



การศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน  
เพื่อการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

โดย

นายจักรพล ฤทัยนารัตน์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน  
เพื่อการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

โดย

นายจักรพล ฤทัยนารัตน์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



THE FEATURE OF MOBILE APPLICATION FOR GROUP TRAVELLER

BY

MR. JAKKRAPON RUETHAITHANARAT



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2015  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายจักรพล ฤทัยธนารัตน์

เรื่อง

การศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเพื่อการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 08 มิ.ย. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

(อาจารย์ ดร. ปณิธาน จันทองจีน)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

(รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษฏารัตน์ วัฒนสุวรรณ)

คณบดี

(ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเพื่อการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม
ชื่อผู้เขียน	นายจักรพล ฤทัยนารัตน์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษฏารัตน์ วัฒนสุวรรณ
ปีการศึกษา	2558

### บทคัดย่อ

งานวิจัยการศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเพื่อการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่เหมาะสมกับความต้องการของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศที่มีมูลค่าสูง และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นทุกปี ซึ่งการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นการท่องเที่ยวแบบกลุ่ม โดยการท่องเที่ยวของครอบครัวและญาติเป็นอันดับหนึ่ง และการท่องเที่ยวกับเพื่อนเป็นอันดับรองลงมา ประกอบกับแนวโน้มการใช้งานสมาร์ตโฟนในด้านต่างๆ ในประเทศไทยก็เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันยังไม่มีแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่เหมาะสม ทางผู้วิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมของการท่องเที่ยวกลุ่มในขั้นตอนต่างๆ ด้วยแนวคิด 5W1H เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกลุ่มซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มเพื่อนและกลุ่มครอบครัว

ผลการวิจัยพบว่าในแต่ละขั้นตอนของการศึกษามีพฤติกรรม และประเด็นที่น่าสนใจที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นคุณลักษณะที่เหมาะสมเพื่อสร้างโอกาสในการทำธุรกิจได้ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน เช่น การแจ้งเตือนที่เหมาะสม การพัฒนาเนื้อหาที่เหมาะสม

จากข้อมูลดังกล่าวผู้ประกอบการควรทำการพิจารณาถึงความเหมาะสมในการเลือกคุณลักษณะที่จำเป็นในการพัฒนาส่วนที่สำคัญที่จะทำให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานได้และทำการวิจัยต่อในขั้นตอนของการทำการทดสอบผลิตภัณฑ์

**คำสำคัญ:** คุณลักษณะ, สมาร์ตโฟน, การท่องเที่ยว, พฤติกรรม

Independent Study Title	THE FEATURE OF MOBILE APPLICATION FOR GROUP TRAVELLER
Author	MR. Jakkrapon Ruethaithanarat
Degree	Master of Business Administration
Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Assoc. Prof. Kritsadarat Wattanasuwan, Phd.
Academic Years	2015

### ABSTRACT

The research of mobile application feature for traveller group is the qualitative research. The objective of this research is to find the proper feature of smartphone application for traveller group. Regarding the Tourism Industry, as it is the main industry in Thailand, which is high value, and annually increasing. Most of traveller groups are group of family and friends. Likewise, the trend of smartphone usage is rising as well. According to application market, the researcher found that none of smartphone application has proper feature for each specific traveller group. In this research, the researcher uses 5W1H theory to analyze traveller groups regarding the behaviors and applies group interview method to group of family and friends.

The result of study on behaviors and problems in every process of traveller group is very interesting. It can be the guideline in order to develop the proper smartphone application features for all traveller groups, namely notification and contents.

Referring to the result of this research, the entrepreneur should select only the important features that can draw attention from most users to develop this application. Then for the further research, the researcher will focus on the product test.

**Keywords:** feature, smartphone, travel, behavior

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและปรารถนาดีของอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณารัตน์ วัฒนสุวรรณ ที่เสียสละเวลาให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทาง เริ่มตั้งแต่ให้เลือกทำงานวิจัยในสิ่งที่ชอบเพื่อจะได้สนุกกับการทำงานวิจัย ช่วยปรึกษาเรื่องขอบเขตของการวิจัยที่เหมาะสมกับเวลาที่มี เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด และช่วยแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้ผู้วิจัยเกิดความรู้ ความเข้าใจ ได้แนวคิดต่างๆ และสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจอย่างมากจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ซึ่งทำให้ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและอยากขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ปณิธาน จันทองเงินที่สละเวลาอันมีค่ามาเป็นคณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ทั้งในรอบของการสอบเค้าโครง และการสอบป้องกัน โดยได้รับคำชี้แนะ และได้กำลังใจว่างานวิจัยที่เลือกทำน่าสนใจ และมีความเป็นไปได้ ตลอดจนช่วยแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องซึ่งเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยเป็นอย่างมาก ส่งผลให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านทั้งครอบครัว และเพื่อนๆ ที่ได้ช่วยสละเวลาแบ่งปันประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มอย่างเต็มที่ ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในงานวิจัยเป็นอย่างมากและทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

และสุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัวที่คอยให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนและเป็นกำลังใจอย่างดีมาโดยตลอด

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจด้านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้และขอน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุงแก้ไขในการวิจัยครั้งต่อไป

นายจักรพล ฤทัยธนรัตน์

## สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	4
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามคำศัพท์	4
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ทฤษฎีแนวคิด และการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว	5
2.1.2 องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	5
2.1.3 แนวคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว	6
2.1.4 แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	8
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	10
3.1 ระเบียบวิธีที่ใช้ในการวิจัย	10



3.2 ผู้ให้ข้อมูล	10
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	10
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	11
3.5 การตรวจสอบข้อมูล	12
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	12
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	13
4.1 ข้อมูลลักษณะของแต่ละกลุ่ม	13
4.2 ข้อมูลการศึกษาพฤติกรรมในกิจกรรมต่างๆ	13
4.2.1 การริเริ่มของการท่องเที่ยว	13
4.2.2 การชักชวน	15
4.2.3 การประเมินทางเลือกครั้งแรก	16
4.2.4 การค้นหาข้อมูล	17
4.2.5 การประเมินทางเลือก	19
4.2.6 การตัดสินใจ	20
4.2.7 การวางแผนในเรื่องต่างๆ ก่อนการเดินทาง	21
4.2.8 การเดินทาง	23
4.2.9 การท่องเที่ยว	25
4.2.10 การแชร์ประสบการณ์	25
4.2.11 การบันทึกประสบการณ์	26
4.2.12 หลังไปเที่ยว	27
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	29
5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	29
5.1.1 ข้อมูลลักษณะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	29
5.1.2 ข้อมูลการศึกษาพฤติกรรมในกิจกรรมต่างๆ และคุณลักษณะของแอปพลิเคชันที่เหมาะสม	29
5.1.2.1 การริเริ่มของการท่องเที่ยว	29

5.1.2.2 การชักชวน	30
5.1.2.3 การประเมินทางเลือกครั้งแรก	31
5.1.2.4 การค้นหาข้อมูล	31
5.1.2.5 การประเมินทางเลือก	32
5.1.2.6 การตัดสินใจ	32
5.1.2.7 การวางแผนในเรื่องต่างๆ ก่อนการเดินทาง	33
5.1.2.8 การเดินทาง	33
5.1.2.9 การท่องเที่ยว	33
5.1.2.10 การแชร์ประสบการณ์	34
5.1.2.11 การบันทึกประสบการณ์	34
5.1.2.12 หลังไปเที่ยว	34
5.2 ประโยชน์ที่ได้รับเชิงบริหารและข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ	34
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	35
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง	36
รายการอ้างอิง	37
ภาคผนวก	38
ประวัติผู้เขียน	40

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	1
1.2 รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	2
1.3 รูปแบบการท่องเที่ยวของชาวไทย	2



