



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9
The 9th STOU National Research Conference

การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณ
ภาคเหนือตอนบน

The Study of the Influence of Perception among Gen X in Bangkok Towards Decision to
Travel to the Upper Northern Region of Thailand

ภานุสราภรณ์ พงษ์อมตย์ (Phatsaraphorn Pongamas)¹พีรภาว ทีวีสุข (Prerapha Taweesuk)²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อศึกษาการรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน โดยการวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรกลุ่ม GEN X ที่เคยท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานคือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านการสัมผัส, ด้านการมองเห็นและด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพบว่าด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติมีอิทธิพลมากที่สุด ($\beta = 0.299$) รองลงมา คือ ด้านการมองเห็น ($\beta = 0.261$) และสุดท้ายด้านการสัมผัส ($\beta = 0.228$) โดยจากสมการการถดถอยพหุคูณสามารถอธิบายการให้คำสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน ได้ร้อยละ 45.2

คำสำคัญ การรับรู้ ท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน

Abstract

The objectives of this study the influence of perception among GEN X in Bangkok Towards Decision to Travel To The Upper Northern Region of Thailand by employing the quantitative research methodology to examine the sample group which consisted of 400 GEN X travelers living in Bangkok who used to travel to the upper northern region of Thailand. The assumption of this study was assessed by multiple regression analysis. The hypothesis testing found that the three aspects of perception, including touch experiences, sights experiences and smells experiences and taste experiences influence on the decision to travel in the upper northern region of Thailand. When considering the regression coefficient, it was found that the smells experiences and taste experiences were the most influential ($\beta = 0.299$), followed by the sensory perception of sights experiences ($\beta = 0.261$), finally touch experiences came as the least significant influence ($\beta = 0.228$). From the multiple regression equation, it can explain the importance of decision making to travel in the upper northern region by 45.2%

Keywords: Perception, Travel to the Upper Northern Region

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ phatsaraphorn.p@gmail.com

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ preraphataw@pim.ac.th



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

บทนำ

การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันนั้น เป็นอุตสาหกรรมในด้านการบริการที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจมากกว่าด้านอุตสาหกรรมอื่น ๆ การท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่ปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างไม่สิ้นสุด การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว 189,158.64 ล้านบาท (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, สถานการณ์ท่องเที่ยวมีนาคมปี 2561) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวมีบทบาทสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโต และยังมีส่วนสำคัญในการช่วยฟื้นฟูและพัฒนาระบบคมนาคมขั้นพื้นฐานในประเทศให้ดีขึ้นอีกด้วยและยังช่วยทำให้เศรษฐกิจ ที่เคยซบเซาฟื้นตัวได้ในระยะเวลารวดเร็วกว่าภาคการผลิตและภาคการบริการอื่นๆ

ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวภาคเหนือในปี 2559 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวภาคเหนือประมาณ 26 ล้านคน สร้างรายได้ประมาณ 115,000 ล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและให้ความสนใจต่อสินค้าการท่องเที่ยวที่สร้างเสริมประสบการณ์ใหม่ ๆ เช่น อาหารประจำถิ่น(Gastronomy) การท่องเที่ยวแบบใส่ใจสิ่งแวดล้อมและตอบแทนสังคม (CSR) และที่สำคัญมีการบอกต่อโดยการแชร์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย สำหรับปี 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคาดว่าจะสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวประมาณ 1,016,500 ล้านบาท ทั้งนี้โดยภาคเหนือจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.70 หรือประมาณ 134,800 ล้านบาท (Tourism for all, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2561) จากแผนพัฒนาภาคเหนือ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ได้กล่าวถึงโอกาสตลาดการท่องเที่ยวที่ขยายตัว จากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง หรือ Greater Mekong Subregion (GMS) ซึ่งมีความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีและธรรมชาติที่คล้ายคลึงกัน สามารถพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่หลากหลายร่วมกันและดึงดูดนักท่องเที่ยวจากนานาประเทศ นอกจากนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของภาคเหนือที่มีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยนั้น มีภูมิอากาศที่ดี ธรรมชาติที่สวยงาม มีประวัติศาสตร์อันยาวนานและมีประเพณี วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ เหมาะแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อน ภาคเหนือตอนบนมีทั้งหมด 8 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน แม่ฮ่องสอน และพะเยา(แผนงานวิจัยการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ, 2558) และในประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย ณ ปัจจุบัน ที่กำลังจะก้าวเป็นสังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์ เนื่องจากสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจำนวนประชากรของประเทศไทยในปี 2560 จากกรมการปกครองนั้นพบว่า ผู้ที่เกิดในระหว่าง พ.ศ. 2508-2523 หรือกลุ่ม GEN X มีจำนวนประชากรมากถึง 16.5 ล้านคน ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศ เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การยกระดับภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวคิด ประเทศไทย 4.0 หรือ Thailand 4.0 เพื่อยกระดับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว การปรับปรุงการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้ตามมาตรฐานสากล ซึ่งนโยบายของภาครัฐที่ผลักดันนั้นผู้วิจัยเล็งเห็นว่ากลุ่ม GEN X มีการรับรู้มากน้อยเพียงใด จึงมาทำการวิเคราะห์และศึกษาหาผลลัพธ์ต่อไป

