

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถแสดงขั้นตอนการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- 3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.2 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้างนี้จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

3.1.1 สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบัน

การวิเคราะห์ในส่วนนี้จะเป็นการรวบรวมข้อมูลทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

3.1.2 ลักษณะทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยกับพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

เป็นการแสดงผลข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศจำนวน 300 คน โดยจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะต่างๆของนักท่องเที่ยวได้แก่ ภูมิลำเนา เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ความสนใจ ผู้ร่วมเดินทาง และสื่อที่ได้รับ กับพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ในรูปของตาราง Cross Tab

3.1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยอาศัยจากการสอบถามนักท่องเที่ยวว่าในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าไปท่องเที่ยวนั้นเขามีความประทับใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดมากที่สุด ซึ่งเป็นการสอบถามภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวแล้ว จากนั้นจะนำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เลือกแล้ว



ว่ามีความประทับใจมากที่สุดมาวิเคราะห์โดยใช้ **แบบจำลอง Multinomial Logit**²⁰ เพื่อทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการปัจจัยกำหนดพฤติกรรมทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยจะทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุด(Maximum Likelihood Estimation)²¹ ซึ่งจะทำให้ได้ผลออกมาในรูปของความน่าจะเป็นในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ โดยสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

แบบจำลองที่ใช้ในการประมาณค่า

แบบจำลองที่ทำการศึกษามีลักษณะเป็นสมการพฤติกรรม(Behaviour Equation) ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความน่าจะเป็นของโอกาสที่ผู้บริโภคจะเลือกทางเลือกต่างๆ กับปัจจัยที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์ ซึ่งแบบจำลองที่ได้จะอาศัยแนวคิด Maximize Utility ในการพิจารณา ซึ่งสามารถอธิบายในรูปสมการได้ดังนี้

$$U_i = V_i + e_i \quad \text{.....(1)}$$

เมื่อ U_i = Utility ที่ผู้ตัดสินใจจะได้รับจากการเลือกทางเลือกที่ i

V_i = Representative Utility หรือ Deterministic Utility ของทางเลือกที่ i

e_i = Random Utility ของทางเลือกที่ i

Representative Utility คือส่วนของตัวแปรที่สามารถทราบค่าที่แน่นอน ซึ่งค่าดังกล่าวจะได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ โดยจะอยู่ในรูปของสมการ $U = \sum_{k=1}^K B_k X_k$

Random Utility คือส่วนที่มีค่าไม่แน่นอน หรือค่าความคลาดเคลื่อนของค่า Utility ซึ่งเกิดจากส่วนของตัวแปรบางตัวที่ผู้ศึกษาไม่ได้คำนึงถึง แต่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ หรือเกิดจากความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล รวมทั้งความบกพร่องของเครื่องมือที่นำมาใช้ในการศึกษา

²⁰ เป็นแบบจำลองที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยมักนำมาใช้เมื่อตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มที่มีค่ามากกว่า 2 ค่า ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน : กัลยา วาณิชย์บัญชา.การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 1 (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2544).

²¹ ดูรายละเอียดการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุด(Maximum Likelihood Estimation) ในภาคผนวก ข.

ในการตัดสินใจแต่ละครั้งถ้าสมมติให้ผู้ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ให้ค่าอรรถประโยชน์แก่เขาสูงสุด ผู้ตัดสินใจจะเลือกทางเลือกที่ i ก็ต่อเมื่อ Utility ของทางเลือกที่ i มีค่ามากกว่า Utility ของทางเลือกอื่นๆ โดยให้ j หมายถึงทางเลือกอื่น ๆ ที่มีให้เลือก โดยเขียนในรูปสมการได้ดังนี้

$$U_i \geq U_j$$

ซึ่งก็คือ $V_i + e_i \geq V_j + e_j$ (2)

เมื่อนำเอาทฤษฎีความน่าจะเป็นเข้ามาช่วยในการอธิบายถึงโอกาสที่ผู้ตัดสินใจจะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ i จะสามารถแสดงในรูปของสมการได้ดังนี้

$$P_n(i) = \text{Prob}[U_{in} \geq U_{jn}] \quad \text{.....(3)}$$

เมื่อ $P_n(i)$ คือความน่าจะเป็นที่ผู้ตัดสินใจคนที่ n จะเลือกทางเลือกที่ i

เนื่องจาก $U_{in} = V_{in} + e_{in}$
 $U_{jn} = V_{jn} + e_{jn}$ (4)

