ความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

SERVICE EXPECTATION AND VALUE OF SERVICE SELECTION AFFECTING BEFORE RETIRING (45-50 YRS.) WORKING WOMAN'S DECISIVE BEHAVIOR TO USE THE TOURISM BUSINESS FOR OVERSEAS TRAVELLING

ยุวธิดา สุขทวี
สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Uvatida Suktawe
E-mail : 6514155005@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Marketing
Ramkhamhaeng University
Corresponding Author

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสำรวจและสรุปความคิดเห็นของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ 2) เพื่อวิเคราะห์และสรุปอิทธิพล สรุปทิศทางของอิทธิพล สรุปความแตกต่างของขนาดอิทธิพล ของปัจจัยด้านความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งได้ทำการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 ตัวอย่างจำนวน 400 คน เลือกจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกสถิติที่ใช้ประกอบสถิติเชิงพรรณา ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ทั้งนี้การทดสอบสมมุติฐานทำที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาอธิบายได้ว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคาดหวังในระดับที่คาดหวังค่อนข้างมากต่อการบริการของธุรกิจนำเที่ยว ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับที่ค่อนข้างเห็นด้วยต่อค่านิยมในการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าในส่วนของ ความคาดหวังในการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในระดับที่ค่อนข้างมาก ในด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ

ให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ในส่วนของค่านิยมในการเลือกใช้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับที่ค่อนข้างเห็นด้วย ในเรื่องค่านิยมทางจิตวิทยา ค่านิยมส่วนบุคคล และค่านิยมทางสังคม ตามลำดับ นอกจากนี้ในส่วนของการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ และด้านการประเมินทางเลือก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับที่ค่อนข้างเห็นด้วย ในด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อ

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ผลการวิเคราะห์อธิบายได้ว่า ความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการ มีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

Abstract

The Purposes of this study were to 1) survey and summarize the opinions of pre-retirement women aged 45-50 years in Bangkok on service expectations and service selection values that affect the behavior of choosing foreign tour businesses; 2) analyze and summarize the influence, direction of influence, and difference in the size of influence of factors of service expectations and service selection values on the behavior of choosing foreign tour businesses of pre-retirement women aged 45-50 years in Bangkok.

The instrument used for data collection was a questionnaire which was examined by experts and had a reliability value of 0.85. The sample consisted of 400 people selected by convenient sampling. The statistics used for descriptive statistics included frequency, percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics including multiple regression analysis. The hypothesis testing was done at a statistical significance level of 0.05.

The results of the study show that overall, the respondents have quite high expectations for the services of the tour business, while the respondents have quite high opinions on the values in choosing the services of the business and the respondents have very high opinions on choosing the international tour business. When considering in detail, it was found that in terms of service expectations, the respondents have quite high expectations in terms of staff, service process and marketing promotion. In terms of values in choosing the services, it was found that the respondents have quite high opinions on psychological values, personal values and social values, respectively. In addition, in terms of choosing

the international tour business, it was found that the respondents have very high opinions on the perception of needs and the evaluation of alternatives.

When analyzing the factors that influence the choice of foreign tour businesses among pre-retirement women aged 45-50 years, the analysis results explain that service expectations and service selection values have direct influence on the choice of foreign tour businesses among pre-retirement women aged 45-50 years, respectively, with statistical significance at the 0.05 level.

ที่มา และปัญหาของการวิจัย

ในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศนั้นเป็นเรื่องที่นิยมกันอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งในกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานไปจนถึงกลุ่มวัยรุ่นวัยเรียนนั้นล้วนแล้วแต่ชอบเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ นอกจากนี้ การพัฒนาระบบสาธารณสุขการรักษาพยาบาลที่ดีขึ้น ทำให้ประชากร มีอายุยืนยาวมากขึ้นส่งผลให้สัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะหลังศตวรรษที่ 21 ซึ่งประชากรในยุค “Baby Boomer” หรือ “Gen X” เข้าสู่วัยเกษียณอายุจากการงาน มีความพร้อมทั้งด้านรายได้ สุขภาพ และเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผู้มีกำลังซื้อสูงมาก (ศตวรรษที่ 21 กับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในประเทศไทย ผศ.ดร.ตุลยราศรี ประเทพ,2021)