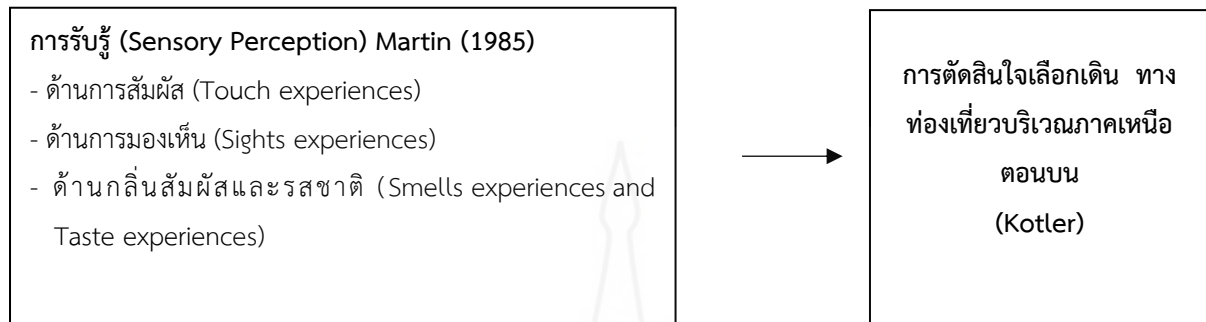
วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9 The 9th STOU National Research Conference

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยการรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดิน ทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้ทางประสาทสัมผัส (Sensory Perception) หมายถึง กระบวนการทางประสาทสัมผัสของมนุษย์ (The human sensory processes) ดังนั้น ประสาทสัมผัส (Sense) คือ ความสามารถทางกายภาพของสิ่งมีชีวิต ที่นำเข้าปัจจัยที่ใช้ สำหรับการรับรู้ (Provide inputs for perception) หรือ ข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมผ่านทางอวัยวะรับสัมผัส (Sense organs) เช่น ตา (Eye), หู (Ear), จมูก (Nose) ซึ่งแต่ละอวัยวะเป็นส่วนหนึ่งของระบบประสาทสัมผัส (Sensory system) ซึ่งจะนำเข้า ข้อมูลด้านประสาทสัมผัส และส่งต่อไปสู่สมอง (Martin, 1985) เมื่อข้อมูลทางประสาทสัมผัส (Sensory inputs) ที่ซับซ้อน เหล่านั้น ได้เข้าสู่กระบวนการประสานข้อมูล การระลึกได้ และการตีความ จึงเรียกว่า เกิดการรับรู้ ทางประสาทสัมผัส (Sensory Perception) (Pinel, 1993) ต่อสิ่งแวดล้อม/วัตถุ เช่น โต๊ะ คอมพิวเตอร์ ดอกไม้ ดึก ในรูปของประสบการณ์การ มองเห็น (Sights experiences) การได้ยิน (Sounds experiences) การได้กลิ่น (Smells experiences) การรู้รส (Taste experiences) และการสัมผัส (Touch experiences) จึงกล่าวได้ว่าความเข้าใจของมนุษย์ ที่มีต่อโลกทั้งหมด เกิดจากการมี ประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัสทั้งสิ้น (Martin, 1985)

การตัดสินใจซื้อ (Kotler, 2016) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่สุดของความสำเร็จในด้านธุรกิจและการตลาดโดยผู้บริโภคจะเริ่มคุ้นเคย และรู้จักกับตราสินค้า (Brand name) นั้นมากขึ้น เกิดจากผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการได้รับรู้ ข้อดีของตราสินค้าหรือบริการนั้น ทำให้เกิดการชื่นชอบ เมื่อเกิดความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการจะค้นหาข้อมูลของ ตราสินค้า ด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ เป็นตัวแปรสำคัญในการ ตัดสินใจซื้อ ที่ส่งผลต่อการสร้างตราสินค้าในธุรกิจ แสดงตัวตนของตราสินค้าหรือการบริการ ไปจนถึงการตั้งราคาขาย สะท้อน จากคุณค่า ซึ่งบทบาทสำคัญที่เกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภค มีผลอย่างมากต่อการบริหารจัดการตราสินค้า (Brand name)

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Kotler 2012) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจ การรับรู้การเรียนรู้บุคลิกภาพ และทัศนคติซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความต้องการ ต้องตระหนักว่ามีสินค้าให้เลือก มากมาย กิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่ หรือข้อมูลที่ฝ่ายผู้ผลิตให้มา อันดับสุดท้าย คือการ ประเมินค่าของทางเลือกเหล่านี้



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

สุจิตรา ไชยจันทร์ (2559) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่ม Baby Boomer ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวและแนวโน้มการท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในประเทศในอนาคตของกลุ่ม Baby Boomer จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ สนใจแหล่งท่องเที่ยว ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล และเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว นิยมเดินทางไปภาคเหนือของประเทศไทย เมื่อพูดถึง “การท่องเที่ยวในประเทศไทย” นึกถึงผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวมากที่สุด มีทัศนคติในแง่บวกต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้าน ทรัพยากรท่องเที่ยว

พรศิริ บินนาราวี (2555) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอปายมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 34 ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอปายร้อยละ 66 เป็นเพศชาย ร้อยละ 36.5 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.5 โดยมีอายุ 21-30 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี 27.3 และอายุมากกว่า 51 ปี ค่าเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยความคาดหวังในด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมีค่ามากที่สุด รองลงมาคือด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่วนการรับรู้จริงต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้จริงต่อด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาดมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และเมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังในการท่องเที่ยวกับการรับรู้จริงต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย มีผลต่างที่มีแนวโน้มไปสู่ความไม่พึงพอใจซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐาน

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษามีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน โดยใช้รูปแบบการสำรวจข้อมูลโดยเน้นจากกลุ่มตัวอย่างประชากร GEN X เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่ม GEN X อายุระหว่าง 39-54 ปี (2508 – 2523) (ภัสสรานัฐ รัชธนาสมบัติ, 2558) ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน วิธีการสุ่มตัวอย่างในอันดับแรกใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) ด้วยวิธีจับฉลากโดยจับฉลากได้เขตกรุงเทพฯ บัวหลวง ซึ่งแบ่งออกเป็น 9 เขต ดังนี้ เขตจตุจักร บางกะปิ ลาดพร้าว หลักสี่ ดอนเมือง สายไหม บางเขน บึงกุ่ม และวังทองหลาง (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, กองสารสนเทศภูมิศาสตร์ ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร) อันดับที่สองทำการกำหนดตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional Allocation) และสุดท้ายเก็บตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บตัวอย่างเฉพาะผู้ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน ซึ่งผู้วิจัยจะมีคำถามเกริ่นนำกับตัวอย่างว่าเคยเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบนหรือไม่ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มย่อยแต่ละกลุ่ม เพื่อเป็นสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) 4 ส่วนคือ (1) แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (2) แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ (3) แบบสอบถามด้าน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

การตัดสินใจเลือกเส้นทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน (4) ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ และมีค่าความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.87 และมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

- ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เคยท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน ทั้งหมด 8 จังหวัด ได้แก่ 1. เชียงใหม่ 2. เชียงราย 3. ลำปาง 4. ลำพูน 5. แม่ฮ่องสอน 6. น่าน 7.แพร่ 8. พะเยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 เพศชายจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และส่วนใหญ่มีอายุ 39-43 ปี จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุ 44-48 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ถัดมาเป็นกลุ่มที่มีอายุ 49-54 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 ตามลำดับ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมาคือกลุ่มคนที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มคนที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือกลุ่มคนที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ราชการ/ องค์กรมหาชน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มคนที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น ทนายความ เป็นต้น จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และมีรายได้รวมต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือกลุ่มคนที่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 20,001-30,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มคนที่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.8

- ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่ม GEN X ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทย การรับรู้อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทั้ง 3 ด้าน นักท่องเที่ยวรับรู้ด้านการมองเห็นมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านการสัมผัสเท่ากับ 3.94 และรับรู้ลำดับสุดท้าย ด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติเท่ากับ 3.80

พิจารณาข้อคำถามรายข้อ ในด้านการสัมผัส พบว่า มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดังกล่าว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่แปลกใหม่ และน่าสนใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมา คือ เทศกาล วัฒนธรรม กิจกรรมทางศาสนาและขนบธรรมเนียม มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และรับรู้ลำดับสุดท้าย คือ ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

พิจารณาข้อคำถามรายข้อในด้านการมองเห็น พบว่า มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ทั้ง 6 ข้อ และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดังกล่าว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ถึงการท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบนทำให้มองเห็นถึงความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา คือ การได้มองเห็นสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทำให้รับรู้ถึงธรรมชาติได้มากขึ้น รวมถึงได้การเห็นสถาปัตยกรรมที่สวยงาม และที่เอกลักษณ์ของทางภาคเหนือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณภาคเหนือตอนบน ในด้านการมองเห็นลำดับสุดท้าย คือ ความสะอาดของที่พัก และความปลอดภัยของสถานที่พักผ่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

และทั้งนี้เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อในด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติ พบว่า การรับรู้อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดังกล่าว พบว่า อาหารพื้นบ้านและรสชาติของทางภาคเหนือ ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ได้มากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมา คือ ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของเครื่องเทศและส่วนผสมอาหารของทางภาคเหนือที่ทำให้กลิ่นและรสชาติที่ไม่เหมือนภาคอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณภาคเหนือตอนบน ในด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติลำดับท้ายสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 คือ อาหารพื้นบ้านของภาคเหนือมีความอร่อยกว่าภาคอื่นๆ

- ผลการทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วยสมมติฐานหลัก ดังนี้

จากสมมติฐานที่ 1 ที่ระบุว่า การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน คือ ด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติ ($\beta = 0.299$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบนมากที่สุด รองลงมาเป็นตัวแปรด้านการมองเห็น ($\beta = 0.261$) และตัวแปรที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ด้านการสัมผัส ($\beta = 0.228$) โดยสมการการถดถอยพหุคูณที่ได้จากการวิเคราะห์นี้สามารถอธิบายการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน ได้ร้อยละ 45.2

ตารางที่ 1 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ตัวแปรที่มีอิทธิพล	สมการถดถอยพหุคูณ
H : การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ใน กรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน	ด้านการสัมผัส ($X_{1.1}$) ($\beta = 0.228$) ด้านการมองเห็น ($X_{1.2}$) ($\beta = 0.261$) ด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติ ($X_{1.3}$) ($\beta = 0.299$)	$Y = 1.097^{**} + 0.215^* X_{1.1} + 0.258^* X_{1.2} + 0.265^{**} X_{1.3}$ และ $R^2 = 0.452$

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การศึกษาในครั้งนี้ประกอบไปด้วยสมมติฐานงานวิจัย 2 สมมติฐานดังต่อไปนี้

H0 : การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน

H1 : การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

โดยการทดสอบสมมติฐานนั้นจะใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อหาอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากสมมติฐานงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ ปรับมาตรฐาน		ค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอยปรับ มาตรฐาน (β)	ค่าสถิติ ทดสอบ (t)	ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ (p-value)
	B	Std. Error			
ค่าคงที่ (Constant)	1.097	0.165		6.667	0.000**
การสัมผัส	0.215	0.05	0.228	4.321	0.000**
การมองเห็น	0.258	0.05	0.261	5.116	0.000**
กลิ่นสัมผัสและรสชาติ	0.265	0.042	0.299	6.274	0.000**

$R = 0.673$, $R \text{ Square} = 0.452$, $\text{Adjusted } R \text{ Square} = 0.448$, $F = 109.087$, $\text{Sig. of } F = 0.000$, $\text{Durbin-watson} = 1.95$ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 , *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางสามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน ได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระคือ

$X_{1.1}$ คือ ด้านการสัมผัส

$X_{1.2}$ คือ ด้านการมองเห็น

$X_{1.3}$ คือ ด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติ

ตัวแปรตามคือ

Y คือ การตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน

สมการการถดถอยพหุคูณที่ได้คือ

$$Y = 1.097^{**} + 0.215^{*} X_{1.1} + 0.258^{*} X_{1.2} + 0.265^{**} X_{1.3} \text{ และ } R^2 = 0.452$$

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.673 แสดงว่าตัวแปรการรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน มีความสัมพันธ์กัน ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ (ธีระดา ภิฎโญ, 2558) มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.95 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ค่า 2 แสดงว่า ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (ธีระดา ภิฎโญ, 2558) นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนจากตาราง ANOVA พบว่ามีค่า



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

นัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรการรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน มีความสัมพันธ์เป็นเส้นตรง จึงสามารถนำมาทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้

จากสมการพบว่า การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน ตัวแปรทั้ง 3 ตัว ได้แก่ ด้านการสัมผัส ด้านการมองเห็น ด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติ สามารถอธิบายการรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบนได้ร้อยละ 45.2

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร มีการรับรู้เกี่ยวกับด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติ ($\beta = 0.299$) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบนมากที่สุด รองลงมา เป็นการรับรู้ด้านการได้มองเห็น ($\beta = 0.261$) และการรับรู้ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ด้านการสัมผัส ($\beta = 0.228$)

อภิปรายผลการวิจัย

การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน "สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เคยท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน ทั้งหมด 8 จังหวัด ได้แก่ 1. เชียงใหม่ 2. เชียงราย 3. ลำปาง 4. ลำพูน 5. แม่ฮ่องสอน 6. น่าน 7.แพร่ 8. พะเยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 39-43 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้รวมต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม การรับรู้ของกลุ่ม GEN X ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบนของชาวไทย กลุ่ม GEN X พบว่า การรับรู้ที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณภาคเหนือตอนบน กลุ่ม GEN X พิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทั้ง 3 ด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ การมองเห็น

เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อในด้านการรับรู้ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก ทั้ง 5 ข้อ และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่แปลกใหม่ และน่าสนใจ เป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ Aswin Sangpikul (2007) ที่ทำการศึกษาแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย พบว่ามีปัจจัยกระตุ้นในการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยผลักดัน คือ ต้องการค้นหาความแปลกใหม่ในการพักผ่อน และการการเพิ่มพูนความรู้และปัจจัยดึงดูด คือเสน่ห์ของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การจัดการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมช้อปปิ้งและพักผ่อนหย่อนใจ และความปลอดภัยและความสะอาด เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อในด้านการมองเห็น พบว่า มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ทั้ง 6 ข้อ และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดังกล่าว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ถึงการท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบนทำให้มองเห็นถึงความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มุกเหริญ สิตลานุชิต และวรัญญาภรณ์ ศรีสุวรรณ (2559)



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพปัจจุบันและปัจจัยที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในชุมชนวอแก้ว อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวและแหล่งธรรมชาติที่สวยงาม มีความโดดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนวอแก้ว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ความเป็นมาของชุมชน และวัฒนธรรมประเพณี และงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาคภูมิ ภักดีภาส, และเบญญาภา กันทะวงศ์วาร (2016) มีจุดประสงค์การวิจัย คือเพื่อทราบถึงความรู้ความเข้าใจพฤติกรรม และส่วนประสมทางการตลาดต่อการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงการท่องเที่ยววิถีไทยในด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของแหล่งธรรมชาติ สภาพความสมบูรณ์ทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

นอกจากนั้นเมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อในด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติ พบว่า การรับรู้อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดังกล่าว พบว่า อาหารพื้นบ้านและรสชาติของทางภาคเหนือ ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ได้มากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Assael (1998) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้สิ่งเร้าและตีความของผู้บริโภค ลักษณะของสิ่งเร้าที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ (Stimulus Characteristics Affecting Perception) สิ่งเร้าที่จะทำให้บุคคลเกิด “การรู้สึก (Sensation)” ในส่วนประกอบด้านความรู้สึก (Sensory Elements) ในด้านรสชาติ (Taste) ในผลิตภัณฑ์ประเภทกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม มีสิ่งเร้าเรื่องรสชาติเป็นตัวกำหนด และสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ หทัยชนก นิมนบ้านไร่, รัชพงศ์ วงศาโรจน์ (2558) ได้ศึกษาวิเคราะห์หัตถ์ภาพของอาหารพื้นเมืองน่าน และศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารพื้นเมืองน่าน พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นบ้าน มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากอาหารทั่วไปมากที่สุด งานวิจัยนี้ได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองของจังหวัดน่าน 6 ด้าน คือ ด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง ด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง ด้านราคา ด้านการบริการ ด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

สำหรับข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะ 2 ส่วน คือ ข้อเสนอจากงานวิจัยกรุงเทพมหานคร และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการสัมผัสมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน โดยจากข้อคำถามรายชื่อของปัจจัยด้านการสัมผัส ข้อที่ระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่แปลกใหม่ และน่าสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้จึงขอเสนอแนะไปยังหน่วยงานผู้รับผิดชอบ หรือชาวบ้านในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนช่วยรณรงค์ ไปรื้อฟื้น แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ซึ่งอาจจะเมืองรองที่อยู่ห่างไกลออกไป สร้างการรับรู้และความน่าสนใจใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางสัมผัสธรรมชาติที่แปลกใหม่ อันจะเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนใหม่ๆ อีกด้วย เช่น ชุมชนหมู่บ้านรักไทย ตำบลหมอกจำแป่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลกว่า 1,776 เมตร หมู่บ้านโอบล้อมไปด้วยทิวเขา แมกไม้ ที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสและดื่มด่ำกับการชมชา และชาหมูหมั่นโถว



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

และหมู่บ้านดังกล่าวนี้ยังมีกิจกรรมหลายอย่างไว้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และ Unseen ของเมืองลำปาง ซึ่งถูกพูดถึงกันมากในช่วงปีที่ผ่านมาคือ "วัดเฉลิมพระเกียรติพระจอมเกล้าราชานุสรณ์" หรือวัดพระบาทปู่ผาแดง ตั้งอยู่บนยอดภูเขาใหญ่ในอำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง ที่สูงกว่า 815 เมตร โดดเด่นด้วยเจดีย์และศาลาต่าง ๆ บนยอดเขาหิน ดงดงและนาศรัทธา

1.2 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านด้านการมองเห็นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบนโดยจากข้อความรายข้อของปัจจัยด้านการมองเห็น ข้อที่ระบุว่า การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้มองเห็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บริเวณภาคเหนือตอนบน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้จึงขอเสนอแนะไปยังหน่วยงานผู้รับผิดชอบ หรือชาวบ้านในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ช่วยกันจัดการ ยกตัวอย่างเช่น การจัดการเรื่องขยะ การกำจัดขยะ หรือสิ่งปฏิกูล และดูแลสภาพแวดล้อม ทำการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้สมบูรณ์อยู่เสมอพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาสัมผัสธรรมชาติ

1.3 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวบริเวณภาคเหนือตอนบน โดยจากข้อความรายข้อของปัจจัยด้านกลิ่นสัมผัสและรสชาติ พบว่าอาหารพื้นบ้านของภาคเหนือ มีรสชาติแตกต่างจากภาคอื่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้จึงขอเสนอแนะไปยังเจ้าหน้าที่จากกระทรวงสาธารณสุขลงพื้นที่ จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจ แก่ผู้ประกอบการ ร้านอาหารทางภาคเหนือ เพื่อให้ได้ตามมาตรฐานและถูกสุขอนามัย มีความปลอดภัย และคุณภาพที่ดีอยู่เสมอ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยทำการศึกษาเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับกลุ่ม GEN X เช่น ศึกษาด้านการท่องเที่ยว ความต้องการการท่องเที่ยว สภาวะและสถานการณ์รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่สำหรับกลุ่ม GEN X พร้อมทั้งศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังภาคอื่น ๆ เช่น ภาคอีสาน ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและวางแผนการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม GEN X ในประเทศไทย ตอบสนองวิถีชีวิตสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ให้ได้องค์ความรู้และต่อยอดแนวความคิด สำหรับผู้ประกอบการในอนาคต ใช้สำหรับเป็นแนวทางจัดหาบริการการท่องเที่ยวให้แก่ประชากรกลุ่ม GEN X ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างรายได้หมุนเวียนภายในประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง. (2560). รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านประจำปี พ.ศ.2560. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561, จาก

https://www.dopa.go.th/main/web_index

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564).

กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

ภัสสรณัฐ รวยธนาสมบัติ (2558). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในแต่ละเจนเนอเรชัน. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

มุกเหรียญ สิตลาชนิด และวรัญญาภรณ์ ศรีสวรรค์นล. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของชุมชนวอแก้ว อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. ปีที่ 12 ฉบับที่ 2/2559, 83.

รัฐนันท์ พงศ์วิจิตร, ภาคภูมิ ภักวิภาส, และเบญญาภา กันทะวงศ์วาร (2016) พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

ของประเทศไทย. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Science)* 2016;9(3), 127.

หทัยชนก ฉิมบ้านไร่, รัชพงศ์ วงศาโรจน์. (2558). ศักยภาพอาหารพื้นเมืองและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน. วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. ปีที่ 1(ฉบับที่ 1/2558), 37.

Aswin Sangpikul. (2007). Segmenting the Japanese Senior Travel Market: Implications for Thailand's Tourism Industry. *Journal of Hospitality & Tourism*, 5(1): 95 - 106.