ดังนั้น $P_n(i) = \text{Prob}[V_{in} + e_{in} \geq V_{jn} + e_{jn}]$
 $= \text{Prob}[V_{in} - V_{jn} \geq e_{jn} - e_{in}]$ (5)

เราสามารถหาความน่าจะเป็นที่ $e_{jn} - e_{in}$ จะน้อยกว่า $V_{in} - V_{jn}$ ได้โดยการสมมติให้ค่าความคลาดเคลื่อนของทางเลือกต่างๆ มีกระจายแบบ Logistic Distribution คือค่าความคลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระต่อกัน โดยมีการกระจายแบบ Weibull (Independently and Identically Weibull Distribution) ซึ่งมี Cumulative Probability Function : CDF คือ

$$f(e) = \exp[-e^{-U(e-\eta)}]: U > 0$$

และมี Probability Density Function : PDF เป็น

$$f(e) = Ue^{-U(e-\eta)} \exp \left[-e^{-U(e-\eta)} \right]$$

เมื่อ η คือ a location parameter

U คือ a positive scale parameter

โดยมี Mode = η

Median = $\eta + \Upsilon / U$

Variance = $\pi^2 / \sigma U^2$

(Υ คือ Euler Constant มีค่าประมาณ 0.577)

จะได้สมการความน่าจะเป็น

$$P_n(i) = \text{Prob} [V_{in} - V_{jn} \geq e_{jn} - e_{in}]$$

$$= \frac{1}{1 + e^{U(V_{in} - V_{jn})}} \quad \dots\dots(6)$$

$$= \frac{e^{V_{in}}}{e^{UV_{in}} + e^{UV_{jn}}} \quad \dots\dots(7)$$

เพื่อความสะดวกในการเข้าใจ โดยทั่วไปจะกำหนดให้ $U=1$ โดยแบบจำลองที่ได้นี้จะเรียกว่า Binary Logit Model

สำหรับในกรณีของ Multinomial Logit Model ซึ่งเป็นแบบจำลองที่จะนำมาใช้ในงานศึกษา สมการจะมีรูปแบบดังนี้

$$P_n(i) = \frac{e^{V_{in}}}{\sum_{j=1}^J e^{V_{jn}}} \quad \dots\dots(8)$$

เมื่อ J_n คือ เซตของทางเลือกทั้งหมดที่มีให้คนที่ n เลือก

แบบจำลอง Multinomial Logit ข้างต้นสามารถอธิบายถึงความน่าจะเป็นในการเลือกทางเลือกได้ เพราะเป็นแบบจำลองประเภท Probabilistic Choice ซึ่งต่างจากแบบจำลองประเภท Deterministic (All or Nothing) ซึ่งอธิบายได้เพียงการเลือกและไม่เลือกเท่านั้น

และเนื่องจากแบบจำลอง Multinomial Logit พัฒนารูปร่างขึ้นจากแนวคิดอรรถประโยชน์(Utility) ซึ่งคุณสมบัติที่สำคัญของอรรถประโยชน์ คือเป็นค่าที่ไม่มีหน่วยและไม่มี ความหมายในตัวเอง แต่จะมีความหมายก็ต่อเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับค่าอรรถประโยชน์ของทางเลือกอื่น ซึ่งหมายความว่าค่าอรรถประโยชน์จะใช้ในการเปรียบเทียบเท่านั้น ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้แบบจำลอง Multinomial Logit ต้องมีลักษณะในรูปแบบของการเปรียบเทียบด้วย ประกอบกับคุณสมบัติ Independent from Irrelevant Alternatives Property ที่เกิดขึ้นจากการสมมติค่าความคลาดเคลื่อนของอรรถประโยชน์ของทางเลือกต่างๆให้มีการกระจายแบบ Weibull ที่เหมือนกันและเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งคุณสมบัติข้อนี้ของแบบจำลองจะทำให้ค่าอัตราส่วนของความน่าจะเป็นในการเลือกทางเลือก 2 ทางเลือกใดๆ ไม่ถูกกระทบกระเทือนจากค่า Representative Utility (V_j) ของทางเลือกอื่น ดังสมการ

$$\frac{P(i)}{P(j)} = \frac{\exp [V_i] / \sum \exp [V_j]}{\exp [V_j] / \sum \exp [V_j]} = \frac{\exp [V_i]}{\exp [V_j]} \quad \dots\dots(9)$$