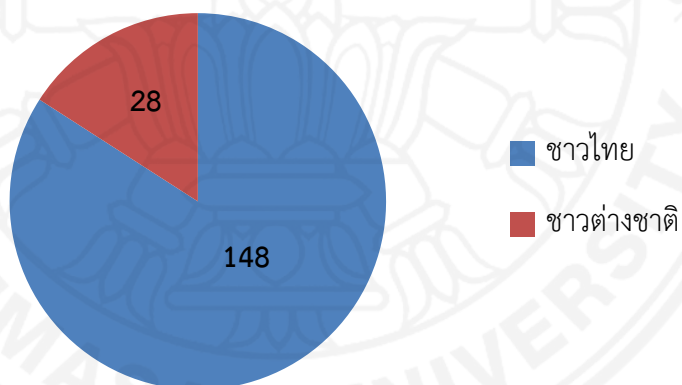
## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดการท่องเที่ยวของไทย เป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับต้นๆของประเทศ โดยมีทั้งตลาดในส่วนที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวจากต่างชาติซึ่งคาดการณ์ว่าจะเกิดรายได้รวมทั้งสิ้น 2.2 ล้านล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 148 ล้านคนต่อครั้งต่อปี สร้างรายได้รวม 800,000 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวจากต่างชาติในปี พ.ศ. 2558 จะมีจำนวน 28 ล้านคนต่อครั้งต่อปีซึ่งสร้างรายได้ 1.4 ล้านล้านบาท<sup>1</sup> ดังแสดงในภาพที่ 1 และภาพที่ 2

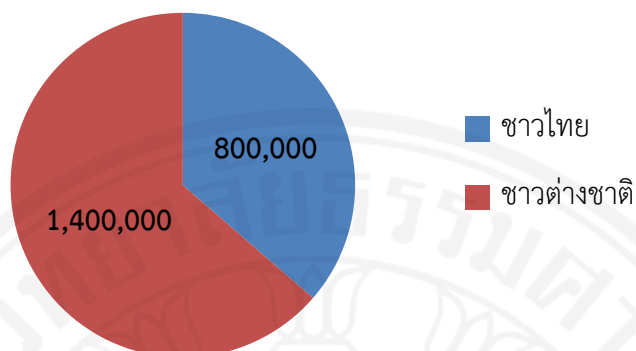
จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)



ภาพที่ 1.1 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

<sup>1</sup> <http://www.tiewpakklang.com/news/central-region/16250/>

### รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยว (ล้านบาท)

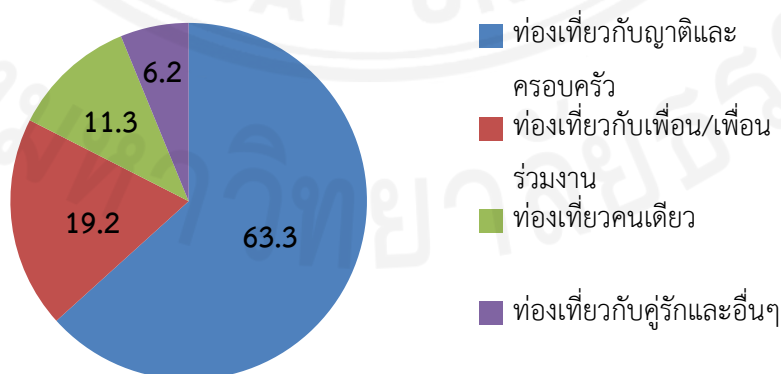


ภาพที่ 1.2 รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปริมาณชาวไทยซึ่งท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติแต่กลับสร้างรายได้ที่น้อยกว่า ดังนั้นหากนักพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนต้องการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ต้องการเน้นไปที่จำนวนผู้ใช้ก็ควรจะทำเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวชาวไทยก่อน เนื่องจากจะมีปริมาณผู้ใช้งานจำนวนมาก

โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเรื่องการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2558 พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวของชาวไทยแบ่งออกเป็นการท่องเที่ยวกับญาติและครอบครัว 63.3% ท่องเที่ยวกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน 19.2% และท่องเที่ยวคนเดียว 11.3% และที่เหลือเป็นการเดินทางท่องเที่ยวกับคู่รักและอื่นๆ ดังแสดงในภาพที่ 3 รูปแบบการท่องเที่ยวของชาวไทย

### รูปแบบการท่องเที่ยวของชาวไทย



ภาพที่ 1.3 รูปแบบการท่องเที่ยวของชาวไทย

และเมื่อพิจารณาจากแนวโน้มต่างๆ เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนพบว่า

มีการใช้สมาร์ทโฟนที่สูงขึ้นโดยปี พ.ศ. 2558 คนไทยมีการใช้งานสมาร์ทโฟน 58% ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2556 ที่มีการใช้งานที่ 49% ซึ่งทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปโดยสมาร์ทโฟนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

ปริมาณการใช้งานผ่านอุปกรณ์พกพาเพิ่มมากขึ้น โดยการใช้งานข้อมูลต่อคนต่อวันเพิ่มจาก 200 เมกะไบต์ในช่วงไตรมาสแรกปี พ.ศ. 2557 กลายเป็น 365 เมกะไบต์ในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2558

มีแนวโน้มการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับแชท โซเชียล มีเดีย และสำหรับความบันเทิงสูงสุด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้งานสมาร์ทโฟนของคนไทยที่ชอบใช้ในการพูดคุย และความบันเทิง

พฤติกรรมคนไทยมีแนวโน้มการใช้งานสมาร์ทโฟนในการช้อปปิ้ง ใช้ดูรายละเอียดสินค้าต่างๆ เพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มในการใช้แอปพลิเคชันที่เกี่ยวกับการเงินเพิ่มขึ้นจาก 8% เป็น 31% จากไตรมาสแรกปี พ.ศ. 2557 ถึงไตรมาสแรกปี พ.ศ. 2558

ช่องทางการโฆษณาผ่านสมาร์ทโฟนกำลังเติบโต โดยการเติบโตของผู้บริโภคที่เห็นโฆษณาผ่านสมาร์ทโฟนจาก 47% เป็น 54% จากปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2557

ดังนั้นจากข้อมูลต่างๆ จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่มของคนไทยมีปริมาณที่สูง ประกอบกับการที่พฤติกรรมการใช้งานสมาร์ทโฟนของคนไทยนั้นมีแนวโน้มมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในเรื่องการใช้งานเพื่อแชท การช้อปปิ้ง การดูรายละเอียดสินค้าต่างๆ และสร้างโอกาสต่างๆ มากมาย เช่น โอกาสที่จะมีการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ทำธุรกิจเกี่ยวกับแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน แต่เมื่อลองศึกษาแอปพลิเคชันที่ใช้ในการท่องเที่ยวในปัจจุบันนั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นแอปพลิเคชันส่วนบุคคลซึ่งไม่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม เช่น การพูดคุยสื่อสารกันในการที่จะทำการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มก็จะใช้แอปพลิเคชันสำหรับการพูดคุย หรือใช้โซเชียลมีเดียในการพูดคุยซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารขึ้น เช่น การตกลงข้อมูลของที่ท่องเที่ยวบางที่ ความไม่สะดวกสบายในการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจ และอื่นๆ ดังนั้นหากศึกษาให้ทราบถึงกระบวนการและปัญหาต่างๆ ของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ก็น่าจะทำให้สามารถออกแบบคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนเพื่อการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

1.2.2 เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนสำหรับการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

## 1.3 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เคยท่องเที่ยวเป็นกลุ่มในประเทศไทยภายในระยะเวลา 1 ปี โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Group Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ทำการศึกษาจำนวน 4 กลุ่ม ซึ่งเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวกับเพื่อน 2 กลุ่ม และท่องเที่ยวกับญาติ 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5-8 คน โดยมีช่วงระยะเวลาของการทำวิจัยตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เข้าใจพฤติกรรมของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

1.4.2 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนให้เหมาะสมต่อผู้ใช้งาน

## 1.5 นิยามคำศัพท์

การท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม คือ การท่องเที่ยวตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เช่น การเที่ยวกับครอบครัว ญาติ เพื่อน และคู่รัก

แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน คือ โปรแกรมประยุกต์ที่ทำงานบนสมาร์ตโฟนด้วยระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) ของกูเกิล (Google) และระบบปฏิบัติการไอโอเอส (iOS) ของแอปเปิ้ล (Apple)

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเพื่อการท่องเที่ยว เป็นกลุ่มครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีแนวคิด และการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 ทฤษฎี แนวคิด และการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร” และวรรณ วรชวานิช (2546) กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง ทั้งการเดินทางในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน

ซึ่งอาจสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวคือ การที่ประชากรเคลื่อนย้ายจากแห่งหนึ่งไปอีกแห่งหนึ่งชั่วคราว โดยมีจุดประสงค์ร่วมกัน มีความสัมพันธ์ มีกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ได้รับความรู้ และสนุกสนาน

##### 2.1.2 องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเข้าเยี่ยมชมนั้นจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ และมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2548) ได้กล่าวว่าการที่การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ ดังนี้

สิ่งดึงดูดใจ ได้แก่ ความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม เทศกาลต่างๆ เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งและบริการนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ สะดวกสบาย เช่น สถานที่พัก ร้านอาหาร สาธารณูปโภคต่างๆ ร้านขายของที่ระลึก และบริการต่างๆ ในการท่องเที่ยว เป็นต้น



การคมนาคม หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานในด้านการเดินทางเพื่อการเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประการ คือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และบริการอื่นๆ

ดังนั้นสรุปได้ว่าข้อมูลต่างๆ ที่ต้องมีเป็นอย่างน้อยก็คือ ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลสถานที่พัก ร้านอาหาร บริการต่างๆ และข้อมูลการเดินทาง

### 2.1.3 แนวคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้สรุปขั้นตอนกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามี 9 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นการอำนวยความสะดวกเรื่องข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ จากหน่วยงานต่างๆ เช่น นิตยสารท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ญาติมิตร โดยข้อมูลที่นำเสนอจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการของแต่ละคน เช่น อยากได้ประสบการณ์ใหม่ๆ

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ในเรื่องต่างๆ คือเที่ยวที่ไหน เที่ยวเมื่อไหร่ เดินทางอย่างไร ไปกับใคร ไปนานเท่าไร ไปท่องเที่ยวเพื่อทำอะไร ที่พักที่ไหน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง เช่น เสื้อผ้า เครื่องใช้จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวอื่นๆ

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว คือ ทั้งการเดินทาง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และการรับประทานอาหาร

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์การท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว

จิตติมานันท์ พูนจันทร์ (2554) ได้กล่าวถึงขอบเขตของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ขอบเขตของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไม่ได้เริ่มต้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้เริ่มซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว แต่จะเกิดขึ้นโดยแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ก่อนการซื้อ (Before purchase) เมื่อได้ตัดสินใจซื้อ (Actual purchase) และหลังการซื้อ (After purchase)

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าขั้นตอนของการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงเวลา คือ

ช่วงเวลาที่ 1 ก่อนการไปท่องเที่ยว คือ ช่วงเวลาตั้งแต่นักท่องเที่ยวเกิดความ ต้องการเดินทางท่องเที่ยว หาข้อมูล ประเมินทางเลือก ตัดสินใจซื้อ วางแผนค่าใช้จ่าย และจัดเตรียม สิ่งต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการเดินทาง จากการศึกษาของวิไลวรรณ ศรีชื่น (2557) เรื่องการแสวงหา ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านโมบายแอปพลิเคชันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศของ นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความถนัดในการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยวิธี ค้นหาค้นหาผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนโดยรวมในระดับมาก โดยจะใช้ในการหาข้อมูลด้านที่พัก ด้าน การเดินทาง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านสถานที่ท่องเที่ยว โดยสิ่งสำคัญที่ใช้ ในการตัดสินใจคือ ความสวยงามของสถานที่ การเดินทางสะดวกสบาย ปลอดภัย ที่พัก ตามคำแนะนำ และที่มีส่วนลดราคา

จากการศึกษาของ ททท. เรื่องการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ ชาวไทย พ.ศ. 2558 พบว่าวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง 5 อันดับแรก คือ เยี่ยมครอบครัว ท่องเที่ยวพักผ่อน ไหว้พระปฏิบัติธรรม ซื้อของ และประชุมสัมมนา ในส่วนของการผู้ตัดสินใจเดินทาง ส่วนใหญ่เป็นครอบครัว และรองลงมาคือตัดสินใจด้วยตัวเอง โดยการจัดการส่วนใหญ่ 90% จะเป็นการจัดการเดินทางเอง

ช่วงเวลาที่ 2 การเดินทางท่องเที่ยว คือเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว

จากการศึกษาของ ททท. เรื่องการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ ชาวไทย พ.ศ. 2558 พบว่ากิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว 4 อันดับแรก คือ พักผ่อนในที่ พัก ทำกิจกรรมเชิงศาสนา กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และกิจกรรมนันทนาการ

และการเดินทางจะเป็นการเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อน ส่วนในเรื่องพาหนะที่ใช้เดินทางมากที่สุดคือรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือรถเช่า รถไฟและเครื่องบิน ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่ 3 หลังจากการท่องเที่ยว คือ ช่วงเวลาหลังจากที่เดินทางท่องเที่ยว เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จิรัชญา ภูสุวรรณ(2555) กล่าวว่านักท่องเที่ยวยังจะมีการประเมินผล ประสิทธิภาพที่ตนได้รับในการเดินทาง ถ้าในช่วงที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่สถานที่นั้นได้รับความพอใจ และประทับใจในสิ่งต่างๆ ก็จะรู้สึกพอใจต่อการเดินทางและเป็นประสบการณ์ที่ดี แต่ถ้าไม่พอใจใน สภาพแวดล้อม ผู้คนหรือการบริการจากสถานที่นั้น ก็จะมีส่วนทำให้การเดินทางครั้งนั้นไม่เป็นที่ถูกใจ และอาจทำให้ผู้เดินทางนั้นนำประสบการณ์ที่ว่านี้ มาพิจารณาประกอบในการเดินทางครั้งต่อไปหรือ อาจนำประสบการณ์ดังกล่าวบอกต่อ ซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวรายอื่น

ซึ่งทั้ง 3 ช่วงเวลานั้นผู้วิจัยจะทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยแนวคิด 5W1H ในทุกช่วงเวลา

#### 2.1.4 แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2550) ได้กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาด เป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) และผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) ซึ่งก็คือ 6W1H และ Danny Setiawan ได้กล่าวถึงการใช 5W1H ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้งานได้ โดยให้ทำการออกแบบโดยให้ผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง ด้วยการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งาน 5W1H

ซึ่งในการศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเพื่อการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มนี้จะใช้วิธีการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อเข้าใจถึงพฤติกรรม และประเด็นต่างๆในการท่องเที่ยว แล้วนำมาวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหา หรือเพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย ด้วย คุณลักษณะที่เหมาะสมโดยมีผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง ซึ่งการศึกษาค้นคว้านี้จะใช้คำถามที่ช่วยในการศึกษาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด 5W1H

Who ถ้ามถึงผู้ที่มีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ และบทบาทของแต่ละคน

What ทำอะไรในขั้นตอนต่างๆ

When ทำขั้นตอนนั้นๆ เมื่อไหร่

Where ทำขั้นตอนนั้นๆ ที่ไหน

Why ทำไมถึงทำขั้นตอนนั้น

How ทำขั้นตอนนั้นๆ อย่างไร

## 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

พฤติกรรม ประเด็น และปัญหาในช่วงเวลาต่างๆ ของการท่องเที่ยว

ช่วงที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์ถึงขั้นตอนการท่องเที่ยวก่อนการท่องเที่ยว ได้แก่

- การเริ่มต้นสนใจในการจัดการท่องเที่ยว
- การค้นหาข้อมูล
- การประเมินทางเลือก
- การตัดสินใจเลือก
- การวางแผนค่าใช้จ่าย
- การเตรียมตัวก่อนการเดินทาง

ช่วงที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์ถึงขั้นตอนการท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยว ได้แก่