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยจึงได้เลือกคนกลุ่มนี้ที่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 45-50 ปี มาทำการศึกษา เนื่องจากมีความพร้อมทางด้านรายได้ สุขภาพ และเวลาเดินทาง เพื่อศึกษาความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้มีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี เพื่อดูปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของคนช่วงอายุ 45-50 ปี โดยที่ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990, p. 20) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการแบ่งออกเป็น 5 ประการได้แก่ 1) การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำ จากบุคคลอื่น 2) ความต้องการของแต่ละบุคคล 3) ประสบการณ์ในอดีต 4) ข่าวสารจากสื่อและจากผู้ให้บริการ และ 5) ราคา และในส่วนของค่านิยม ไม่ว่าจะเป็น ค่านิยมส่วนบุคคล หรือค่านิยมทางจิตวิทยา ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเช่นกัน

สำหรับการวิเคราะห์เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ของการศึกษาในครั้งนี้นั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะนำปัจจัย ซึ่งได้มีการอธิบายไว้โดยแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ปัจจัยด้านความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการ เพื่อเป็นการยืนยันการขยายผล และการสรุปผลให้กับการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บรวมรวมได้ตามระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

ดังนั้น ปัญหาของการวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงประกอบด้วยปัญหาดังต่อไปนี้

1. ผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นอย่างไรต่อปัจจัยความคาดหวังในการบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

2. ผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นอย่างไรต่อปัจจัยด้านค่านิยมในการเลือกใช้บริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประเภทการศึกษา การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้เทคนิคของการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ได้ถูกสร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ขอบเขตด้านประชากร ในที่นี้หมายถึงประชากรที่จะให้ข้อมูลโดยการตอบคำถามที่แสดงไว้ในแบบสอบถามผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของประชากรไว้ดังต่อไปนี้ คือ

2.1 เป็นบุคคลที่มีอาชีพในวัยทำงานหรือไม่มีอาชีพ เพศหญิง ช่วงอายุ 45-50 ปี และอาศัยอยู่ในบริเวณกรุงเทพมหานคร

2.2 เป็นบุคคลที่มีประสบการณ์ทางด้านการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศมาก่อน

2.3 เป็นบุคคลที่มีความรู้และความเข้าใจหรือมีความสนใจเกี่ยวกับการใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

3. ขอบเขตของตัวอย่าง ตัวอย่างในที่นี้หมายถึง บุคคลที่ผู้วิจัยสุ่มโดยพิจารณาถึงความน่าจะเป็น จากประชากรที่ระบุคุณสมบัติไว้ข้างต้น ผู้วิจัยเลือกที่จะใช้ตัวอย่างเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน นอกจากนี้วิธีการในการเลือกตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบสะดวก สำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ตารางสำเร็จรูป (Yamane,1967) ซึ่งได้จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

4. ขอบเขตเนื้อหา

4.1 การอธิบายคุณลักษณะของตัวแปรทุกตัวที่จะนำมาศึกษา เพื่อนำไปสู่การสร้างเนื้อหาของแบบสอบถาม การพิจารณาการวัด และการใช้มาตรวัดที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์ทางสถิติ

4.2 การศึกษาที่สนับสนุน และอธิบายถึงอิทธิพลที่เกิดขึ้นระหว่างตัวแปรเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวความคิดที่แสดงถึงอิทธิพลระหว่างตัวแปร การนำเสนอและการทดสอบสมมุติฐาน ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

4.3 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาใช้กับการอธิบายคุณลักษณะของตัวแปรและอิทธิพลระหว่างตัวแปร

5. ขอบเขตของตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรที่ศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยตัวแปรประเภทต่างๆ ได้แก่

5.1 ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น เป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาเพื่อวิเคราะห์ว่าตัวแปรอิสระเหล่านี้ส่งผลต่อตัวแปรตามในลักษณะใด กล่าวคือ (1) จะส่งผลหรือไม่และ (2) จะส่งผลไปในเชิงบวกหรือเชิงลบ ในที่นี้ตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษา ได้แก่

5.1.1 ความคาดหวังในการบริการ

5.1.2 ค่านิยมในการเลือกใช้บริการ

5.2 ตัวแปรตาม เป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่าจะได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอิสระตัวใดบ้าง ในที่นี้ตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตามที่กล่าวมาข้างต้น จะนำมาศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลหรือการมีอิทธิพลต่อกัน ดังนี้

1. การส่งผลหรือการมีอิทธิพลต่อกันระหว่างความคาดหวังในการบริการ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การส่งผลหรือการมีอิทธิพลต่อกันระหว่างค่านิยมในการเลือกใช้บริการ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