ซึ่งแบบจำลองพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว สามารถเขียนในรูปทั่วไปได้ดังนี้(General Form)

$$\begin{aligned} Z_{ji} = \log \frac{P_{ji}}{P_{4i}} = & + b_{j1}Inc1_i + b_{j2}Inc2_i + b_{j3}Inc3_i + b_{j4}Inc4_i \\ & + b_{j5}Occ1_i + b_{j6}Occ2_i + b_{j7}Occ3_i + b_{j8}Occ4_i \\ & + b_{j9}Sex_i + b_{j10}Age_i + b_{j11}Edu + b_{j12}Zone_i \\ & + b_{j13}Int1_i + b_{j14}Int2_i + b_{j15}Int3_i \\ & + b_{j16}Source1_i + b_{j17}Source2_i + b_{j18}Source3 + b_{j19}Source4_i + b_{j20}Source5_i \\ & + b_{j21}Partner1_i + b_{j22}Partner2_i + b_{j23}Partner3_i \\ & + b_{j24}Time_i \quad \dots\dots(10) \end{aligned}$$

กำหนดให้ P_{ji} คือค่าความน่าจะเป็น (Probability) ของโอกาสที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศคนที่ i จะเลือกประทับใจแหล่งท่องเที่ยวที่ j โดยที่ $j = 1,2,3$ และ 4 และเนื่องจากแบบจำลอง Multinomial Logit ต้องมีลักษณะในรูปแบบของการเปรียบเทียบด้วย ดังนั้นสมการพฤติกรรมกรรมการเลือก

แหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทจะต้องเปรียบเทียบกับค่าความน่าจะเป็นในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภท $j=4$ ซึ่งกำหนดให้เป็นค่า Baseline Category

และเมื่อตรวจสอบแล้วว่าสมการที่ได้มีความถูกต้องเหมาะสมจะสามารถประมาณค่าความน่าจะเป็นในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ j ของนักท่องเที่ยวคนที่ i ได้

จากแบบจำลองข้างต้น สามารถอธิบายความหมายของตัวแปรต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

ตัวแปรตาม คือ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ประกอบด้วย 4 ทางเลือกโดยที่

$j = 1$ หมายถึง เลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

$j = 2$ หมายถึง เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

$j = 3$ หมายถึง เลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมชุมชน

$j = 4$ หมายถึง เลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ

ตัวแปรอิสระ คือ

รายได้(Inc _{i})	ภูมิลำเนา(Zone _{i})
การศึกษา(Edu _{i})	อายุ(Age _{i})
อาชีพ(Occ _{i})	ความสนใจ(Int _{i})
เพศ(Sex _{i})	สื่อข้อมูลข่าวสาร(Source _{i})
ลักษณะของผู้ร่วมเดินทาง(Partner _{i})	
จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทย(Time _{i})	

โดยได้ทำการคาดคะเนความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ และแสดงรายละเอียดของตัวแปรที่ คาดว่าจะมีต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

$$P_{j=1} = f(\text{Inc}_i, \text{Occ}_i, \text{Sex}_i, \text{Age}_i, \text{Zone}_i, \text{Edu}_i, \text{Int}_i, \text{Source}_i, \text{Group}_i, \text{Time}_i) \quad \dots\dots(11)$$

$$P_{j=2} = f(\text{Inc}_i, \text{Occ}_i, \text{Sex}_i, \text{Age}_i, \text{Zone}_i, \text{Edu}_i, \text{Int}_i, \text{Source}_i, \text{Group}_i, \text{Time}_i) \quad \dots\dots(12)$$

$$P_{j=3} = f(\text{Inc}_i, \text{Occ}_i, \text{Sex}_i, \text{Age}_i, \text{Zone}_i, \text{Edu}_i, \text{Int}_i, \text{Source}_i, \text{Group}_i, \text{Time}_i) \quad \dots\dots(13)$$

$$P_{j=4} = f(\text{Inc}_i, \text{Occ}_i, \text{Sex}_i, \text{Age}_i, \text{Zone}_i, \text{Edu}_i, \text{Int}_i, \text{Source}_i, \text{Group}_i, \text{Time}_i) \quad \dots\dots(14)$$