- กิจกรรมที่ทำร่วมกันระหว่างเดินทาง
- กิจกรรมที่ทำร่วมกัน ณ สถานที่ต่างๆ

ช่วงที่ 3 เป็นการสัมภาษณ์ถึงขั้นตอนการแบ่งปันและบันทึกประสบการณ์ ได้แก่

- การแบ่งปันประสบการณ์ การบอกต่อ
- การบันทึกประสบการณ์ที่ท่องเที่ยว

## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย

#### 3.1 ระเบียบวิธีที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเพื่อการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม เลือกทำการศึกษาด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มิจานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มอย่างชัดเจน ซึ่งการทำวิจัยเชิงคุณภาพจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม และช่วยให้เข้าใจปัญหาที่มี เพื่อนำวิเคราะห์และออกแบบคุณลักษณะที่เหมาะสม ที่จะสามารถช่วยแก้ปัญหา และช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในขั้นตอนต่างๆ ของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มได้

#### 3.2 ผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม และมีการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใน 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 4 กลุ่ม แบ่งเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวกับเพื่อน 2 กลุ่ม และท่องเที่ยวกับญาติ 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5-8 คน

#### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ คือ แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Group Interview) โดยใช้คำถามลักษณะปลายเปิดภายใต้กรอบแนวคิดที่มีการกำหนดแนวคำถาม (Interview guide) ไว้ล่วงหน้าโดยที่ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทุกคนตอบคำถามเดียวกันทั้งหมด เพื่อให้ได้ข้อมูล ข้อเท็จจริง และความเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ของกลุ่ม ตามที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา และความยืดหยุ่นของคำถามปลายเปิดจะช่วยให้กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ และอาจทำให้ค้นพบประเด็นใหม่ๆ ขึ้นมาระหว่างทำการวิจัย และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นรายบุคคลสำหรับผู้ถูกสัมภาษณ์ที่มีประเด็นน่าสนใจแต่ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้ในขณะทำการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม

แนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบกลุ่มพิจารณาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย แบ่งเป็นช่วงต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

- ช่วงที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์ถึงขั้นตอนการท่องเที่ยวก่อนการท่องเที่ยว ได้แก่
- การเริ่มต้นสนใจในการจัดการท่องเที่ยว
  - การค้นหาข้อมูล
  - การประเมินทางเลือก
  - การตัดสินใจเลือก
  - การวางแผนค่าใช้จ่าย
  - การเตรียมตัวก่อนการเดินทาง
- ช่วงที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์ถึงขั้นตอนการท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยว ได้แก่
- กิจกรรมที่ทำร่วมกันระหว่างเดินทาง
  - กิจกรรมที่ทำร่วมกัน ณ สถานที่ต่างๆ
- ช่วงที่ 3 เป็นการสัมภาษณ์ถึงขั้นตอนการแบ่งปันและบันทึกประสบการณ์ ได้แก่
- การแบ่งปันประสบการณ์ การบอกต่อ
  - การบันทึกประสบการณ์ที่ท่องเที่ยวมา
- โดยในทุกช่วงของการสัมภาษณ์จะศึกษาพฤติกรรมต่างๆ ด้วยวิธี 5W1H ดังนี้
- Who ถามถึงผู้ที่มีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ และบทบาทของแต่ละคน
  - What ทำอะไรในขั้นตอนต่างๆ
  - When ทำขั้นตอนนั้นๆ เมื่อไหร่
  - Where ทำขั้นตอนนั้นๆ ที่ไหน
  - Why ทำไมถึงทำขั้นตอนนั้น
  - How ทำขั้นตอนนั้นๆ อย่างไร

### 3.4 การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Group Interview) โดยในการสัมภาษณ์จะบอกผู้ให้สัมภาษณ์ว่าเป็นการศึกษาพฤติกรรมของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม โดยไม่บอกว่าจะทำเพื่อศึกษาถึงคุณลักษณะของแอปพลิเคชัน เพื่อไม่ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ถูกดึงความสนใจไปคิดถึงแต่เฉพาะพฤติกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องแต่กับแอปพลิเคชัน และทำการสัมภาษณ์รายบุคคลเมื่อเห็นว่าบุคคลนั้นมีประเด็นที่น่าสนใจแต่อาจจะไม่สามารถเปิดเผยในตอนที่สัมภาษณ์แบบกลุ่มได้ โดยจะทำการบันทึกข้อมูลและใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

### 3.5 การตรวจสอบข้อมูล

งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้ ผู้วิจัยทำด้วยความถูกต้องตามหลักจริยธรรม เพื่อให้งานวิจัยมีความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่น ด้วยการนำเสนอข้อมูลตามความจริง ประกอบกับการนำกรอบแนวคิดในการวิจัย และแนวคำถามในการสัมภาษณ์ทั้งแบบกลุ่ม และรายบุคคลให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่อพิจารณาถึงความครอบคลุมเนื้อหา และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการค้นคว้าเอกสารต่างๆ จะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการถอดข้อความจากไฟล์บันทึกเสียงที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งแบบกลุ่ม และรายบุคคล แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหา จัดกลุ่มประมวลเนื้อหา และสรุปผล

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการเก็บและรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม จากกลุ่มตัวอย่างที่มีการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มภายในระยะเวลา 1 ปี ทั้งหมด 4 กลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลลักษณะของแต่ละกลุ่ม

จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยภายในระยะเวลา 1 ปี โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

4.1.1 กลุ่มท่องเที่ยวแบบเพื่อน คือ กลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยเพื่อนที่มีความสนิทสนมกันจัดกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยกัน ซึ่งจะเรียกว่ากลุ่ม A (สมาชิก A1-A6) และกลุ่ม B (สมาชิก B1-B6)

4.1.2 กลุ่มท่องเที่ยวแบบครอบครัว คือ กลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยญาติพี่น้องหลายครอบครัวท่องเที่ยวจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยกัน ซึ่งจะเรียกว่ากลุ่ม C (สมาชิก C1-C6) และกลุ่ม D (สมาชิก D1-D5)

#### 4.2 ข้อมูลการศึกษาพฤติกรรมในกิจกรรมต่างๆ

หลังจากการสัมภาษณ์พบว่าขั้นตอนต่างๆ ที่น่าสนใจมีมากกว่าตอนที่ทำการกำหนดกรอบการวิจัย โดยมีทั้งสิ้น 12 ขั้นตอน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจะทำการวิเคราะห์พฤติกรรมด้วย 5W1H และระบุถึงปัญหาหรือประเด็นที่พบ

##### 4.2.1 การริเริ่มของการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มนั้น พบว่า มีสิ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ลักษณะแรกคือลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ (กลุ่ม A และกลุ่ม C) กับลักษณะที่ 2 คือลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำ (กลุ่ม B และกลุ่ม D) ซึ่งลักษณะแรกที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ จะมีลักษณะดังนี้



“ทุกปิดเทอม ก่อนเปิดเทอมใหม่จะต้องหาที่ไปเที่ยว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ครอบครัวต้องได้เที่ยวกันอย่างน้อยปีละครั้ง ถ้าหายไปเลยจะไม่ดี” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

และในลักษณะแรกนี้จะมีการพูดคุยถึงเรื่องท่องเที่ยวอยู่เรื่อยๆ ในกลุ่มไลน์

“มีคุยที่เที่ยวกันทั้งปี โปสลิงค์เข้ามาเรื่อย เมื่อกี้อยังเพิ่งส่งมาอยู่เลย” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“แบบเห็นคนแชร์ในเฟส ว่าไปเที่ยวที่นู่นที่นี่ หน้าหงงหน้าหนาวอะไรยังงี้ ก็จะไปดูแล้วก็จะจำไว้ คุยกัน แต่ก็มีลืมไปหลายที่” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“มาสัมภาษณ์ก็ถ่ายรูปส่งมาให้ดู ว่าน่าสนใจนะ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“มีคนมาเล่าให้ฟัง แล้วมาบอกต่อ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ได้ยินข่าวเกี่ยวกับสถานที่เปิดใหม่ ก็มาคุยกัน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมด้วย 5W1H จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ จะเกิดความตั้งใจในการท่องเที่ยวของสมาชิกในกลุ่มก่อนก่อนที่จะพิจารณาสถานที่ที่จะไป ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่การรวมกลุ่มเที่ยวด้วยกันครั้งแรก และตกลงกันไว้ ซึ่งกลุ่มลักษณะนี้จะมีการคุยกันเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวอยู่เป็นประจำ