6. ขอบเขตการใช้สถิติ

6.1 สถิติเชิงพรรณา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อใช้อธิบายคุณลักษณะของตัวแปรทุกตัว และค่าสัมประสิทธิอัลฟ่าของครอนแบช (Cronbach's alpha coefficient) เพื่อแสดงค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ (แบบสอบถาม)

6.2 สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์การถดถอย เพื่อนำมาใช้ในการ

การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.การทบทวนแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรที่ศึกษาในที่นี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระได้แก่ ความคาดหวังในการบริการ ค่านิยมในการเลือกใช้บริการ และตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 การทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับ ความคาดหวังในการบริการ

Parasuraman, et al. (1998) อ้างใน โสภาวรรณ ตรีสุวรรณ์ (2550) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่คาดหมายว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงและจะทำการประเมินสิ่งที่ได้รับจากความคาดหวัง ความต้องการเป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์

ชลลดา มงคลวนิช รัตนาภรณ์ ชาติวงศ์ (2560) ได้อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง การคาดการณ์ของผู้รับบริการต่อสิ่งต่างๆ โดยบุคคลจะใช้ประสบการณ์ที่มีมาเป็นปัจจัยในการกำหนดความคาดหวังซึ่งเป็นความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้การตีความ หรือการคาดการณ์ที่ยังไม่เกิดขึ้น เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง ซึ่งถ้าการให้บริการไม่ตรงกับระดับความต้องการของผู้รับบริการก็จะเกิดความไม่พอใจ ถ้าให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจ

คำอธิบายข้างต้นสรุปเป็นประเด็นสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง ทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่คาดหมายว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ โดยบุคคลจะใช้ประสบการณ์ที่มีมาเป็นปัจจัยในการกำหนดความคาดหวัง โดยการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับเรื่องความคาดหวังก็จะศึกษาในประเด็นด้านความคาดหวังในการบริการในส่วนของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

1.2 การทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับ ค่านิยมในการเลือกใช้บริการ

พัชรา ทิพยทัศน์ (2551) กล่าวว่า ค่านิยม เป็นสิ่งที่มีในตัวของบุคคลแต่ละคน และมีอิทธิพลต่อสิ่งที่คิดและสิ่งที่ทำ ค่านิยมเป็นสิ่งที่กาหนดให้มีการพัฒนาการไปสู่สิ่งใหม่ๆ เป็นสิ่งบ่งชี้ความต้องการคนทุกคนหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจะมีค่านิยมประจำกลุ่มซึ่งมีความแตกต่างกันไป ความแตกต่างกันของค่านิยมจะเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของแต่ละบุคคล

ธัญชนก สุขแสง (2556) ได้กล่าวไว้ว่า ค่านิยมส่วนบุคคล (Personal Values) เป็นการสร้างแรงบันดาลใจเป้าหมายที่สำคัญของแต่ละบุคคลทางด้านความคิดและอารมณ์ส่งต่อไปถึงการดำเนินชีวิตต่อไปในสังคม ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ผลจากการศึกษากล่าวว่า ค่านิยมส่วนบุคคลเป็นตัวกำหนดบทบาทความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ พฤติกรรม และประสบการณ์ทางสงคมของบุคคลที่มาจากสังคมที่แตกต่างกัน

คำอธิบายข้างต้นสรุปเป็นประเด็นสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้ว่า ค่านิยม คือ สิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนเอง โดยการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับเรื่องค่านิยมในการเลือกใช้บริการก็จะศึกษาในประเด็นด้านค่านิยมส่วนบุคล ค่านิยมทางสังคม และค่านิยมทางจิตวิทยา

1.3 การทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับ พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยว

วิชิต อู่อ้น (2557) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่ม บุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือก คำนึงถึง การตัดทิ้งเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และสังคมพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการรวมหลักการของจิตวิทยา สังคม วิทยา มานุษยวิทยา สังคม และเศรษฐศาสตร์

สุชาดา ธโนภานุวัฒน์ (2555) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวแบบแพ็กเกจทัวร์ เนื่องจากความสะดวกสบาย สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เหล่านั้นเป็นสถานที่ใหม่ที่ตัวของนักท่องเที่ยวเองยังไม่เคยไป

ดังนั้น พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค จึงหมายถึง การกระทำของบุคคลเกี่ยวกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการซื้อนั้นเกิดจากสิ่งเร้าที่มากระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภคทำให้เกิดความรู้สึกของความต้องการจนต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะสามารถมาตอบสนองต่อความต้องการได้

อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ โดยการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อจะนำมาศึกษาในประเด็นพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