รายได้(Inc) เนื่องจากรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อการบริโภค โดยปกติถ้านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เพิ่มขึ้น ความต้องการที่จะท่องเที่ยวก็จะมากขึ้นด้วย ดังนั้นจึงคาดว่ารายได้น่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆในทิศทางบวก เพื่อให้เห็นความแตกต่างของนักท่องเที่ยวในแต่ละระดับรายได้ จะแบ่งรายได้ออกเป็น 5 ช่วง โดยกำหนดให้

Inc1	=	1 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯต่อปี
	=	0 อื่นๆ
Inc2	=	1 ถ้านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 เหรียญสหรัฐฯต่อปี
	=	0 อื่นๆ
Inc3	=	1 ถ้านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 เหรียญสหรัฐฯต่อปี
	=	0 อื่นๆ
Inc4	=	1 ถ้านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 เหรียญสหรัฐฯต่อปี
	=	0 อื่นๆ

กำหนดให้ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 เหรียญสหรัฐฯต่อปี เป็นกลุ่มอ้างอิง(มีค่าเท่ากับ 0) โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 เหรียญสหรัฐฯต่อปี จัดเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับต่ำ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 เหรียญสหรัฐฯต่อปี จัดเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับปานกลาง

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 เหรียญสหรัฐฯต่อปี จัดเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับสูง

อาชีพ(Occ) อาชีพเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เพราะแต่ละอาชีพย่อมมีลักษณะการทำงาน รวมถึงเวลาการทำงานที่แตกต่างกัน ซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อรูปแบบการพักผ่อน และรูปแบบการท่องเที่ยว ดังนั้นอาชีพน่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้เช่นกัน โดยคาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆได้ทั้งในทิศทางบวกและลบ โดยได้แบ่งอาชีพออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

Occ1	=	1 ถ้านักท่องเที่ยวมีอาชีพผู้จัดการ-บริหาร/ผู้เชี่ยวชาญ-เทคนิค/ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ/ทหาร เนื่องจากเป็นกลุ่มอาชีพที่มีรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวในระดับที่สูง ²²
	=	0 อื่นๆ

²²จूरินทร์ ขวเจริญ, "โครงสร้างนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ปี2541." จุลสารการท่องเที่ยว 18(มกราคม-มีนาคม 2541) : 4-54.

Occ2 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวเกษียณอายุ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ
= 0 อื่นๆ

Occ3 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวมีอาชีพแม่บ้าน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่แน่นอนแต่เป็นตลาด
ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของไทย²³
= 0 อื่นๆ

Occ4 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวมีอาชีพมีอาชีพพนักงาน-ลูกจ้าง เนื่องจากเป็นกลุ่มอาชีพที่มี
รายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวในระดับต่ำ²⁴
= 0 อื่นๆ

กำหนดให้นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา เป็นกลุ่มอ้างอิง

เพศ(Sex) เพศเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง นักท่องเที่ยวเพศชาย และเพศหญิงจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ปลอดภัยมากกว่ารูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำหายและเสี่ยงต่ออันตราย ดังนั้น เพศจึงน่าจะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆโดยคาดว่าน่าจะมีผลได้ทั้งในทิศทางบวกและลบ กำหนดให้

Sex = 1 ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย
= 0 ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง

อายุ(Age) อายุเป็นปัจจัยที่สามารถสะท้อนถึงข้อจำกัดทางร่างกาย ประสบการณ์ชีวิต และรูปแบบการท่องเที่ยวของเราได้ ยกตัวอย่างเช่น วัยรุ่นเป็นวัยที่พลุกกำลังแข็งแรง ต้องการความสนุกสนาน และต้องการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆที่เขาไม่เคยได้รับ จึงคาดว่านักท่องเที่ยวในวัยนี้น่าจะมีความเป็นไปได้ที่จะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมผจญภัยให้ร่วมทำ อย่างกิจกรรมเดินป่า ปีนเขา ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากขึ้นที่ไม่พร้อมในเรื่องความแข็งแรงของร่างกายน่าจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความผ่อนคลายได้มากกว่า อายุจึงน่าจะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

²³ประภาวดี เผ่าทองจีน, "แผนการท่องเที่ยวปี 2544." จุลสารการท่องเที่ยว 20(มกราคม-มีนาคม 2544) : 4-10.

²⁴จรัรัตน์ ขวเจริญ, "โครงสร้างนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ปี2541." จุลสารการท่องเที่ยว 18(มกราคม-มีนาคม 2541) : 4-54.

ภูมิภาค (Zone) ภูมิภาคเป็นตัวแทนของปัจจัยภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่ใช้ในการศึกษา โดยผู้ที่มีภูมิภาคแตกต่างกัน มักจะมีวัฒนธรรมและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันด้วย เช่น ชาวตะวันตกจะมีค่านิยมในการอนุรักษ์สิ่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และให้ความสำคัญกับการศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงคาดว่าแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทเมืองและชุมชนน่าจะสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกได้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ในการศึกษาได้แบ่งภูมิภาคของนักท่องเที่ยวเป็น 2 กลุ่มได้แก่

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออก ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิภาคอยู่ในประเทศ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มภูมิภาคยุโรปตะวันตก และโอเชียเนีย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิภาคอยู่ในประเทศ ฝรั่งเศส เยอรมนี สวีเดน สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย

โดยกำหนดให้

- Zone = 1 ถ้านักท่องเที่ยวมีภูมิภาคอยู่ในเอเชียตะวันออก
= 0 ถ้านักท่องเที่ยวมีภูมิภาคอยู่ในยุโรป และออสเตรเลีย

การศึกษา (Edu) การศึกษาส่งผลให้คนเรามีความรู้ความเข้าใจในสิ่งต่างๆมากขึ้น การได้รับรู้สิ่งต่างๆทำให้คนเรามีความต้องการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะมีผลต่อความต้องการในสินค้าและบริการในรูปแบบที่ต่างกันด้วย ผู้ได้รับการศึกษาสูงจึงน่าจะชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีเรื่องราวต่างๆให้ศึกษา มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆที่เน้นให้ความสนุกสนานและเพลิดเพลินเพียงอย่างเดียว ดังนั้นการศึกษาน่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้เช่นกัน กำหนดให้ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 กลุ่ม โดย

- Edu = 1 ถ้านักท่องเที่ยวจบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป
= 0 ถ้านักท่องเที่ยวจบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

ความสนใจ (Int) ความสนใจในบางเรื่องเป็นพิเศษนั้นส่งผลให้คนเรามีความต้องการที่จะแสวงหาความรู้ในเรื่องราวของสิ่งนั้น และมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆที่มีเรื่องราวของสิ่งที่เราสนใจ ดังนั้นความสนใจของนักท่องเที่ยวจึงน่าจะมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน โดยคาดว่านักท่องเที่ยวน่าจะมีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งที่เขาสนใจ ในการศึกษาได้แบ่งความสนใจของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม โดยกำหนดให้

- Int1 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวสนใจเรื่องประวัติศาสตร์/สถาปัตยกรรมโบราณ
 = 0 อื่นๆ
- Int2 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวสนใจเรื่องสังคม/ชุมชน/วัฒนธรรม
 = 0 อื่นๆ
- Int3 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวสนใจเรื่องธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม
 = 0 อื่นๆ

กำหนดให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเรื่องทันสมัย/สิ่งบันเทิง เป็นกลุ่มอ้างอิง

ลักษณะของผู้ร่วมเดินทาง(Partner) ลักษณะของผู้ร่วมเดินทางมีผลต่อความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความพอใจให้กับสมาชิกในกลุ่มที่ร่วมเดินทางได้มาก ย่อมมีผลให้นักท่องเที่ยวประทับใจแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่สร้างความพอใจให้กับสมาชิกในกลุ่ม แต่ลักษณะของผู้ร่วมเดินทางที่ต่างกันก็อาจประทับใจในสินค้าการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนั้นคาดว่าลักษณะของผู้ร่วมเดินทางน่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆได้ทั้งในทิศทางบวกและลบ โดยได้แบ่งลักษณะของผู้ร่วมเดินทางแบ่งเป็น 4 กลุ่ม โดยกำหนดให้

- Partner1 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ
 = 0 อื่นๆ
- Partner2 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมากับเพื่อน
 = 0 อื่นๆ
- Partner3 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมากับคู่รัก
 = 0 อื่นๆ

กำหนดให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพียงลำพังเป็นกลุ่มอ้างอิง

สื่อ(Source) ข้อมูลข่าวสารที่ผ่านมาจากแหล่งข้อมูลหรือสื่อต่างๆ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ มั่นใจหรือไม่มั่นใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆ ดังนั้นสื่อจึงมีความสำคัญในการเป็นผู้นำสารมายังนักท่องเที่ยว การศึกษาว่าสื่อประเภทใดมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้ทราบว่าเราควรให้ความสำคัญกับสื่อประเภทใดในการให้ข้อมูลข่าวสารด้านแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว โดยได้แบ่งสื่อออกเป็น 6 กลุ่ม ต่อไปนี้

- Source1 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ
 = 0 อื่นๆ

Source2	=	1 ถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	=	0 อื่นๆ
Source3	=	1 ถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว
	=	0 อื่นๆ
Source4	=	1 ถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากทางวิทยุ/โทรทัศน์
	=	0 อื่นๆ
Source5	=	1 ถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากหนังสือแนะนำเที่ยว/สิ่งพิมพ์ต่างๆ
	=	0 อื่นๆ

กำหนดให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและอื่นๆเป็นกลุ่มอ้างอิง

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย(Time) ถ้านักท่องเที่ยวมีโอกาสมาท่องเที่ยวประเทศไทยบ่อยขึ้น โอกาสที่เขาจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวย่อมมากขึ้นด้วย ซึ่งน่าจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยคาดว่าจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆในทิศทางบวก

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้ข้อมูลปฐมภูมิในการศึกษา ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยใช้แบบสอบถาม (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ก.) โดยข้อมูลที่ได้มาประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตัวเลขสถิติต่างๆ และเอกสารงานวิจัยที่จำเป็นในการศึกษาโดยรวบรวมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และผลงานทางวิชาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายในการศึกษาคั้งนี้คือนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางออกจากประเทศไทยทางอากาศผ่านท่าอากาศยานกรุงเทพ(ดอนเมือง) และสามารถเข้าใจภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสาร เพื่อตอบแบบสอบถามการวิจัยได้ สำหรับหลักเกณฑ์ในการเลือกนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่จะนำมาเป็นประชากรเป้าหมายในการศึกษาคั้งนี้ ผู้ศึกษาจะพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้ควบคู่กัน ได้แก่

- จำนวนนักท่องเที่ยวอิสระที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแยกตามภูมิลาเนา
- สัดสวนของนักท่องเที่ยวอิสระ(Non-GroupTourists)
- ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยในประเทศไทย(วัน)
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (เหรียญสหรัฐ)

เนื่องจากช่วงเวลาที่ทำกรเก็บข้อมูลเป็นช่วงเดือนพฤศจิกายน 2544 – เดือนมกราคม 2545 ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดปัญหาผู้ก่อการร้ายจากเหตุการณ์วินาศกรรมในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งแต่เดิมเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศลดลง ซึ่งทำให้มีความลำบากในการเก็บข้อมูล และในส่วนของประเทศอื่นๆที่อยู่ในภูมิภาคอเมริกา นั้น(แคนาดา บราซิล อาร์เจนตินา) พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวนน้อย ผู้ศึกษาจึงขอตัดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาจากการเป็นประชากรในการศึกษา

ในกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออก สัดสวนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง หรือนักท่องเที่ยวอิสระ(Non-Group Tour)มีเพียง 44.29%ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด(ดูจากตารางสถิตินักท่องเที่ยวในภาคผนวก จ.) โดยส่วนใหญ่ยังนิยมเดินทางในรูปแบบทัวร์มากกว่า ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้ จะขอใช้นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น และสิงคโปร์ เป็นประชากรเป้าหมายในการศึกษา เพราะนักท่องเที่ยวจาก 2 ประเทศนี้มีสัดสวนของนักท่องเที่ยวอิสระมากกว่า 50%ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ในส่วนของประเทศญี่ปุ่นนั้นถึงแม้จะมีสัดสวนของนักท่องเที่ยวอิสระกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางในรูปแบบทัวร์ไม่ต่างกันมากนัก แต่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นก็มีแนวโน้มที่จะเดินทางมาด้วยตนเองมากขึ้น โดยในปี 2543 กลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระมีการขยายตัวจากเดิมถึง 18.74% ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบกลุ่มทัวร์มีการขยายตัวเพียง 6.80% เท่านั้น²⁵ จึงรวมนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นไว้เป็นประชากรในการศึกษาคั้งนี้ด้วย