ในลักษณะต่อมาคือ ลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำ ซึ่งมีลักษณะดังนี้

“อยากไปเชื่อนี้ มีคนมาเล่าว่าสวยดี” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“อยากไปเชื่อนลำพระเพลิง เพราะยังไม่เคยไป” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำนี้เกิดสถานที่ท่องเที่ยวก่อนซึ่งถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวซึ่งอาจเกิดขึ้นเมื่อไหร่ก็ได้ แล้วจึงค่อยเกิดการรวมกลุ่มท่องเที่ยวขึ้น โดยเกิดจากคนหนึ่งคน หรือคนกลุ่มเล็กๆ เป็นคนเริ่มต้นขึ้นมา

โดยลักษณะที่แตกต่างกันทั้ง 2 ลักษณะจะมีความแตกต่างของพฤติกรรมในบางขั้นตอน ที่ได้ทำการศึกษา

#### 4.2.2 การชักชวน

จากการริเริ่มการท่องเที่ยวที่ทางผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะนั้น มีพฤติกรรมชักชวนที่แตกต่างกันเล็กน้อย โดยพฤติกรรมการชักชวนของกลุ่มที่มีลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำได้ดังนี้

“จะเปิดเทอมแล้วไปเที่ยวไหนกันดี” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“หลานๆ ปิดเทอมแล้ว ไปเที่ยวไหนกันดี” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ประเด็นปัญหาที่พบก็คือสมาชิกบางคนไม่ตอบว่าจะไปรีป่าวสำหรับการท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ

“แต่ถ้าคุณนัดกันจริงจัง จะคุยต่อหน้า เพราะว่าบางทีเพื่อนอ่านในไลน์ แต่เพื่อนไม่ตอบ ไม่รู้ว่าจะไปป่าว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“บางคนนิ่งไม่ตอบรับ ตกลงไปหรือไม่ไป” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าเกิดจากสมาชิกคนใดคนหนึ่งของกลุ่ม ที่เห็นว่าเป็นถึงช่วงเวลาที่จำเป็นต้องมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยกัน ก็คือช่วงปิดเทอม โดยทำการส่งไลน์เข้าไปในกลุ่มครอบครัวญาติ หรือไลน์กลุ่มเพื่อนที่ไปเที่ยวด้วยกันประจำ ซึ่งถ้าหากได้สมาชิกที่จะไปในครั้งนี้แล้วก็จะทำการตั้งกลุ่มไลน์ขึ้นมาใหม่เพื่อให้มีเฉพาะสมาชิกในครั้งนี้นี้ แต่ก็จะมีปัญหาเรื่องการไม่รู้ว่าคุณไหนสนใจที่จะไปในรอบนี้หรือไม่

และพฤติกรรมการชักชวนของกลุ่มที่มีลักษณะการท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำได้ดังนี้

“เราอยากไปเที่ยวที่นี้ ใครจะไปด้วยบ้าง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ก็ใครสนก็จะบอกว่าสนแล้วถาม แต่ถ้าไม่สนก็เงียบ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“อยากไปเขื่อนลำพระเพลิง เพราะยังไม่เคยไป ก็เลยชวนญาติ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าเกิดจากเพื่อน หรือญาติที่ต้องการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวซึ่งอาจจะเป็นช่วงเวลาไหนก็ได้ โดยทำการส่งไลน์เข้าไปในกลุ่มครอบครัวญาติ หรือไลน์กลุ่มเพื่อนที่รู้จัก แต่ว่าถ้าเป็นครอบครัวที่มีไลน์ไม่ครบทุกคนก็จะเป็นการโทรศัพท์ชักชวนกัน ซึ่งถ้าหากได้สมาชิกที่จะไปในครั้งนี้แล้วก็จะทำการตั้งกลุ่มไลน์ขึ้นมาใหม่เพื่อให้มีเฉพาะสมาชิกในครั้งนี้นั่นเอง ซึ่งในลักษณะนี้จะต่างจากลักษณะแบบแรกเพราะว่าคนที่ไม่ตอบก็คือคนที่ไม่สนใจ จึงไม่จำเป็นต้องรอให้ตอบ

จะเห็นได้ว่าสิ่งที่แตกต่างของทั้ง 2 ลักษณะที่เห็นชัดเจน คือ ช่วงเวลาซึ่งลักษณะแรกนั้นจะเลือกช่วงเวลาปิดเทอม แต่ลักษณะที่ 2 จะเลือกเป็นช่วงเวลาไหนก็ได้ และรูปแบบการรอคำตอบว่าใครจะไปด้วยในการท่องเที่ยวครั้งนี้บ้าง

#### 4.2.3 การประเมินทางเลือกครั้งแรก

เมื่อทำการชักชวนกันแล้วในกลุ่มที่มีการท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ สิ่งแรกที่ทำคือการประเมิน คือจะไปเที่ยวประเภทไหนดี โดยที่จะไม่เที่ยวเข้าประเภทของที่เกี่ยวกับคราวล่าสุด เช่น ถ้าครั้งที่ผ่านมาก็ไปทะเล คราวนี้จะไม่ไปทะเลอีก

“ถ้าคราวที่แล้วเที่ยวทะเล คราวนี้ก็ไม่เอาทะเล เที่ยวเป็นซีซั่น” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“มีอุทยาน ที่ผ่านมาก็ไปเกี่ยวกับทุเรียน คราวนี้เลยจะไปทะเล อยากกินอาหารทะเล” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าสิ่งแรกที่สมาชิกอาจจะบางคนหรือทั้งหมดทำการพูดคุยกัน จะยังไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยว แต่จะคุยกันถึงประเภทว่าจะไปท่องเที่ยวสถานที่แบบไหนก่อน ซึ่งจะไม่เลือกประเภทเดิมกับการท่องเที่ยวครั้งล่าสุด ซึ่งการแบ่งประเภทอาจแบ่งได้หลายแบบ เช่น แบ่งตามชนิดที่ท่องเที่ยว ภูเขา ทะเล หรืออาจจะแบ่งตามรูปแบบของกิน ซึ่งขั้นตอนนี้ทั้งสองกลุ่มนี้จะใช้วิธีการพูดคุยกันทางไลน์กลุ่ม

แต่สำหรับการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีเพื่อนหรือญาติคนใดมาชักชวน จะไม่มีการประเมินตรงนี้ เพราะจะมีที่ท่องเที่ยวมานำเสนอเลย จึงทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เป็นคนชักชวนสมาชิกคนอื่น ๆ ว่าประเมินทางเลือกจากอะไร

“คราวที่แล้วผมไปภูเขา คราวนี้เลยขอไม่ซ้ำ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ไม่เคยไป” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าซึ่งจะเห็นว่าการประเมินประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวนี้ผู้ที่มาชวนจะเป็นผู้ทำการประเมิน โดยใช้เกณฑ์การประเมินที่คล้ายกับการท่องเที่ยว ลักษณะแรก คือไม่ไปซ้ำประเภทเดิม หรือไม่ไปที่ที่เดิม ซึ่งขั้นตอนนี้จะมีทั้งใช้วิธีการพูดคุยกันทางไลน์ กลุ่ม กับกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีก็จะใช้การโทรคุยกัน

#### 4.2.4 การค้นหาข้อมูล

เมื่อทำการเลือกประเภทของการท่องเที่ยวได้แล้ว กลุ่มที่มีการท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ สมาชิกในกลุ่มจะเริ่มทำการค้นหาข้อมูลเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวครั้งนั้น

“ถ้าของกิน A5 จะเอามาลง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“A4 จะดูเรื่องเส้นทางแผนที่” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“มีทีมย่อยหากันมาก่อน แล้วตกลงกันก่อน แล้วค่อยเอามาเสนอเพื่อน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ส่วนใหญ่หาข้อมูลในมือถือ ก็จะเข้าเว็บหา สมมติได้ยินคนพูดว่าวังน้ำเขียวน่าไป ก็จะเข้าไปดูว่ามีอะไร แล้วนำภาพมาลงออนไลน์” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“เริ่มหาที่พักเลยในพันทิป” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สมาชิก C2, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“หาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ดูข้อมูลที่เที่ยว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สมาชิก C4, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งลักษณะข้อมูลที่ค้นหาจะเป็นข้อมูลที่มีรูปภาพ มีคำติชม และมีข้อมูลรายละเอียดของแผนการท่องเที่ยว

“เวลาหาถึง บางทีก็ search เลยว่า พันทิป ชอบพันทิปเพราะว่ามีรีวิว มีทั้งชม บ่น ต่ำ ถ้าพันทิปบอกว่าดี จะคิดว่าจริงรีไปว แต่ถ้าบอกว่าไม่ดีเนี่ย เชื่อเลย” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ดูรูปเยอะ ขึ้นใจจอ่าน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ส่วนใหญ่ไม่ตามแผนที่อ่าน แต่เลือกบางที่ที่ชอบ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ขอบคุณแบบที่เค้าเม้นกันในพันทิพ ว่ามีที่พักนั่นนี้นั้น ดี โกลัทะเล เชื้อ 50/50 แล้วยังโทรไปติดต่อที่พัก” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สมาชิก C2, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“จะถามเพื่อนที่ไปมาว่าที่พักดีม๊าย ถ้าเค้าบอกว่าดี เราอาจจะไปบ้าง แต่ถ้าบอกไม่ดีคือจบเลย” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สมาชิก C4, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ประเด็นปัญหาที่พบ

“หากันหลายลิ่งมากจนไม่ได้ทำงานกลุ่ม เพราะต้องหานาน แล้วยังต้องโทรไปถาม” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ไม่รู้ว่าจะมีข้อมูลน่าเชื่อถือหรือป่าว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สมาชิก C2, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่า ในขั้นตอนนี้จะมีส่วนที่เกี่ยวข้องหลายคนแบ่งกันหาข้อมูลตามที่ตัวเองสนใจ โดยลักษณะข้อมูลที่ต้องการคือดูรูป อ่านคำติชม ดูการท่องเที่ยวที่คนอื่นรีวิว หรือดูข้อมูลจากทัวร์ และข้อมูลแหล่งหนึ่งที่มีความสำคัญคือสอบถามคนรู้จักซึ่งเป็นข้อมูลที่สมาชิกจะให้ความเชื่อถือค่อนข้างมาก ซึ่งปัญหาก็คือเรื่องของการใช้เวลาในการหา และไม่แน่ใจว่าน่าเชื่อถือหรือไม่

และการท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำนั้นผู้ที่มาชักชวนซึ่งอาจเป็นคนเดียว หรือเป็นกลุ่มย่อย จะทำการหาข้อมูลมาก่อนแล้ว แล้วจึงค่อยนำมาเสนอให้สมาชิก

“หาข้อมูลว่ามีที่ไหนบ้าง หลักๆ หาแพคเกจ ในพันทิพอย่างเดียวเลย ไม่มีใครรู้หรือกว่าผมหาข้อมูลมากแค่ไหน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“เชื่อมั่นในการจัดการท่องเที่ยวของ B1 เพราะตอนเป็นคนจัดเองรู้สึกว่ายากต้องใช้ความพยายามมาก” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“D1 หาข้อมูล Google ดูรูป ดูรายละเอียด แล้ว D2 จดลงกระดาษ หาที่ที่ไม่เคยไป หาข้อมูลเยอะอย่างน้อย 2-3 เว็บไซต์ รู้สึกว่ายาก แต่ที่ไหนที่ลูกมาบอกแล้วไปบ้างก็จะให้ลูกจัดวางแผนให้ก็จะรู้สึกมั่นใจกว่า” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่า ในขั้นตอนนี้ผู้ที่เป็นคนชักชวนซึ่งอาจเป็นคนเดียว หรือกลุ่มย่อย จะทำการหาข้อมูล โดยลักษณะข้อมูลที่ต้องการคือดูรูป อ่านคำติชม ดูการ

ท่องเที่ยวที่คนอื่นรีวิว เช่นกันกับลักษณะแรก และข้อมูลแหล่งหนึ่งที่มีความสำคัญคือสอบถามคนรู้จัก หรือบุคคลที่มีความชำนาญในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งเป็นข้อมูลที่สมาชิกจะให้ความเชื่อถือค่อนข้างมาก ซึ่งปัญหาก็คือเรื่องของการใช้เวลามากในการค้นหา และไม่แน่ใจว่าน่าเชื่อถือหรือไม่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าในขั้นตอนนี้นั้นทั้ง 2 ลักษณะจะมีพฤติกรรมที่เหมือนกัน

#### 4.2.5 การประเมินทางเลือก

เมื่อได้ทำการหาข้อมูลต่างๆ แล้วเสร็จ กลุ่มที่มีการท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ จะทำการประเมินทางเลือกว่าจะเลือกไปที่ใดบ้าง ซึ่งมีพฤติกรรมต่างๆ ดังนี้

“หาเป็นลิ่งค์ที่พักที่เที่ยว ไม่คิดอะไรมาก รู้สึกที่พักสวยก็เอาอันนี้ และมีบ้านเป็นหลังที่อยู่รวมกันได้ ส่วนที่เที่ยวจะเอาที่ใกล้ที่พัก และเป็นทางผ่าน และมีบางที่ที่หาสำรองไว้ แล้วค่อยไปตัดสินใจ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ส่วนใหญ่ก็จะเอาลิ้งค์มาลงแล้วก็บอกราคา แต่ถ้าต้องการเน้นจะเอารูปส่งไปด้วยว่าอันนั้นมันสวยจริงๆ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ต้องการเป็นบ้าน ต้องการอยู่หลังเดียวกัน ไม่นิยมปั่นห้องแบบโรงแรม เพราะต้องการให้มีห้องโถงเพื่อจะได้มาจอยกัน ส่วนที่เที่ยวก็ไปที่เส้นทางผ่าน และไม่ไกลจากที่พักมาก” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ประเด็นปัญหาที่พบ

“ตอนตัดสินใจว่าจะไปที่ไหนต่อดีตอนเช้าวันที่ 2 ไปถามเจ้าของที่พัก แต่ก็เลือกกันจากอะไรก็ 모르 แต่สุดท้ายไปฟาร์มอัลปาก้า” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“อย่างผมไม่ได้เล่นไลน์ตลอด แล้วพอเปิดปั๊บ เจอ 150 ข้อความ ก็ดูไม่ทัน แต่เป็นข้อความไร้สาระประมาณ 100 นิ่ง และไม่ได้แปะไว้ในโพสเพราะต้องแบบจริงจังแล้ว ถึงจะแปะ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“อยากรู้มากเลยว่าใครอ่านแล้วบ้าง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ตอนเข้าไปแวะตลาดจะหาข้าวเข้ากิน แล้วตลาดยังไม่เปิด” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่า สมาชิกที่ทำการหาข้อมูลต้องการจะพิจารณาจากที่พักที่เป็นบ้านเพื่อให้ร่วมทำกิจกรรมกันได้ ส่วนสถานที่ที่เที่ยวนั้นจะหาที่ไม่ไกลจากที่พัก และอาจจะหาข้อมูลไม่ได้ละเอียดเท่ากับที่พักเพราะสามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอด จากนั้นจึงทำการส่งลิ่งค์

ที่เป็นข้อมูลต่างๆ ลงในกลุ่มไลน์ ซึ่งจะมีปัญหาให้บางคนตกข้อมูลบางอย่างไป แต่ก็ไม่ยากแยะไว้ในโพส เพราะคิดว่าการแปะโพสต้องเป็นอะไรที่จริงจัง และการส่งผลกับการตัดสินใจในระหว่างการท่องเที่ยวว่าจะไปสถานที่ไหน หรือว่าจะไปสถานที่ไหนแทนดี

แต่สำหรับการท่องเที่ยวในอีกลักษณะนั้นผู้ที่มาชักชวนคนอื่นจะทำการหาข้อมูลมาอย่างละเอียดก่อนแล้ว

“อย่างไรเที่ยวครั้งหนึ่ง มีเวลาเหลือประมาณ 1 ชั่วโมง ก็เลยแวะเที่ยวอุทยาน ซึ่งรู้ว่ามีที่นี้ แต่ไม่รู้ข้อมูลข้างใน ว่าเดินเยอะ เดินชันมัย เพราะหาข้อมูลมานิดหน่อย” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“บอกค่าใช้จ่าย โปสลิงค์ ให้ทุกคนเข้าไปดูรีวิว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“คัดเลือกจะไปไหนได้บ้างในเวลาที่กำหนด คัดเลือกจากระยะทาง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ประเด็นปัญหาที่พบ

“มีสมาชิกคนนึงเป็นหน้ามืดตอนเดินอุทยาน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ตอนเดินทางอยู่ไม่เคยไป บางที่ไม่รู้ว่าอีกไกลแค่ไหนก็เลยต้องตัดทิ้ง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่า สมาชิกที่ทำการหาข้อมูลจะเน้นไปที่เรื่องของการหาสถานที่ท่องเที่ยว โดยจะใช้เวลาส่วนมากไปกับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งปัญหาที่พบก็คือที่ๆ ไม่ได้หาข้อมูลไปโดยละเอียดอาจจะทำให้บางคนเกิดปัญหา หรือว่าพลาดโอกาสในการท่องเที่ยวบางที่ไป

#### 4.2.6 การตัดสินใจ

เมื่อมีตัวเลือกให้ประเมินกันแล้ว กลุ่มที่มีลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ จะทำการตัดสินใจว่าจะเลือกสถานที่ใดบ้าง

“เปิดโหวตกัน ไม่อยากตัดสินใจเอง อยากให้ช่วยๆ กัน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ความจริงมีหวัคะแนอยู่แล้ว ว่าอันนี้ดี ไปเถอะ แค่มานอนตามติเฉยๆ แต่มีความซึ้งน่ายอยู่แล้ว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ที่ต้องเห็นด้วยทุกคนคือวันที่จะมา นอกนั้นเสียงเดียวก็ตัดสินใจได้แล้ว เสียงขาดคือคนโตะสุด” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ประเด็นปัญหาที่พบ

“ไม่ตอบก็จะจี้เลยว่าไปมัย” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าสมาชิกที่ทำการหาข้อมูลต้องการที่จะให้ทุกคนร่วมกันตัดสินใจว่าจะเลือกสถานที่ใดบ้าง โดยอยากให้การโหวตกันเพราะคนหาข้อมูลไม่ต้องการตัดสินใจเอง แต่ว่าเสียงจากสมาชิกบางคนก็สามารถที่จะตัดสินใจได้ทันที ซึ่งก็จะพบปัญหาเช่นเคยเมื่อไม่มีใครตอบ

แต่สำหรับการท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำ จะมีทั้งที่ตัดสินใจมาเรียบร้อยแล้ว กับต้องการความคิดเห็นจากสมาชิกว่าไปที่ไหนดี

“ก็ติดต่อที่พักทั้งหมดแล้ว เต็มหมดเหลือที่นี้ที่เดียว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“เชื่อใจคนจัด” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“D1 D2 เลือกกันเอง แต่ก็มีบางที่ ที่ทำการปรึกษาสมาชิกว่าจะไปที่ไหนดี” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ไปไหนก็ได้ขอให้ได้เที่ยว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่า จะมีทั้งรูปแบบของการที่ผู้ชักชวนตัดสินใจมาแล้ว กับรูปแบบที่ต้องการความคิดเห็นจากสมาชิก โดยที่สมาชิกจะเชื่อใจคนจัดที่เป็นคนหาข้อมูลมา และอาจจะมีบางอย่างที่จะขอความคิดเห็นจากสมาชิก แต่สิทธิในการตัดสินใจหลายๆ ที่จะขึ้นกับกลุ่มผู้จัด

#### 4.2.7 การวางแผนในเรื่องต่างๆ ก่อนการเดินทาง

เมื่อได้ตัดสินใจสถานที่ต่างๆ ที่จะทำการท่องเที่ยวเสร็จเรียบร้อยแล้ว ต่อมาก็คือการวางแผนก่อนการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวทั้ง 2 ลักษณะ จะมีพฤติกรรมที่เหมือนกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการวางแผนด้านต่างๆ คือ วางแผนกำหนดการท่องเที่ยว วางแผนค่าใช้จ่าย วางแผนเดินทาง และวางแผนของส่วนกลาง

วางแผนกำหนดการท่องเที่ยว

“ครั้งล่าสุดจะมีสมาชิกคนหนึ่งจัดการ ว่าก็โหมงควรงินข้าว ประมาณก็โหมงทำอะไร” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)



“ทำเป็นรูปขนาดเอสี่ อาจแบ่งเป็น 4 ช่อง แล้วส่งในไลน์ จะพยายามให้อยู่ในหน้าเดียว ส่วนใหญ่จะเป็น 8 โมงสนามบิน 10 โมงถึงอะไรจี้ แล้วมีรูปพื้นหลังสวยๆ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“เขียนประมาณเวลาไว้ ประมาณเอาเอง แต่เวลาอาจปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม แล้วส่งไฟล์ให้คนอื่น” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ทำตารางคร่าวๆ เช่น ออกจากบ้านกี่โมง ไปไหน ผ่านอะไรก่อน เทียวไหนก่อน พักกลางวันไหน ต้องกลับถึงที่พักกี่โมง เขียนใส่กระดาษ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

วางแผนค่าใช้จ่าย

“ส่วนใหญ่จะเป็นค่าน้ำมัน ค่าที่พัก คร่าวๆ คิดค่าใช้จ่ายคร่าวๆ แต่ถ้าไปไม่ไกลก็ไม่ค่อยได้คิด” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“เก็บค่ากองกลาง ขอเก็บก่อนเท่านั้น โดยพิจารณาอิงจากที่พัก ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“เรารู้ราคาที่พัก คาร์ด ค่าน้ำมัน ที่เหลือเป็นตัวแปร เลยไม่ได้พิงมาก เลยรู้เฉลี่ยต่อคนว่าประมาณเท่าไร” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ลงขัน ถ้าเป็นที่พักก็จะรู้บที่พักละ แต่น้ำมัน ค่ากิน ไม่ได้สนใจ เพราะเป้าหมายคือไปเที่ยว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

วางแผนการเดินทาง

“วางแผนรถที่จะไปกัน ว่าคนไหนได้บ้าง นั่งได้ที่คน จัดคนเข้ารถ และนัดจุดนัดพบ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ส่วนใหญ่จะสำรวจเส้นทาง แผนที่” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ถ้าขับกันไปเองจะกำหนดปลายทางไว้ก่อนในจีพีเอส เช่น ขับไปเชียงราย ก็กำหนดไว้ 2-3 ที่แรกที่ต้องใช้ก่อน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ดูในแผนที่กรมทางหลวง ภูเก็ลก็ดู” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

วางแผนเรื่องของส่วนกลาง

“จะมีปัญหาเกี่ยวกับของส่วนกลาง เช่นรอบที่แล้วเป็นเรื่องถึงน้ำแข็ง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“วัสดุ อุปกรณ์ในการทำอาหารกินร่วมกัน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“เกี่ยวกับอุปกรณ์เช่น ทำอาหารกิน แบ่งกันตามความสะดวก เช่น ใครที่รถตู้มา รับถึงหน้าบ้านก็จะเอาไปเยอะหน่อย” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าเป็นขั้นตอนของการนำข้อมูลที่ได้ทำการตัดสินใจทั้งหมดแล้วนั้น มาทำการกำหนดแผนการในเรื่องวางแผนกำหนดการท่องเที่ยว วางแผนค่าใช้จ่าย วางแผนเดินทาง และวางแผนของส่วนกลาง ซึ่งก็จะมีหลากหลายวิธีการในการนำมาบอกคนอื่น ๆ เช่น การโพสต์ในไลน์ การทำไฟล์เอกสารในคอมพิวเตอร์