2.การทบทวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งผลระหว่างตัวแปร

2.1 การส่งผลระหว่างตัวแปรความคาดหวังในการบริการกับตัวแปรพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยว

ธัญวลัย ชุติมาวัฒนานันทน์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมากับคณะทัวร์ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา โดยใช้การเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยใช้เครื่องมือตามหลักการของ Yamane พบว่า ด้านความคาดหวังเรื่องที่พักแรม ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ มีความคาดหวังอยู่ในระดับที่มากที่สุด ส่วนของด้านความพึงพอใจหลังจากเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ด้านการบริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนด้านสิ่งแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยว และอาหาร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

และยังมี นลิศรา บัวบาน (2556) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ และปัจจัยในการเลือกบริษัทจัดนำเที่ยวของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการบริการของ บริษัทจัดนำเที่ยวในมุมมองของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา และ 2) ศึกษาปัจจัยในการเลือก บริษัทจัดนำเที่ยวเพื่อพานักเรียนศึกษาดูงานในมุมมองของผู้บริหารโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษามีความคาดหวังมากที่สุดต่อคุณภาพการ บริการของบริษัทจัดนำเที่ยวในด้านความสุภาพของมัคคุเทศก์ขณะให้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ ความรับผิดชอบในงานของมัคคุเทศก์ และ มัคคุเทศก์มีความพร้อมของข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ศึกษาดูงาน ตามลำดับ

ผลการศึกษาที่ได้จากคำอธิบายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความคาดหวังในการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยว

2.2 การส่งผลระหว่างตัวแปรค่านิยมในการเลือกใช้บริการกับตัวแปรพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยว

กมล โสระเวช (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยค่านิยมและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลการศึกษาพบว่า ค่านิยมส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ

โสภาวรรณ ตรีสุวรรณ์1, ชิดชม กันจุฬา2 (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ค่านิยม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบริเวณเขื่อนในประเทศไทย กรณีศึกษา: เขื่อนรัชชประภา อทุยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎรธานี และเขื่อนศรีนครินทร์ อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จากผลการวิจัย พบว่า ค่านิยมทางการท่องเที่ยวเขื่อนด้านค่านิยมทางเศรษฐกิจ และส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวด้านจุดยืนผลิตภัณฑ์และด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว และด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลกระทบทางบวกต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวบริเวณเขื่อนในประเทศไทย

ผลการศึกษาที่ได้จากคำอธิบายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าค่านิยมในการเลือกใช้บริการส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

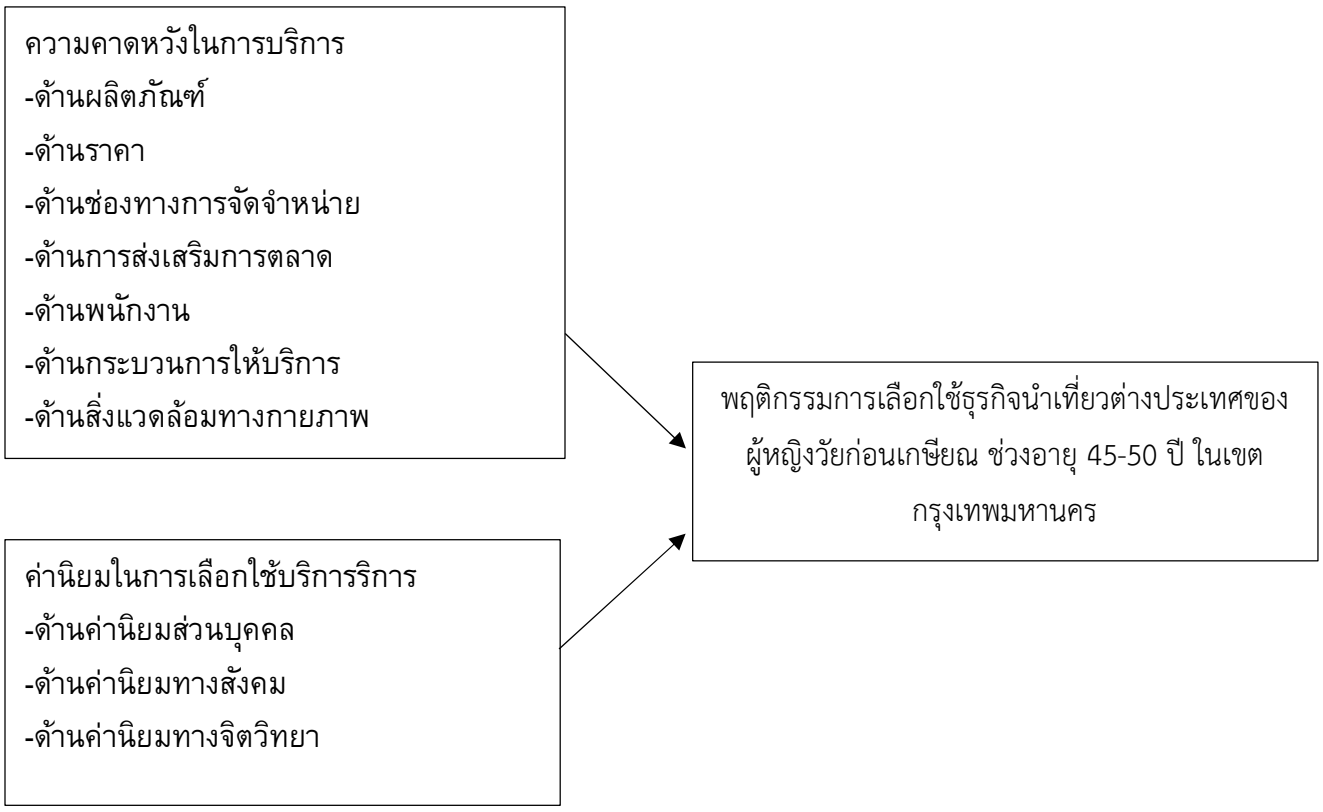
ข้อสรุปจากการทบทวนข้างต้นนำไปสู่การตั้งสมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลระหว่างความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการ ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : ความคาดหวังในการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

สมมุติฐานที่ 2 : ค่านิยมในการเลือกใช้บริการส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

กรอบแนวความคิด

ภาพตัวแปรและเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร



ภาพที่ 2.1 : ภาพแสดงเส้นทางของความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลระหว่างตัวแปร

ภาพข้างต้นเป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงเส้นทางของความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลระหว่าง ความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในที่นี้อธิบายได้ดังนี้

1. ความคาดหวังในการบริการ ส่งผลต่อ พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยว โดยที่ ธัญวลัย ชุติมาวัฒนานันทน์ (2559) และ นลิศรา บัวบาน (2556) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวจะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลผู้นั้นมีความคาดหวังในการบริการของธุรกิจนำเที่ยวมาก่อน

2. ค่านิยมในการเลือกใช้บริการ ส่งผลต่อ พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยว โดยที่ กมล โสระเวช (2557) และ โสภาวรรณ ตรีสุวรรณ์1, ชิดชม กันจุฬา2 (2560) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวหรือพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อจะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลผู้นั้นมีค่านิยมต่างๆในการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวหรือการเลือกซื้อที่แตกต่างกันมาก่อน

ระเบียบวิธีการวิจัย

1.ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการกำหนดคุณสมบัติไว้เพื่อให้ได้ประชากรที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับจากประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งคุณสมบัติของประชากร ได้แก่

1.1 เป็นบุคคลที่มีอาชีพในวัยทำงานหรือไม่มีอาชีพ เพศหญิง ช่วงอายุ 45-50 ปี และอาศัยอยู่ในบริเวณกรุงเทพมหานคร

1.2 เป็นบุคคลที่เคยมีประสบการณ์ทางด้านการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศมาก่อน

1.3 เป็นบุคคลที่มีความรู้และความเข้าใจหรือมีความสนใจเกี่ยวกับการใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

จำนวนประชากรที่มีคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้เนื่องจากไม่มีแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงได้

2. ตัวอย่าง ตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะถูกเลือกจากประชากรที่มีการกำหนดคุณสมบัติไว้ล่วงหน้าตามที่ระบุไว้ข้างต้น เหตุผลที่ผู้วิจัยใช้ตัวอย่างเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน แต่ผู้วิจัยมีข้อจำกัดด้านเวลา งบประมาณและบุคลากรที่จะใช้ในการเข้าถึง และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 พิจารณาคุณสมบัติของตัวอย่างจากคุณสมบัติของประชากรตามที่ระบุไว้ข้างต้น

2.2 กำหนดขนาดหรือจำนวนของตัวอย่างซึ่งในที่นี้เป็นการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ Cochrane (1977) ได้แก่

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

ในที่นี้ n หมายถึง ขนาด/ จำนวนของตัวอย่าง

Z หมายถึง ช่วงของความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 มีค่าเท่ากับ 1.96

e หมายถึง ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีค่าเท่ากับ 0.05 แทนค่าทั้งหมดจะได้ n = 384.16 ตัวอย่าง

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเลือกใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันข้อผิดลาดที่อาจเกิดขึ้น จากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ครบถ้วนของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.3 การเลือกตัวอย่างในการศึกษาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจความคิดเห็นผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

2.4 การดำเนินการเข้าถึงตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้วิธีการสำรวจทางออนไลน์

3. เครื่องมือในการศึกษา งานวิจัยฉบับที่ดำเนินการอยู่นี้ได้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการตั้งเป็นคำถามและผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามที่เป็นลักษณะของการแสดงความคิดเห็น ดังมีรายละเอียดของการจัดทำเครื่องมือ คือ

3.1 ที่มาของเครื่องมือ ในที่นี้หมายถึง คำถามที่อยู่ในแบบสอบถามที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ศึกษาทุกตัวและทุกประเภทนั้น ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ประกอบด้วย

3.1.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งได้มีการศึกษามาก่อน

3.1.3 คำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ

3.1.4 คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

3.2 องค์ประกอบของเครื่องมือ แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาประกอบด้วยคำถามซึ่งแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

<u>ส่วนที่ 1</u> เป็นคำถามด้านประชากรศาสตร์ และความคิดเห็นทั่วไปที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ผ่านคำถามคัดกรองมาแล้วว่าเป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 45-50 ปี และอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และมาเริ่มคำถามด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 3 ข้อ ลักษณะของคำถามในส่วนที่ 1 นี้จะเป็นคำถามชนิดปลายปิด แบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมีทั้งคำตอบที่เลือกตอบข้อที่ตรงกับความเห็นของผู้ตอบมากที่สุด

<u>ส่วนที่ 2</u> เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเรื่อง “ความคาดหวังในการบริการ” มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 31 ข้อ

<u>ส่วนที่ 3</u> เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเรื่อง “ค่านิยมในการเลือกใช้บริการ” มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 9 ข้อ

<u>ส่วนที่ 4</u> เป็นคำถามที่เกี่ยวกับตัวแปรเรื่อง “พฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ” มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 15 ข้อ

<u>ส่วนที่ 5</u> เป็นคำถามที่เกี่ยวกับคำแนะนำเพิ่มเติม

ลักษณะของคำถามในส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นคำถามชนิดปลายปิดแบบแบ่งระดับคะแนนโดยค่าคะแนนที่น้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 1 และค่าคะแนนที่มากที่สุดมีค่าเท่ากับ 5

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคำถามของแบบสอบถามก่อนที่จะนำไปแจกกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งการตรวจสอบเป็น 2 ประเภท กล่าวคือ

3.3.1 การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาเพื่อพิจารณาเนื้อหาของคำถามที่ต้องมีความครบถ้วนถูกต้อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา โดยดำเนินการดังนี้

1.) นำแบบคำถามที่สร้างขึ้นมอบให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อขอความเห็นด้วยการใช้วิธีการตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาทีเรียกว่าวิธีการ IOC ซึ่งในที่นี้ได้ใช้เกณฑ์ต่อไปนี้สำหรับการลงความเห็น

+1 เท่ากับ เนื้อหาของคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 เท่ากับ ไม่แน่ใจ

-1 เท่ากับ เนื้อหาของคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2.) ทำการหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ของคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนของการลงความคิดเห็นในแต่ละข้อคำถาม ซึ่งในแต่ละข้อจะต้องได้ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ≥0.5

3.) นำผลการลงความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ เข้าปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข และตัดข้อคำถามที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 0.05

3.3.2 การตรวจสอบความเชื่อถือ หรือความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยได้ดำเนินการในเรื่องนี้เพื่อตรวจสอบความแม่นยำในการนำคำถามของแบบสอบถามไปใช้ในการวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งในที่นี้หมายถึงผลหรือคำตอบที่ได้จะต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงจะสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้หรือมีความเที่ยง ผู้วิจัยได้ทำการทดลองโดยนำแบบสอบถามจำนวน 30-40 ชุด ไปทดลองกับกลุ่มทดลองจำนวน 30-40 คน ซึ่งกลุ่มทดลองจะต้องมีคุณสมบัติของประชากรอย่างครบถ้วน เมื่อได้รับคำตอบแล้วจะนำคำตอบไปคำนวณค่าโดยวิธีการหาสัมประสิทธิ์ครอนแบช (Cornbrash's Alfa Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวจะต้องมีค่าอยู่ในช่วงระหว่าง 0.7-1.00 จึงจะถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ได้ (Cronbach ,1970 อ้างใน สุทิน ชนะบุญ,2560)

4. ประเภทของสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ

4.1 สถิติเชิงพรรณา ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในเรื่องต่อไปนี้ คือ

4.1.1 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ใช้เพื่อวิเคราะห์และอธิบายถึงคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม และความคิดเห็นทั่วไป ซึ่งใช้มาตรวัดนามบัญญัติ และมาตรจัดอันดับ (สุทิน ชนะบุญ, 2560)

4.1.2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เพื่อวิเคราะห์และอธิบายความคิดเห็นของตัวอย่างในเรื่องความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

ของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรภาค (สุทิน ชนะบุญ, 2560) ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นการตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ว่า เพื่อสำรวจและสรุปความคิดเห็นของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

4.2 สถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อการทดสอบสมมุติฐานสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ว่าปัจจัยด้านความคาดหวังในการบริการ และปัจจัยด้านด้านค่านิยมในการเลือกใช้บริการ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ในรูปของการส่งผลระระหว่างตัวแปรอิสระ (ต้น) ที่ใช้มาตรวัดอันตรภาค และตัวแปรตามที่ใช้มาตรวัดอันตรภาค ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regress on Analysis) (สุทิน ชนะบุญ, 2560)

สรุป และอภิปรายผล

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 สรุปผลข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ สรุปได้ว่า จากคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 45-50 ปี อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 60,000-80,000 บาท และอาชีพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

1.2 สรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นทั่วไป

สำหรับผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นทั่วไปอันได้แก่ ความคาดหวังในการบริการ และค่านิยมในการเลือกใช้บริการ สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในระดับที่คาดหวังค่อนข้างมาก ส่วนค่านิยมในการเลือกใช้บริการ ผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นกับค่านิยมในการเลือกใช้บริการในระดับที่ค่อนข้างเห็นด้วย ทั้งค่านิยมส่วนบุคคล ค่านิยมทางสังคม และค่านิยมทางจิตวิทยา

1.3 สรุปผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ผลการศึกษาที่สรุปตามวัตถุประสงค์ ได้แก่

1.3.1 ผลสรุปความคิดเห็นของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ส่งต่อความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคาดหวังค่อนข้างมากต่อเรื่องการบริการในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ โดย 3 ลำดับแรก คือ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนค่านิยมในการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ค่อนข้างเห็นด้วย ต่อค่านิยมทางจิตวิทยา ค่านิยมส่วนบุคคล และค่านิยมทางสังคม ตามลำดับ

1.3.2 ผลสรุปการศึกษาที่ต้องการวิเคราะห์ว่าความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ จากการศึกษาพบว่าความคาดหวังในการบริการและค่านิยมในการเลือกใช้บริการส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาดังกล่าวยังเป็นการสอดคล้องกับสมมุติฐานที่เสนอไว้อีกด้วย

1.3.3 ผลสรุปการศึกษาที่ต้องการวิเคราะห์และสรุปทิศทางของอิทธิพลที่ปัจจัยแต่ละด้านส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ และด้านการประเมินทางเลือก ค่อนข้างเห็นด้วย ในด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อ

1.3.4 ผลสรุปการศึกษาที่ต้องการวิเคราะห์ความแตกต่างของขนาดอิทธิพลที่ปัจจัยแต่ละด้านส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรอิทธิพลด้านความคาดหวังในการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี มากกว่าอิทธิพลค่านิยมในการเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับสมมุติฐานที่เสนอไว้

2. การอภิปรายผล

การอภิปรายผลในเรื่องนี้เป็นการอภิปรายผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยอภิปรายเป็นลำดับต่อไปนี้

2.1 ผลการศึกษาที่พบว่าความคาดหวังในการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ธัญวลัย ชุติมาวัฒนานันทน์ (2559) ที่อธิบายว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมากับคณะทัวร์ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา มีความคาดหวังเรื่องที่พักแรม ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ มีความคาดหวังอยู่ในระดับที่มากที่สุด มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยว และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นลิศรา บัวบาน (2556) ที่อธิบายว่า การศึกษา เรื่อง ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ และปัจจัยในการเลือกบริษัทจัดนำเที่ยวของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ความสอดคล้องดังกล่าวสามารถอธิบายได้ในการศึกษาครั้งนี้ว่า ผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษามีความคาดหวังมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการของบริษัทจัดนำเที่ยว ในด้านความสุภาพของมัคคุเทศก์ขณะให้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ ความรับผิดชอบในงานของมัคคุเทศก์ และ มัคคุเทศก์มีความพร้อมของข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ศึกษาดูงานตามลำดับ ซึ่งส่งผลทางบวกให้เกิดความคาดหวังในการบริการ และมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยว เช่นเดียวกับแนวคิดของ นางสาวพัดชา ตีระดิเรก (2559) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างประเทศ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.2 ผลการศึกษาที่พบว่าค่านิยมในการเลือกใช้บริการส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ กมล โสระเวช (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยค่านิยมและส่วนประสมทาง

การตลาดที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลการศึกษาพบว่า ค่านิยมส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งส่งผลทางบวกให้เกิดค่านิยมในการเลือกใช้บริการ และมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยว และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ โสภาวรรณ ตรีสุวรรณ์1, ชิดชม กันจุฬา2 (2560) ที่อธิบายว่า ค่านิยม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบริเวณเขื่อนในประเทศไทย จากผลการวิจัย พบว่า ค่านิยมทางการท่องเที่ยวเขื่อนด้านค่านิยมทางเศรษฐกิจ และส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยว ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว และด้านกระบวนการให้บริการ ล้วนส่งผลกระทบทางบวกต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวบริเวณเขื่อนในประเทศไทย

3. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การที่ต้องการจะเข้าถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงวัยก่อนเกษียณ ช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร นั้น ปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาเพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ คือ ปัจจัยเรื่องความคาดหวังในการบริการ และค่านิยมในการเลือกใช้บริการในการพิจารณา
ปัจจัยด้านความคาดหวังในการบริการสิ่งที่ควรพิจารณาให้ความสำคัญเกี่ยวกับความคาดหวังแก่กลุ่มผู้หญิงช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นสามลำดับแรก
เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยด้านความคาดหวังในการบริการที่มีต่อประสบการณ์ของกลุ่มผู้บริโภค สิ่งที่ควรพิจารณาให้ความสำคัญเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มผู้หญิงช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ การสร้างการรับรู้ในด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และการดำเนินการด้านการขอวีซ่าต้องทำได้ถูกต้องตามกฎเกณฑ์ของประเทศปลายทาง ตามลำดับ

ในด้านปัจจัยค่านิยมในการเลือกใช้บริการสิ่งที่ควรพิจารณาให้ความสำคัญเกี่ยวกับค่านิยมแก่กลุ่มผู้หญิงช่วงอายุ 45-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านค่านิยมทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านค่านิยมส่วนบุคคล และปัจจัยด้านค่านิยมทางสังคม ตามลำดับ
4. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป
ผู้วิจัยได้เสนอแนะประเด็นที่ควรจะมีการนำไปศึกษาต่อในโอกาสต่อไป ดังนี้คือ

4.1 ผู้วิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาเทคนิคในการวิจัยประเภทอื่น เช่น การใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมด้วยเพื่อประโยชน์ต่อไปนี้ ได้แก่

4.1.1 เพื่อต้องการความแม่นยำของผลที่ได้รับไม่ว่าผลที่ได้รับจะสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่มีมาก่อนหน้านั้น

4.1.2 เพื่อค้นหาเหตุในเชิงลึกถึงเหตุผลที่ผลการศึกษาบางประเด็นไม่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยก่อนหน้านี้

4.2 ผู้วิจัยครั้งต่อไปอาจเลือกใช้สถิติอื่นๆ ที่ทำให้ผลการศึกษามีความชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ผศ.ดร.ตุลยราศรี ประเทพ, (2021) ศตวรรษที่ 21 กับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในประเทศไทย

นางสาวพัดชา ตีระดิเรก, (2559) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยว ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กิตติมา แซ่โห, (2559) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ลลิตา เลิศส่องแสง, (2565) ผลกระทบของค่านิยมที่มีผลต่อแรงจูงใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวคนเดียวของผ้หญิงไทยที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหิดล

โสภาวรรณ ตรีสุวรรณ์, ชิดชม กันจุฬา, (2560) ค่านิยม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบริเวณเขื่อนในประเทศไทย กรณีศึกษา : เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเขื่อนศรีนครินทร์ อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ

ณหทัย มุขดีสุทธวัฒน์, (2564) ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปรวีร์ คีรี, (2561) ความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วรวรรธน์ วิมลอุดมสิทธิ์, (2563) ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบันเทิงย่านเอกมัยของผู้ใช้บริการสถานบันเทิง ในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขวัญฤทัย เดชทองคา, (2562) รูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์ขององค์กร และความพึงพอใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย วิทยานิพนธ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

นางสาวธิราพร ลักษณะวิลาศ, (2564) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร