเมื่อนำตัวแปรทั้งสองตัวที่สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย มาเขียนสมการได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

Y = 1.195 +0.425 (ด้านสถานที่ท่องเที่ยว)
+0.217 (ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ)

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน

Z = 0.469 (ด้านสถานที่ท่องเที่ยว) + 0.247 (ด้านข้อมูลข่าวสาร)

จากการวิเคราะห์ด้วยวิธีการ "Stepwise" จะเห็นว่าตัวแปรอิสระเข้าสู่สมการถดถอยเพียง 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวและปัจจัยทางด้านข้อมูลข่าวสารซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย และสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย และสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ร้อยละ 44.9

การทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านคมนาคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านบุคลากรและด้านสาธารณูปโภค มีอิทธิพลกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ของการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านคมนาคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านบุคลากรและด้านสาธารณูปโภค มีความอิทธิพลกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านคมนาคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านบุคลากรและด้านสาธารณูปโภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณและค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย จากตัวแปรอิสระ 5 ตัว คือ ปัจจัยด้านคมนาคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยวด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านบุคลากรและด้านสาธารณูปโภค โดยมีตัวแปรตามคือการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวและปัจจัยทางด้านข้อมูลข่าวสารซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย และสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย และสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ร้อยละ 44.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .670

ข้อเสนอแนะ

1. ในการรณรงค์เรื่องการท่องเที่ยวของประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวและข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้นผู้ที่จะทำวิจัยในครั้งต่อไปควรจะทำการศึกษาให้ลึกซึ้งเป็นรายจังหวัดจะทำให้ได้ข้อมูลและเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). **การใช้ spss for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสารจำกัด

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ทองใบ สุดชารี. (2546). **การวิจัยทางธุรกิจ.** ม.ป.ท.:ม.ป.พ.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ดีไซน์.

ราณี อมรินทรรัตน์.(2543). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ คณะศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ.(2558). การพัฒนาและการปรับตัวของการท่องเที่ยวไทย ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. วารสารร่มพฤกษ์,** 33(1),60-61.

สิรินาถ ตันตราพล.(2546). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกและความพึงพอใจในการใช้โรงแรมแห่งหนึ่งในเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์บัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุธาสินี คำสำราญ.(2551). **การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย**.วิทยานิพนธ์ ปริญญา เศรษฐศาสตร์ธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2550). **โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)**.การตลาด, ม.ป.ท.:ม.ป.พ.

สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2553). **นักท่องเที่ยว (Tourist).**บริหารธุรกิจ,ม.ป.ท. : ม.ป.พ.

หทัยรัตย์ ทองเรือง. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.**วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

อาทิตย์ พิรัชยะนันท์. (2546). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต.** การค้นคว้าแบบอิสระ .เศรษฐศาสตร์บัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาณัฐ ภัทรธรรมาภรณ์. (2551). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ**.การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์บัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Cooper Donald R. (2002). **Business Research methods.6th ed**. New Delhi : Tata McGraw-Hill publishing company Limited.

Fawzy, Ahmed. (2010). **Travelers' Accommodation Selection: A comparative study of two international hotels in Cairo**. International Journal of Hospitality & Tourism Administration ; Vol.11, Issue 2, 138-156.

Field, A. (2000). **Discovering Statistics using SPSS for Windows**. London – Thousand Oaks – New Delhi : Sage publications.

Jiani Jiang and Miao Zhao. (2010). **The determinants of consumers' Satisfaction with hotel in China**. Proceedings for the Northeast Region Decision Sciences Institute(NEDSI); 2010, 33-38.

Kasavana, Brooks. (1995). **Front Office**. (4th). USA: The educational Institute of the American hotel& Motel Association.



นายสกุล จริยาแจ่มสิทธิ์ วุฒิการศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศิลปากร และ Le Master ECONOMIE ET MANAGEMENT dans le MANAGEMENT Du TOURISME Universite de Perpignan ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



รองศาสตราจารย์ ดร. ประสพชัย พสุนนท์ วุฒิการศึกษาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร