

รายชื่อวารสารทั้งหมด

พบวารสารทั้งหมด 1255 รายการ

*ท่านสามารถดูรายละเอียดของแต่ละวารสารได้โดยคลิกที่ชื่อของวารสาร

2697-4487

ISSN	E-ISSN	ชื่อไทย	ชื่ออังกฤษ	TC I กลุ่มที่	สาขา	เว็บไซต์	หมายเหตุ
2586-8462	2697-4487	วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)	Journal of Pacific Institute of Management Science (Humanities and Social Sciences)	2	Social Sciences	https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pacific	



วารสารวิชาการ

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



Journal of Pacific Institute of Management Science
Humanities and Social Sciences

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2565 | Vol. 8 No. 2 May - August 2022

Print ISSN 2586-8462

Online ISSN 2697-4487

กองบรรณาธิการ

คณะที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล ไชยพันธ์พงษ์
 ศาสตราจารย์ ดร.จ่านงค์ อดิวัฒน์สิทธิ์
 ศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ สามัคคีธรรม
 รองศาสตราจารย์ ดร.สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันธุ์งาม
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สามัคคีธรรม

อุปนายกสภาสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
 กรรมการสภาสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
 กรรมการสภาสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
 อธิการบดีสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
 รองอธิการบดีสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
 รองอธิการบดีสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

บรรณาธิการ

ดร.เพ็ญศรี นางบอน

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

กองบรรณาธิการภายใน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผกาภรณ์ บุสมง
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งฤดี รัตนชัยศิลป์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตยา วงศ์ยศ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โภญจนาท เจริญสุข
 ดร.ปองภพ ลินะวงค์
 ดร.อินทิรา มุ่งเมือง

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
 สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
 สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
 สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
 สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
 สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

กองบรรณาธิการภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกโธสง
 ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ
 ศาสตราจารย์ ดร.ชิตชนก เหลือสินทรัพย์
 ศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี สังข์ศรี
 ศาสตราจารย์เกียรติคุณ เสนาะ ดีเยาว์
 รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญประภา ภักทรานุกรม
 รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ภูมิก
 รองศาสตราจารย์ ดร.สุนทร โคตรบรรเทา
 รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ พัฒนพงศ์
 รองศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์ อิงอาจ
 รองศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ เพชรสมบัติ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสรียน เจนเขว่า
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณกร โท่ประยูร
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวัน แสงอาวุธ
 ดร.เสาวภาคย์ แผลมเพ็ชร
 ดร.สาริศา เจนเขว่า
 ดร.สมนา จันทราช
 ดร.สุธาสิณี วิทยาภรณ์
 ดร.ทวีศักดิ์ นิลคำ
 ดร.ชัชยนันต์ สมถวิลผ่องใส
 ดร.สรณ โภชนจันทร์
 ดร.วศิน พหรมพิทักษ์กุล
 ดร.มาโนช พรหมปัญญา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
 วิทยาลัยนครราชสีมา
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกลาพระนครเหนือ
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
 มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
 สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย
 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
 มหาวิทยาลัยเกริก
 วิทยาลัยนครราชสีมา
 มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
 มหาวิทยาลัยชินวัตร
 มหาวิทยาลัยชินวัตร
 มหาวิทยาลัยชินวัตร
 มหาวิทยาลัยชินวัตร

กองจัดการวารสาร

นายเสริมชนก สิทธิเกษร
 นายนพดล ท่วมวงษ์
 นายเมธัส วรรณสุข

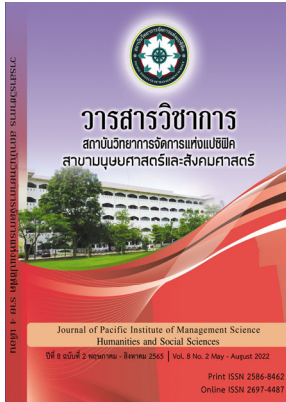


Home

Online ISSN : 2697-4487

Print ISSN : 2586-8462

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (2022): พฤษภาคม - สิงหาคม 2565



เผยแพร่แล้ว: 2022-06-17

บทความวิจัย

การพัฒนากิจกรรมการแสดงหุ่นกระบอกสำหรับเยาวชน ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น โรงเรียนวัดปากลาด (ผลาดารบำรุงวิทย์)จังหวัดสมุทรสงคราม

ณัฐวรรณ ศิริวรรณ, ปรวิน แพทยานนท์
1-14



พัฒนามาตรฐานรายวิชาภาษามลายูเพื่อการสื่อสารในบทเรียนออนไลน์ระบบเปิด (Thai MOOC) สำหรับมหาชน

ชามิยะห์ บาเล, อาลียะห์ มะแซ, ไซนีย์ ต่าฎ, ซาริยะห์ สตาร์, ฮัสบลลอสัน นะดารานิง
15-28



แนวทางการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภาของประเทศไทยเปรียบเทียบกับสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐฝรั่งเศส

สุเทพ กาวิละ, กาบแก้ว ปัญญาไทย, อภิชาติ ดวงธิดาสาร, อภิญาญา ดวงธิดาสาร
29-43



ปัญหาการกระทำละเมิดเครื่องหมายทางการค้า : ศึกษากรณีการเลียนแบบเครื่องหมายการค้า

อภิชาติ ดวงธิดาสาร, วิชาญ จันทร์อินทร์, กาบแก้ว ปัญญาไทย, อภิญาญา ดวงธิดาสาร
44-58



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้สมัครร่วมกิจกรรมเดิน ริ่ง เพื่อใช้แกว่ย่อยสลายได้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแทนแกว่พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง

จินดนา แสนวงศ์
59-86



ความรับผิดชอบทางอาญาของนายจ้าง : ศึกษากรณีที่ถูกจ้างกระทำการบรรทุกน้ำหนักเกินบนทางหลวงในทางการที่จ้าง

ภาวรัตน์ คุณสงคราม, ชัยโรจน์ สิงห์สุวรรณรัตน์

87-96



PDF

ชาวไทยภูเขากับความมั่นคงของมนุษย์ : กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ม้ง จังหวัดเพชรบูรณ์

สิทธิเดช วงศ์ปรีชาญา; วรรณพร พุทธภูมิพิทักษ์, เสริมศิริ อัครพัฒน์พันธ์

97-108



PDF

ปัญหาทางกฎหมายในการเป็นผู้มีสิทธิสมัครรับเลือกตั้ง ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

สุเทพ กาวิละ

109-120



PDF

ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดของกลุ่มอาชีพบริการสงอาหารในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) ในพื้นที่สูงสุดและควบคุมอย่างเข้มงวด

ธิดา อิงคสุภษฏ์, พิมพ์ชนก พรหมสวัสดิ์

121-131



PDF

การศึกษาเปรียบเทียบการใช้สัญลักษณ์ในสำนวนไทย-มลายูที่มีความหมาย เหมือนหรือคล้ายกัน

พาริดา หะยีเดชะ, สุชัยลา บินสะมะแอ, ฟ้าสินาร์ ยาพา

132-144



PDF

การเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรโดยการแปรรูปเป็นขนมไทยพื้นบ้าน สืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น

สุดาทิพย์ เกษจ้อย

145-158



PDF

พฤติกรรมการใช้พจนานุกรมสองภาษาในการเรียนวิชาการแปลของนักศึกษา หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษามลายู

ัสสัมบลลฮัน นะดาราณิง, ชารียะห์ สดาร์

159-172



PDF

ศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม

วัลย์ลักษณ์ พันธุ์รี, พรรณเทิมา วรรณสุทธิ์

173-186



PDF

การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นิตินทานพื้นบ้านสองภาษาสำหรับนักเรียนประถมศึกษา โรงเรียนของรัฐที่ใช้หลักสูตรอิสลามศึกษา (แบบเข้ม) ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

สุชัยลา บินสะมะแอ; พาริดา หะยีเดชะ

187-196



PDF

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความเหนื่อยหน่ายจากการปฏิบัติงาน ของพนักงานบริษัทเอบีซี.

นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ณิชา ฤทธิขจร, วิศรุต กระบวนสืบ, ทิพวรรณ เลิศอรธรกรกิจ
197-211

 PDF


ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ในจังหวัดกาฬสินธุ์

ธีรวัช นกุลกิจ, ณิชา ฤทธิขจร, วิศรุต กระบวนสืบ, หนึ่งฤทัย จำปาถิ่น
212-222

 PDF


Survival of the Women Entrepreneurs During Pandemic: The Mediating Role of Competitive Advantage on Entrepreneurial Orientation and Firm Performance in Nepal

Pratikshya Bhandari, Bijay Sigdel, Anong Rungsuk, Montira Chumlim, Angkana Phiewla-or
223-235

 PDF (English)

Mental Model-Led Theory of Planned Behavior Application to Studying Organizational Citizenship Behaviors of Teachers and Administrative Staffs at Higher Learning Institutions

Chai Ching Tan; Pratikshya Bhandari, Bijay Sigdel, Tananrat Sansuk, Akkachai Poosala
236-250

 PDF (English)

นวัตกรรมการตลาด และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความภักดี ของลูกค้าร้านกาแฟบูแบร์

จิตภา ฝริดาฤทธิ, ปรมะฐูร์ แสงอ่อน, ทวีป พรหมอยู่
251-262

 PDF

การเล่นกีฬาอีสปอร์ตกับพฤติกรรมเนือยนิ่งของวัยรุ่น

พิเชษฐ เกิดวิชัย; สรายุทธมหาลิรัตน์, โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร, ธนพล จึงศิริกุลวิทย์, สุจินดนา บุญทวี
263-272

 PDF

กระแสและการเติบโตของกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทยภายหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19: แนวโน้มการทำธุรกิจกีฬาอีสปอร์ตในอนาคต

พิเชษฐ เกิดวิชัย; สรายุทธมหาลิรัตน์, โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร, ธนพล จึงศิริกุลวิทย์, สุจินดนา บุญทวี
273-279

 PDF

The Development of Psychological Counseling in Universities in Various Countries

Yongbo Li; Fuangfa Amponstira
280-290

 PDF (English)


ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายในการประกอบธุรกิจ และพำนักอาศัยของคนต่างด้าวในประเทศไทย

เกรียงศักดิ์ พิณฑุสรศรี
291-300

 PDF

การจัดสวัสดิการของมหาวิทยาลัยในภาคใต้ : ภายใต้นับรับทการบริการทรัพยากรมนุษย์

ธนภณ ภูมาลา; วัฒนา นนทชิต
301-319

 PDF (English)

ปรากฏการณ์วิทยา

พระครูวินัยธร วุฒิชัย ขยวฑูโฒ, แมชีเนตรนภา สุทธิรัตน์, พระมหาจักรพล เทพา
320-325

 PDF

การศึกษาสภาพและแนวทางการบริหารงานโรงเรียนขนาดเล็กในสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 38

มานพ ยอดเกตุ; ณิชดา เวชญาลักษณ์
326-340

 PDF

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมก่อสร้างในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

ศิรัส เคนพะยาน
341-349

 PDF

ทัศนคติในการอยู่ร่วมกันของชุมชนกับโรงงานอุตสาหกรรม

อุราชนก คงกล้า
350-360

 PDF

เสียงพยานและสระของคำแสดงภาวะอารมณ์โกรธในวรรณกรรมคำฉันท์สมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว

นภาพร คำเมือง; วรวรรณ์ ศรียากัย, วรัญญา ยิ่งยงศักดิ์, บุญยงค์ เกศเทศ
361-375

 PDF

การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เทวินทร์ บุนผาค่า
376-385

 PDF

แนวคิดและพฤติกรรมของเยาวชนไทย : ประชาธิปไตย

เอกรินทร์ ศิริรัตน์ชัย
386-397

 PDF

ตำรับอาหารและเครื่องดื่มจากวัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แหวดาว จงกลณี
398-409

 PDF

แรงงานข้ามชาติสัญชาติพม่า : สถานการณ์และคุณภาพชีวิตด้านรายได้ กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช

เดโช แชน้ำแก้ว

นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

410-419

PDF

การศึกษาภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์ของผู้บริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษาจังหวัดพิษณุโลก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

สุวัฒน์ชัย จิวศักดิ์; นิคม นาคอ้าย
420-434

PDF

การศึกษาสภาพความต้องการจำเป็นการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมความสามารถทางการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

บุณชริกา พงศ์ศิริวรรณ; พัชราวลัย มีทรัพย์, พรทิพย์ ครามจันทิก
435-448

PDF

ทัศนคติของการบริหารจัดการทีมฟุตบอลสมัครเล่นของไทย

ปากัสมี โพธิ์หวัง; อาชวิทย์ เจริญกลิ่นจันทร์, พิเชษฐ เกิดวิชัย, อาทิตย์ษณีย์ เจริญรัตน์
449-462

PDF

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานคร

ปิ่นฤทัย สุทธิพงษ์; กุลเชษฐ มงคล
463-476

PDF

แรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ศิริภรณ์ พงศ์สี; อัญญา บุญปลาดี, เกริกฤทธิ อัมพะวัต
477-486

PDF

การสอนกลองชุดในหลักสูตรดุริยางคศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา ดุริยางคศิลป์ตะวันตกคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ด้วยกระบวนการคิดแบบศิลปินโดยศิลปิน

สิทธิโชค กบิลพัตร; ศักดิ์ชัย หิรัญรักษ์
487-504

PDF

การพัฒนาทักษะสำนึก วิชาศิลปวัฒนธรรม โดยใช้กระบวนการเรียนการสอนตามแนวคิดการพัฒนาทักษะปฏิบัติของซิมพ์สัน

อนุดรา สุวคันธกุล; อธิพัชร วิจิตสถิตรัตน์
505-514

PDF

ชุดกิจกรรมศิลปะ ชุดกิจกรรมศิลปะ เรื่ององค์ประกอบศิลป์ เพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ศิลปะ สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

สุพิชญา ช่วงชัยยะ; เลิศศิริร บวรกิตติ
515-524

PDF

คุณภาพการบริการ ความภักดีของผู้ใช้บริการ ที่ส่งผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในการทำธุรกิจโต๊ะจีน ในจังหวัดสุพรรณบุรี

สุริยน การเวก; อัญญา นฤपालิต, เกริกฤทธิ อัมพะวัต

525-533



PDF

ส่วนประสมการตลาดและค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดในจังหวัดสมุทรสงคราม

อังกะณาย ศรีปาน; อัญญา นฤपालิต, เกริกฤทธิ อัมพะวัต

534-545



PDF

ศึกษาและพัฒนานวัตกรรมต้นแบบระบบการจัดการศึกษาระบบคลังหน่วยกิตดิจิทัล กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

อุไรเชษฏ์ แปลงประสพโชค; ฤทธิการ กัญญาพิงษ์, วรรณญา เดชพงษ์

546-560



PDF

ผลของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือโดยใช้เทคนิค STAD ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5

วรรณญา ชุ่มโชคดี; สุพจน์ เกิดสุวรรณ, สุดาพร พงษ์พิเชษฐ์

561-572



PDF

การประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์เพื่อปรับปรุงสภาพการทำงานของพนักงานในโรงงานผลิตวงล้อยานพาหนะแห่งหนึ่ง

สุเวช พิ่มน้ำเย็น; เคียวสุเกะ ฟูกูมา, อธิพัฒน์ อินทร์ธรรม, ชนกนันท์ ผาภูมิ

573-580



PDF

ผลการจัดการเรียนรู้เรื่อง ภาษาและวัฒนธรรม กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ โดยใช้แอปพลิเคชัน Toontastic 3D สำหรับนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

ศศิธร พลภักดี

581-594



PDF

การถ่ายทอดภูมิปัญญาการดอกกระดาศ จังหวัดสงขลา

สาวิตรี หนองทะเล; เลิศศิริร์ บวรกิตติ

595-602



PDF

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อในกิจกรรมชมรมห้องสมุด สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา กรุงเทพมหานคร

ศศิวิมล มีฤทธิ์; สิทธิกร สุมาลี, อุดมลักษณ์ กุลศรีโรจน์

603-615



PDF

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ปรารจันบุรี นครนายก

สกวาดือน ปานทรัพย์; กัญญา อี่ยมพญา, นิวัตต์ น้อยมณี

616-629



PDF

การสนับสนุนทางสังคม การจัดการความเครียด กับความสำเร็จในการเรียน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเซนต์คาเบรียล
ณัฐกร จิตธนากรบุญ; สุภาณี สนธิรัตน์
630-647



โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาพลักษณ์สถานีบริการน้ำมัน PTT Station

ณภัทร กลิ่นประทุม; กุลเชษฐ์ มงคล
648-660



ความต้องการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ในจังหวัดปทุมธานี

สุกฤษ พงศ์พันธุ์พณิชย์; อธิเดช สนองทวีพร, สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ
661-672



Journal Information



Approved by TCI during 2020 - 2024

Indexed in TCI 

บรรณาธิการ: ดร.เพ็ญศรี บางบอน

[Make a Submission](#)

Home ThaiJo

THAIJO

Language

[English](#)

[ภาษาไทย](#)

คู่มือการใช้งานระบบ

[For Author](#)

[For Reviewer](#)

Visitors



ฉบับปัจจุบัน

[ATOM 1.0](#)

[RSS 2.0](#)

[RSS 1.0](#)

Information

[สำหรับผู้อ่าน](#)

[สำหรับผู้แต่ง](#)

[สำหรับบรรณาธิการ](#)



สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

222/2 หมู่ 1 ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านต๊ำ อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000

โทรศัพท์ +661(0)54 411288-9, แฟกซ์ +661(0)54 887093-5

อีเมล: Pensri.2508@gmail.com

แรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
ทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
MOTIVATION AND TOURISM ELEMENTS EFFECTING INTERNET TOURISM INFORMATION
SEEKING BEHAVIORS OF TOURISTS IN BANGKOK

ศิริภรณ์ พงศ์ลี* อัฐธมา บุญपालิต** เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต**
Siriporn Ponglee* Attama Boonpalit** Kragrit Ampavat**
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*
Management Sciences, Silpakorn University*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เลือกวิธีสุ่มแบบตามระดับชั้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าการแจกแจงความถี่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือน 15,000-20,000 บาท มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว มากกว่า 3 ปี ความถี่ในการสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยวจำนวน 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ประเภทของสื่อที่ใช้คือ Google เรื่องที่ต้องการสืบค้นมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนเพื่อสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยว การทดสอบสมมติฐานพบว่าแรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว, การแสวงหาข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว, อินเทอร์เน็ต

Abstract

This study aimed to examine the motivation and components of tourism effecting Internet tourism information-seeking behavior of tourists in Bangkok. The sample was the Bangkok residents (n= 400) and stratified random sampling method was applied. The data was analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient and multiple regressions. The results showed that the majority of the

respondents were female with bachelor's degree and single status, age between 20 - 30 years, work with private company with average income of 15,000-20,000 baht/month. The majority of them had more than 3 years of experience in using Internet for searching tourism information. Search engine frequently used was Google and searching for travel information about 2-3 times a week. The information frequently searched is interesting tourist attractions. Majority of the respondents use smartphones for searching. The hypothesis test found that motivation and tourism components had an influence on the Internet tourism information-seeking behavior of tourists in Bangkok, significantly at a statistical level of .05.

Keyword: Motivation, Tourism elements, Seeking information on tourism, Internet

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้จากการจ่ายของนักท่องเที่ยวและเกิดการจ้างงาน นอกจากนี้ยังเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ภาคท้องถิ่น เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ในปัจจุบันสถานการณ์โลกเปลี่ยนไปในหลายๆ มิติ ทั้งปัญหาเศรษฐกิจ ความขัดแย้งระหว่างประเทศ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป การแข่งขันสูง รวมถึงผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 มีผลทำให้การท่องเที่ยวไม่สามารถเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ (พรไพสิน จุลพันธ์, 2563)

ช่วงที่ผ่านมาทิศทางการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเติบโตมาโดยตลอด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) การเติบโตของการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งถูกขับเคลื่อนด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบหาข้อมูล จองตั๋วเครื่องบินและห้องพัก และชำระเงินได้อย่างสะดวกมากขึ้น ด้านภาคธุรกิจได้ใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงและพัฒนาให้ตอบสนองทันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นผลให้รายได้ของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือเทศกาลสำคัญ ผู้คนเลือกที่จะท่องเที่ยวไปยัง สถานที่ต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะการท่องเที่ยวถือเป็นความสุขทางใจที่ได้รับ ความสนุกสนาน เพลิดเพลินและผ่อนคลายได้รับความสุขจากกิจกรรมที่ตนชื่นชอบ และชมธรรมชาติหรือสถานที่สวยงาม การออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ความแตกต่างทำให้นักเดินทางได้มุมมองใหม่ๆ ในการใช้ชีวิตมากขึ้น นักท่องเที่ยวยอมเสียเงินเพื่อสร้างประสบการณ์กับโลกใบเดิมในมุมมองที่เปลี่ยนไปของตนเอง ปัจจุบันมีเทคโนโลยีทันสมัยมากมายที่สะดวกต่อการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการหาข้อมูลการเดินทางที่ง่ายและสะดวกขึ้น

การท่องเที่ยวถูกเชื่อมโยงไปพร้อมกับพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นยุคของการแพร่กระจายข่าวสารไปทั่วโลก เป็นยุคของประชาคมโลกไม่ว่าจะอยู่ ณ จุดใดสามารถรับรู้สัมผัส หรือรับผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ดังนั้นยุคโลกาภิวัตน์จึงเป็นยุคข้อมูลข่าวสาร (Information age) อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สังคม

โลกาภิวัตน์อุปกรณ์เหล่านั้นจึงมีบทบาทสำคัญมาก เพราะเป็นเครื่องมือที่จะรับและแปลงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและไม่มีข้อจำกัด ทำให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเทคโนโลยีระบบอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมและเกิดการพัฒนาย่างรวดเร็วควบคู่กับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้วยการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ นั้น ทำให้ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญและมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานด้านต่างๆ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั่วทุกมุมโลก (ปภาวี ศรีวารี, 2558) รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการใช้ชีวิตประจำวันของสังคมไทยมากขึ้นจึงมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากอดีต เกิดการท่องเที่ยวในยุคสังคมดิจิทัล (Digital society) ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ให้ความสะดวกและคล่องตัวในการค้นหาข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้และติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ถือเป็น การบูรณาการการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยปัจจุบันพบว่าแนวโน้มในการใช้สื่อสังคม (Social media) เพื่อค้นหาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว อาทิ เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ จองที่พัก ค้นหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทางหรือกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถค้นหาข้อมูลและวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง ผ่านการเชื่อมต่อข้อมูลที่สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว นอกจากนี้ยังช่วยในการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพการให้บริการและจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตนเอง

อย่างไรก็ตามองค์ประกอบที่ส่งผลและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้นั้นมาจากแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละคน แรงจูงใจ สามารถแบ่งเป็น แรงจูงใจผลัก (Push factors) คือ ความต้องการทางกายภาพ อาทิ หากทำงานหนักร่างกายต้องการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกในการพักผ่อน หรือการหลีกเลี่ยงความจำเจ ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ เป็นต้น และแรงจูงใจดึง (Pull factors) คือ ปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการเลือกจุดหมายปลายทาง อาทิ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การลดราคาโรงแรมช่วงหน้าฝน เป็นต้น แรงจูงใจ ทางการท่องเที่ยวนี้ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่กำหนดให้นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวอยากไปแห่งใด เดินทางด้วยวิธีใด ท่องเที่ยวประเภทใด ทำกิจกรรมอย่างไรระหว่างท่องเที่ยว ล้วนแล้วแต่เกิดจากแรงจูงใจ และเป็นการจะช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนช่วยผู้ประกอบการได้วางแผนด้านการตลาดท่องเที่ยวโดยสามารถประเมินสถานการณ์และความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้แนวคิดที่ว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้นมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล (Cohen, 2003)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงจากเดิม เป็นผลเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี การเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายขึ้น ทำให้พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีแนวโน้มที่จะใช้ ข้อมูลท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อทำการสืบค้น และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น (วีรพงษ์ สุทาวิน, 2561) การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงาน (สิริพร ดงสิงห์, 2561) และเนื้อหาส่วนใหญ่ใช้ในการหาข้อมูลในการเดินทางและท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ นับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ซึ่งจากการคาดการณ์ของบริษัทวิจัยยูโรมอนิเตอร์ ระบุว่า นักท่องเที่ยวทั่วโลก

มีการใช้ช่องทางออนไลน์ในการวางแผนการจัดการด้านการท่องเที่ยว มากขึ้น ส่งเสริมให้รายได้จากการใช้ช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 ต่อปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

จากประเด็นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากแรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวหลายประการ อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่มีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข้อมูลท่องเที่ยว ก่อให้เกิดประโยชน์แก่การท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐและ เอกชน และผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบาย การตลาด ส่งเสริมการท่องเที่ยว และปรับปรุงกลยุทธ์การท่องเที่ยว ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของแรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. แรงจูงใจส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต
2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากการประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับ แรงจูงใจ องค์ประกอบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาจะเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหาข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ทำการศึกษา ค้นคว้าเพิ่มเติมองค์ความรู้ในแนวคิดทฤษฎีดังกล่าว
2. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการวางแผนการตลาดและการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้
3. บริษัทนำเที่ยวหรือผู้สนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสามารถใช้ผลงานวิจัยฉบับนี้ วางแผนรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของคนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เลือกรูปแบบการสุ่มตัวอย่างแบบหลากหลายประเภท โดยได้ดำเนินการศึกษา ค้นคว้าตามลำดับดังนี้

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิง คำนวณโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลจากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 399.97 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล จึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi stage sampling) โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้ ขั้นตอนที่ 1 แบ่งเขตการปกครองเป็น 3 ระดับ คือ เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง เขตชั้นนอก ขั้นตอนที่ 2 กำหนดสัดส่วนเพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชากรในแต่ละเขตการปกครอง ขั้นตอนที่ 3 สุ่มตัวอย่างจากเขตการปกครอง 3 ระดับ ๆ ละ 2 เขต โดยวิธีการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน เพื่อเลือกได้ดังนี้ 1. เขตชั้นใน ได้แก่ เขตจตุจักรและเขตห้วยขวาง 2. เขตชั้นกลาง ได้แก่ เขตสายไหมและเขตหลักสี่ 3. เขตชั้นนอก ได้แก่ เขตบางแคและเขตมีนบุรี ขั้นตอนที่ 4 สุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรที่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนในการหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว โดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ google doc จำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถาม นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาและความถูกต้องของภาษา จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คะแนนข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ค่าIOC มีค่ามากกว่า 0.60 ขึ้นไป ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.98 และนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร 30 ชุดเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือโดยการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามสูงกว่า 0.70 ซึ่งสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่ t-test, ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการพยากรณ์ตัวแปรที่เป็นผลได้

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 สถานภาพโสด จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.30 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว มากกว่า 3 ปี จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 ความถี่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 ประเภทของสื่อใช้ค้นหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวคือ Google จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 เรื่องที่ต้องการสืบค้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุดคือด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รูปแบบการใช้บริการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูลเพื่อท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนบริการอินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว 353 คน คิดเป็นร้อยละ 88.25

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของตัวแปรในมุมมองของนักท่องเที่ยว ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ศึกษาระดับความคิดเห็นในครั้งนี้อยู่ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านปัจจัยผลึก แรงจูงใจด้านปัจจัยดึง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (5A's) ประกอบไปด้วย ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ความดึงดูดใจ (Attraction) ที่พัก (Accommodation) กิจกรรม (Activity) และพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตโดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยเหล่านี้ในระดับมากและมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจที่ส่งผลพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.13 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่าอยู่ระหว่าง 0.542 – 0.986 ผลวิเคราะห์รายปัจจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับมากที่สุดต่อ “หลีกเลี่ยงความจำเจและการพักผ่อนหย่อนใจ” (ค่าเฉลี่ย = 4.61) รองลงมา “ความปลอดภัยและค่าใช้จ่าย” (ค่าเฉลี่ย = 4.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.24 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่าอยู่ระหว่าง 0.553 – 1.108 ผลการวิเคราะห์ในแต่ละปัจจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับมากที่สุดต่อ “ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว” (ค่าเฉลี่ย = 4.59) รองลงมา “มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำสะอาด ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์ อย่างเหมาะสมกับมีจุดบริการ/ศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว” (ค่าเฉลี่ย = 4.48)

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตพบว่า ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ที่ระดับ

นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($p < 0.05$) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) = .170 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจส่งผลต่อการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($p < 0.05$) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) = .201 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวส่งผลต่อการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาถึงตัวแรงจูงใจและองค์ประกอบในการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญเพื่อนำมาอภิปรายผลของการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท ดังข้อมูลที่ปรากฏข้างต้นนี้

ผลการศึกษาส่วนที่ 2 อภิปรายผลระดับความคิดเห็นของตัวแปร

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร และข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของแรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอภิปรายผลของการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

ด้านแรงจูงใจ แบ่งออกเป็น แรงจูงใจหลัก เป็นการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อน การหลีกเลี่ยงความจำเจ ความเครียด อยากรู้อยากเห็นสิ่งใหม่ๆ ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ และภูมิทัศน์ที่ได้ไปในสถานที่ใหม่ๆ หรือการเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ขนชาติ การดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่เดิม และความต้องการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ ส่วนแรงจูงใจรอง เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการเลือกจุดหมายปลายทาง เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การลดราคาโรงแรมช่วงหน้าฝน เทศกาล งานสำคัญต่างๆ ล้วนแต่เป็นเป็นแรงดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางแต่เป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน บุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้น

จากผู้ตอบแบบสอบถามนั้นให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.13 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่าอยู่ระหว่าง 0.542 - 0.986 ผลวิเคราะห์รายปัจจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับมากที่สุดต่อ “หลีกเลี่ยงความจำเจและการพักผ่อนหย่อนใจ” (ค่าเฉลี่ย = 4.61) รองลงมา “ความปลอดภัยและค่าใช้จ่าย” (ค่าเฉลี่ย = 4.56)

ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบ 5 องค์ประกอบคือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การบริการที่พัก (Accommodation) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Destination amenities) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความต้องการของตัวบุคคลว่า องค์ประกอบแบบใดที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด แต่ส่วนใหญ่ก็คาดหวังที่จะได้สิ่งที่ดีที่สุด อาทิ สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักสวย สะอาด การเดินทางมาง่าย การบริการต่างๆ ควรมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อการสร้างหลักประกันด้านความปลอดภัย เพิ่มความเชื่อมั่นและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว และมีกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อตอบสนองกับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ปรับข้อมูลให้ใหม่อยู่เสมอ และจำเป็นต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพราะในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูล รายละเอียดต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่เพียงแต่คนไทยแต่ยังมีชาวต่างชาติด้วยเช่นกัน

จากผู้ตอบแบบสอบถามนั้นให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.24 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่าอยู่ระหว่าง 0.553 – 1.108 ผลการวิเคราะห์ในแต่ละปัจจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดต่อ “ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว” (ค่าเฉลี่ย = 4.59) รองลงมา “มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำสะอาด ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์ อย่างเหมาะสมกับมีจุดบริการ/ศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว” (ค่าเฉลี่ย = 4.48)

ผลการศึกษาส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจส่งผลต่อการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับ อิศระ อุบัติ (2561) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวทั้งแบบปัจจัยผลักดันและแบบปัจจัยดึงดูดอยู่ในระดับมาก มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในด้านแหล่งข้อมูล เนื้อหา และช่องทางอยู่ในระดับปานกลาง มีการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบวางแผนไว้ล่วงหน้าในระดับมาก และท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมากที่สุด และยังสอดคล้องกับ สิริพงษ์ สุวรรณประภักดี และ ปัทมา สุวรรณภักดี (2562) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทั้งในด้านข้อมูล และด้านลักษณะเฉพาะของสื่อออนไลน์ ที่มีต่อเปิดรับการเปิดรับข่าวบนเว็บไซต์ เพื่อได้รับรู้ทันเหตุการณ์ สามารถติดตามในเว็บไซต์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นตัวกำหนดในการวางแผนและเตรียมรับมือในการดำเนินชีวิต ทั้งนี้พฤติกรรมต้องเริ่มด้วยกระบวนการของความคิดแล้วเกิดการตัดสินใจที่กระทำโดยมีแรงจูงใจเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคล เป็นเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่างๆ ดังกล่าวมาเหล่านี้มีส่งผลต่อพฤติกรรมค่อนข้างมากและถาวร และแรงจูงใจยังเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับความชื่อเสียง คำชม การได้รับการยอมรับยกย่อง ฯลฯ แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรม

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวส่งผลต่อการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับ ปรัชญา บุญเดช (2561) จากผลการวิจัย พบว่าความ

ต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม 5 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2557) ผลวิจัยพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยในปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัล สื่ออิเล็กทรอนิกส์มีการพัฒนาศักยภาพการประชาสัมพันธ์จากภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวต้องแสวงหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พักหรือด้านสถานที่น่าสนใจ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนรวมทั้งใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย สื่ออินเทอร์เน็ตมีบทบาทในการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การปรับปรุงข้อมูลให้ล่าสุดอยู่ตลอดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ การบอกรายละเอียดที่กระชับ เข้าใจง่าย มีรูปภาพและวิดีโอสั้นที่ดึงดูดความสนใจเพิ่มมากขึ้น ผลแสดงหน้าจอของเว็บไซต์สามารถปรับให้พอดีกับอุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ ได้ อาทิ คอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ตโฟน เป็นต้น การเข้าถึงเว็บไซต์ง่าย และมีภาษาที่หลากหลายเป็นตัวเลือกที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การปรับปรุงสื่อต่างๆ นอกจากจะเป็นผลดีของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังสามารถเป็นที่ส่งเสริมความรู้และทักษะให้กับบุคลากรในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ดังนั้นควรจะมีการศึกษาหรือวิจัย ในเชิงคุณภาพ เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการสนับสนุนเพิ่มเติมให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้มาซึ่งข้อมูลที่ลึกและสอดคล้องและส่งผลกับปัจจัย
2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข้อมูลทางด้านท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากปัจจัยในปัจจุบันมีมากมาย
3. การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มประชากรทั่วไปในการแสวงหาข้อมูลในด้านอื่นๆ เพื่อครอบคลุมการแสวงหาข้อมูลด้านต่างๆผ่านอินเทอร์เน็ต

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2564, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9689
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). การท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2564, จาก http://nscr.nesdb.go.th/wp-content/uploads/2021/01/06_NS_05.pdf
- ปภาวี ศรีวารี. (2558). การแสวงหาข้อมูล ความไว้วางใจ และทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ และการแบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา www.zalora.co.th. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปรัชญา บุญเดช. (2018). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถ้ำเลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พรไพลิน จุลพันธ์. (2563). “พิพัฒน์” ถก 15 โรงแรมตั้งวันนี้ พื้นที่ไทยพยุงเล็กจ้าง. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2564 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/907989>

- วีรพงษ์ สุทาวัน. (2019). พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก. คณะบริหารธุรกิจ. วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2014). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ. คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศิวพร มีนาภา. (2562). ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิริพร ดงสิงห์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. คณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- Cohen. (2003). "Backpacking: diversity and change". *Tourism and cultural change*, 1(2): 95-110.