

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศในกลุ่ม  
สแกนดิเนเวีย

พงศ์สิริ วิจิรวีร์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
พ.ศ. 2559

**Factors influencing Thai tourists' decision to travel to international destinations: a case study of Thai tourists travelling to Scandinavian countries**

**Phongsiri Vithivoravee**

**A Thematic Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management  
Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University  
2016**

### กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้เรื่อง “ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวีย” ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากหลาย ๆ ท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ท่านอาจารย์ ดร. อนันต์ เชื้อชาญกิจการ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำในการคัดเลือกเรื่องที่จะทำการศึกษาค้นคว้า ให้ความรู้ด้านวิชาการ ด้านเทคนิคและข้อคิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้รวมทั้ง รศ.ดร.อัศวิน แสงพิบูล ผศ.ดร.เจียง เกาซิด ท่านอาจารย์ อ.ณัฐกฤษฏี เอกวรรณัง ที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง ผู้ทำการศึกษาซึ่งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ท่านเจ้าของผู้ประกอบการบริษัททัวร์ (Out Bound) บริษัททัวร์ที่เป็นตัวแทนในต่างประเทศ เพื่อนหัวหน้าทัวร์ มีคฤเทศ์ทุกท่าน ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกท่านที่เสียสละเวลาในการกรอกข้อมูลในแบบสอบถามทั้ง 400 คน ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นอย่างมาก

เหนืออื่นใดขอกราบขอบพระคุณดวงวิญญาณของ คุณพ่อและคุณแม่ซึ่งเป็นผู้มีพระคุณของผู้วิจัย ที่เคยให้ข้อคิดในเรื่องการศึกษาและปูพื้นฐานการศึกษาให้เห็นถึงความสำคัญ ตลอดจนเคยให้ความสนับสนุนในทุก ๆ ด้านอย่างดีที่สุด อีกทั้งยังขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัยฉบับนี้เป็นอย่างดีเสมอมา

ในท้ายที่สุดนี้ ต้องขอระลึกถึงความกรุณาของคณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่เป็นผู้ชี้แนะแนวทางการศึกษาในตอนต้น รวมทั้งให้คำแนะนำในการประมวลผลข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ และการทดสอบต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ และขอขอบพระคุณทุกท่านที่มีได้กล่าวนามมา ณ ที่นี้ ที่มีส่วนช่วยเหลือและเป็นกำลังใจรวมทั้งให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีจนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

พงศศิริ วิจิรวรรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๗
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง .....	๗
สารบัญภาพ .....	๘
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.3 ขอบเขตงานวิจัย.....	5
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
1.5 ตัวแปรในการศึกษา.....	8
1.6 กรอบแนวความคิดในการศึกษา.....	8
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2 แนวคิดทฤษฎีและงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	10
2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และทฤษฎีวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	32
2.3 แนวคิดและทฤษฎีส่ว่นประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) .....	40
2.4 การท่องเที่ยวในกลุ่มสแกนดิเนเวีย.....	42
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว.....	46
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	55

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย..... 71
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 71
3.2	เทคนิคในการสุ่มตัวอย่าง..... 72
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล..... 72
3.4	วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย..... 73
3.5	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 74
3.6	สถิติที่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 74
4	ผลการวิเคราะห์ศึกษา..... 76
4.1	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 76
4.2	ลำดับขั้นตอนที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 77
4.3	การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็นส่วนๆ..... 77
4.4	การเปรียบเทียบปัจจัย ที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังกลุ่มประเทศ สแกนดิเนเวีย โดยยึดตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ..... 90
4.5	การเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังกลุ่มประเทศ สแกนดิเนเวีย โดยยึดตามปัจจัยส่วนบุคคล..... 124
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 161
5.1	สรุปผลการวิจัย..... 162
5.2	อภิปรายผล..... 170
5.3	ข้อเสนอแนะ..... 176
	บรรณานุกรม..... 181
	ภาคผนวก..... 189
	ประวัติผู้เขียน..... 195

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	36
2.2 ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจของมนุษย์ (Human Motives) และความต้องการจำเป็น (Needs) ในทฤษฎีของจิตวิทยาและการวิจัย.....	49
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องศึกษาตัวแปรเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยว.....	59
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการนำแนวคิดเรื่อง 3- 6As มาปรับใช้กับการศึกษาในครั้งนี้.....	65
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการนำแนวคิดเรื่อง 7 Ps มาปรับใช้กับการศึกษาในครั้งนี้...	69
4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว.....	77
4.2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ, รายได้, ภูมิลำเนา.....	78
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการให้ความสำคัญ ในปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว.....	80
4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับการให้ความสำคัญ ในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว.....	81
4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับการให้ความสำคัญ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว.....	81
4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับการให้ความสำคัญ ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว.....	82
4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับการให้ ความสำคัญในด้านที่พัก.....	83
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับ การให้ความสำคัญในด้านราคา .....	83
4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับ การให้ความสำคัญในด้านที่ตั้งของประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวีย .....	84

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับ การให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาด.....	84
4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับ การให้ความสำคัญในด้านการกระบวนกร .....	85
4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับ การให้ความสำคัญในด้านบุคลากรผู้.....	86
4. 13 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวียจำแนกตามประเทศ.....	86
4.14 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวียจำแนกตามเหตุผล.....	87
4.15 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวียจำแนกตามการใช้.....	88
4.16 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวียจำแนกตามจำนวน.....	88
4.17 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวียจำแนกตาม การใช้จำนวนระยะเวลา.....	89
4.18 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวีย จำแนกโดยบุคคลที่ร่วมเดินทางไป.....	89
4.19 เปรียบเทียบปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions).....	90
4.20 เปรียบเทียบปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility).....	91
4.21 เปรียบเทียบปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) .....	92
4.22 เปรียบเทียบปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity).....	93
4.23 เปรียบเทียบปัจจัยด้านที่พัก (Accommodations) .....	94

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.24 เปรียบเทียบปัจจัยด้านราคา (Price) .....	95
4.25 เปรียบเทียบปัจจัยด้านที่ตั้งของประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวีย (Place).....	96
4.26 เปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion).....	97
4.27 เปรียบเทียบปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) .....	98
4.28 เปรียบเทียบปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People).....	99
4.29 เปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ....	100
4.30 เปรียบเทียบรายคู่ ระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวกับสถานภาพ.....	102
4.31 เปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา.....	103
4.32 เปรียบเทียบรายคู่ระหว่างด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวกับระดับการศึกษา.....	106
4.33 เปรียบเทียบรายคู่ ระหว่างด้านที่พอกับระดับการศึกษา.....	107
4.34 เปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ.....	108
4.35 เปรียบเทียบรายคู่ ระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับอาชีพ.....	111
4.36 เปรียบเทียบรายคู่ ระหว่างกระบวนการกับอาชีพ.....	112
4.37 เปรียบเทียบรายคู่ ระหว่างบุคลากรผู้ให้บริการกับอาชีพ.....	113
4.38 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	114
4.39 เปรียบเทียบรายคู่ ระหว่างการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวกับรายได้.....	116
4.40 เปรียบเทียบรายคู่ ระหว่างด้านที่พอกับรายได้.....	117
4.41 เปรียบเทียบรายคู่ระหว่างด้านที่ตั้งของประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวียกับรายได้.....	117
4.42 เปรียบเทียบรายคู่ระหว่างด้าน การส่งเสริมการตลาดกับรายได้.....	118
4.43 เปรียบเทียบรายคู่ระหว่างด้านกระบวนการ กับรายได้.....	119
4.44 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยว ไปท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิลำเนา.....	120
4.45 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพศกับประเทศ.....	124
4.46 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพศกับเหตุผล.....	125
4.47 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพศกับการใช้เวลา.....	125

### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.48 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพศกับจำนวนครั้ง.....	126
4.49 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพศกับระยะเวลา.....	126
4.50 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพศกับบุคคล.....	127
4.51 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวสถานภาพกับประเทศ.....	128
4.52 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวสถานภาพกับเหตุผล.....	129
4.53 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวสถานภาพกับการใช้เวลา.....	130
4.54 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวสถานภาพกับจำนวนครั้ง.....	130
4.55 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวสถานภาพกับระยะเวลา.....	131
4.56 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวสถานภาพกับบุคคล.....	132
4.57 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวระดับการศึกษากับประเทศ....	133
4.58 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวระดับการศึกษากับเหตุผล.....	134
4.59 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยว ระดับการศึกษากับการใช้เวลา.....	135
4.60 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวระดับการศึกษา กับจำนวนครั้ง.....	136
4.61 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยว ระดับการศึกษากับระยะเวลา.....	137
4.62 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวระดับการศึกษากับบุคคล.....	138
4.63 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวอาชีพกับประเทศ.....	139
4.64 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวอาชีพกับเหตุผล.....	140
4.65 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวอาชีพกับประเทศ.....	141
4.66 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวอาชีพกับจำนวนครั้ง.....	142
4.67 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวอาชีพกับระยะเวลา.....	143
4.68 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวอาชีพกับบุคคล.....	144
4.69 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวรายได้กับประเทศ.....	145
4.70 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวรายได้กับเหตุผล.....	146

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.71 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวรายได้กับการใช้เวลา.....	147
4.72 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวรายได้กับจำนวนครั้ง.....	148
4.73 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวรายได้กับระยะเวลา.....	149
4.74 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวรายได้กับบุคคล.....	150
4.75 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวภูมิลำนากับประเทศ.....	151
4.76 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวภูมิลำนากับเหตุผล.....	152
4.77 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวภูมิลำนากับการใช้เวลา.....	153
4.78 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวภูมิลำนากับจำนวนครั้ง.....	154
4.79 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวภูมิลำนากับระยะเวลา.....	155
4.80 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวภูมิลำนากับบุคคล.....	156
4.81 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่4.....	157
4.82 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ข้อ4 (เฉพาะที่แตกต่างSig).....	159

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ภาพกรอบแนวคิดในการศึกษา.....	9
2.1 แสดงประเภทของนักเดินทาง.....	16
2.2 องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว.....	19
2.3 ขอบเขตของพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	34
2.4 รูปแบบโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model).....	38
2.5 รูปแบบพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค.....	40
2.6 ทฤษฎีของมาสโลว์.....	50