²⁵การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองสถิติและวิจัย, รายงานสถิตินักท่องเที่ยวปี2543(กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2543)

ในกลุ่มภูมิภาคยุโรป เมื่อพิจารณาจาก 4 ปัจจัยข้างต้น จะได้ประชากรเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศ ฝรั่งเศส เยอรมนี สวีเดน สหราชอาณาจักร โดยนักท่องเที่ยวจาก 4 ประเทศนี้จัดเป็นตลาดการท่องเที่ยวของไทยที่ใหญ่ 4 อันดับแรกของตลาดการท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป

สำหรับภูมิภาคเอเชียเนียบ ได้ประชากรเป้าหมายได้แก่นักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลีย เนื่องจากถ้าพิจารณาจาก 4 ปัจจัยข้างต้นแล้ว เห็นว่าเหมาะสมในการเป็นประชากรในการศึกษา ส่วนประเทศนิวซีแลนด์นั้นพบว่ามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนน้อย(ดูจากตารางสถิตินักท่องเที่ยวในภาคผนวกจ.) จึงไม่เหมาะในการเป็นประชากรในการศึกษาครั้งนี้

ผลการพิจารณาจากปัจจัยข้างต้น ทำให้ได้ประชากรเป้าหมายในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จาก 3 ภูมิภาค ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก ยุโรป และเอเชียเนียบ รวมทั้งสิ้น 7 ประเทศ ดังต่อไปนี้²⁶

ประชากรเป้าหมายที่จะทำการสำรวจในกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออก ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น

ประชากรเป้าหมายที่จะทำการสำรวจในกลุ่มภูมิภาคยุโรป ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศ ฝรั่งเศส เยอรมนี สวีเดน สหราชอาณาจักร

ประชากรเป้าหมายที่จะทำการสำรวจในกลุ่มภูมิภาคเอเชียเนียบ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศ ออสเตรเลีย

อย่างไรก็ดีในการศึกษาครั้งนี้จะรวมนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป และเอเชียเนียบ เป็นประชากรเป้าหมายที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เนื่องจากคาดว่าประชากรของทั้ง 2 ภูมิภาคนี้น่าจะมีพฤติกรรมไม่แตกต่างกันมากนัก ถ้าเปรียบเทียบกับพฤติกรรมของประชากรในกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออก²⁷

จากนั้นจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ(Accidental Sampling) โดยจะทำการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากประเทศต่างๆตามที่ระบุไว้ข้างต้น ณ อาคารผู้โดยสารขาออก ท่าอากาศยานกรุงเทพ(ดอนเมือง)

²⁶การแบ่งกลุ่มภูมิภาคใช้หลักเกณฑ์การจำแนกนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้ในรายงานสถิตินักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

²⁷สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, การศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541), หน้า 96.

3.2.2 ขนาดตัวอย่าง

กำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา = 300 ราย

และเนื่องจากปัญหาผู้ก่อการร้ายที่กล่าวไว้ตอนต้น อันเป็นสาเหตุให้สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยมีความผันผวนเป็นอย่างมาก ผู้ศึกษาได้เล็งเห็นถึงอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จึงขอกำหนดสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่จะทำการสอบถามโดยจำแนกเป็นรายภูมิภาค แทนการกำหนดสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่จะสอบถามเป็นรายประเทศ เพราะเห็นว่าการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะสอบถามโดยจำแนกเป็นรายประเทศนั้นเป็นการยากมากที่จะทำการสำรวจให้ได้ตามจำนวนนั้นได้

ภายหลังจากการจัดสรรโควตาโดยแบ่งสัดส่วนตามจำนวนนักท่องเที่ยวอิสระที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2543 เป็นรายภูมิภาคแล้ว จะได้จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะทำการสำรวจดังนี้

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก	140 ราย
นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปและโอเชียเนีย	160 ราย

หลังจากได้ข้อมูลตามที่ต้องการแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้ไปทำการศึกษาพฤติกรรมและการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ตามขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลในหัวข้อ 3.1 ต่อไป