#### 4.2.8 การเดินทาง

เมื่อวางแผนในเรื่องต่างๆ แล้ว ต่อมาคือขั้นตอนของการเดินทาง จากการสัมภาษณ์กลุ่มทั้งหมด มีการเดินทางแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ ขับรถกันไปเอง กับการจ้างรถตู้ โดยกรณีที่ขับรถกันไปเองมีพฤติกรรมต่างๆ ดังนี้

“เวลาเดินทาง เราก็ต้องไปแวะรับที่ละจุดๆ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ตอนขับก็จะใช้จีพีเอสนำทาง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ช่วยกันดูป้าย ดูแผนที่กรมทางหลวง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ประเด็นที่พบ

“เวลาเดินทาง เราก็ต้องไปแวะรับที่ละจุดๆ ซึ่งก็อาจจะทำให้ช้า แล้วก็คลาดเคลื่อนกำหนดการไป มีคนตื่นสาย คนขับไปรับแล้วหลงด้วย” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“เนวิเกเตอร์มีผลจริงๆ ที่ คนดูเนวิเกเตอร์ด้วย เคยถึงขนาดไปจะนำตึกนี้ แต่ตั้งไปอีกน้ำตึกนี้ บางทีเน็ตไม่ดีก็เกิดแมพก็เลยไม่ทำงาน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“จะถามทาง แต่คุยกันไม่รู้เรื่อง บอกไม่ถูกว่าคั่นนี้อยู่ไหน อีกคั่นอยู่ตรงไหนก็ไม่รู้ ก็เลยฟังจีพีเอสได้อย่างเดียว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“อยากรู้ ว่าคั่นอื่นอยู่ไหนไม่รู้อยากรู้คนเดียวรีปาว อยากรู้ที่อยู่ว่าตอนนี้ใครอยู่ไหนบ้างแล้ว จะได้ว่าเราเข้าไปม๊าย เพราะให้ไปรอก็ไม่สนุก บางทีถามว่าใกล้ถึงกันรึยัง ก็ตอบไม่ค่อยได้ เทียบด้วยกัน ก็อยากรู้ว่าใครอยู่ตรงไหนบ้าง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ถ้ามันมีแอปอย่างนี้ก็ดีนะ แบบเดินทางเป็น group แล้วตอนนี้คั่นนี้อยู่ไหนแล้วเรามาเป็นกลุ่มแล้วก็อยากรู้ว่าตอนนี้ใครอยู่ไหนบ้าง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“เคยหลงทางตอนขับไปเอง 4-5 คั่น แล้วหลงกัน สรุปก็ไม่ค่อยได้เที่ยวด้วยกัน ก็แยกกันกิน แยกกันเที่ยว คราวหน้าก็คงไปรถตุ๋ละ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ไปครั้งแรกก็มีหลง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าผู้ที่เป็นคนขับส่วนใหญ่ถ้าเป็นช่วงวัยที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี จะใช้จีพีเอสในการนำทาง โดยทำการค้นหาปลายทางที่ต้องการแล้วขับตามในทางที่ไม่คุ้นเคย แต่ในช่วงของการเดินทางนี้บางคนต้องการจะรู้ว่าคั่นอื่นๆ ถึงไหนกันแล้ว เพื่อเป็นข้อมูลว่าเราเดินทางเข้าไปหรือไม่ หรือว่าเป็นข้อมูลในการเดินทางก็จะทำการโทรศัพท์คุยกัน แต่ก็เกิดปัญหาการสื่อสารที่ไม่ตรงกันขึ้น

ในส่วนของการจ้างรถตู้รับจ้างมีพฤติกรรมดังนี้

“จ้างที่เพื่อนแนะนำ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“เอาจีพีเอสไปด้วย เพราะว่าคนขับชอบทำเหมือนรู้ทาง แต่จริงๆ ไม่รู้ ก็เอาไปติดไว้หน้ารถแล้วบอกเค้าว่าขับตามที่พี่นัด ผมเปิดเฉยๆ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“จ้างรถตู้ที่คุ้นเคย” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ประเด็นที่พบ

“คนขับชอบทำเหมือนรู้ทาง แต่จริงๆ ไม่รู้” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“เคยมีครั้งที่ซบแรงแม้มาก บ่นอีกว่ามาไกล เพราะเค้ากะไว้ว่าซบประมาณ 7-8 ช.ม. แต่ที่จริง 10 ช.ม.” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าการจ้างรถตู้จะพยายามหารถตู้ที่เคยใช้บริการแล้วถูกใจ หรือมีคนแนะนำมา ซึ่งก็อาจจะมีปัญหาที่เกิดขึ้นคือการไม่รู้ทาง หรือการเจอรถตู้ที่ซบไม่ดี

#### 4.2.9 การท่องเที่ยว

เมื่อเดินทางถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จึงทำการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยว

“จ่ายเงินส่วนกลาง และจดค่าใช้จ่ายที่ใช้เงินส่วนกลาง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“เล่นน้ำ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ยืนอ่านประวัติ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ถ่ายรูป” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทุกกลุ่ม)

ประเด็นที่พบ

“ปกติคนที่หาจะจำที่ได้ คนอื่นก็จะเดินมาถามว่าไปไหนต่อ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“รองเท้าขาด” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ถ้ารู้ว่าเดินไกลยั้ง คงไม่ไป” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ผิดหวัง เพราะบางที่ก็สวยจริง บางที่ก็ไม่จริง อาจจะเป็นเพราะมีคนละช่วงเวลา” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าในขั้นตอนนี้ทุกคนก็ทำการท่องเที่ยวตามที่กำหนด ทำกิจกรรมต่างๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยว และมีคนที่ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายส่วนกลางคอยทำหน้าที่จ่ายเงินและจดบันทึก โดยที่มีประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นคือการไม่รู้ข้อมูล เช่น รองเท้าขาด ไม่รู้ว่าต้องเดินไกล ไม่รู้ว่าจะไปไหนต่อ

#### 4.2.10 การแชร์ประสบการณ์

ในระหว่างการท่องเที่ยว หรือหลังจากการท่องเที่ยวเสร็จสิ้น สมาชิกจะเกิดความ ต้องการในการแชร์ประสบการณ์ให้กับคนอื่น ซึ่งมีพฤติกรรมต่างๆ ดังนี้

“ถ่ายภาพ ลงเฟสบุ๊ก อินสตาแกรมเมื่อเจออะไรน่าสนใจ โปสเลย เหมือนเอาไว้อวดเพื่อน และมีการพูดคุยกัน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ถ้าเจออาหารอร่อย ก็มีส่งให้เพื่อนในไลน์ด้วย” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“แชร์แต่รูป ไม่ชอบเขียน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“เราอยากแชร์ให้แค่กลุ่มเรารู้” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ผมลงพันทิพ ไซว์รูป” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ถ้าเค้าถามมาเราก็แนะนำ ก็บอกหมดเลย ว่าไปเจออะไร ต้องดูแลตัวเองยังไง ตอนกลางวันร้อน ไม่มีอะไรทำ” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“สร้างอัลบั้มในไลน์” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“เฟสบุ๊ก” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“ส่งรูปให้เพื่อนดูในไลน์” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าการในทุกกลุ่มที่ทำการศึกษาแชร์ประสบการณ์จะมีสมาชิกเกือบทุกคนโพสรูปขึ้นเฟสบุ๊ก หรือส่งรูปไปในไลน์ และจะมีส่วนน้อยที่ทำการจัดบันทึกเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวครั้งนั้นๆ มีสมาชิกทั้งที่อยากแชร์ประสบการณ์แค่ในกลุ่ม ก็พร้อมจะแชร์ในวงกว้าง และถ้ามีใครมาถามถึงข้อมูลที่ท่องเที่ยวครั้งนั้นๆ ก็พร้อมที่จะให้ข้อมูล

#### 4.2.11 การบันทึกประสบการณ์

ในระหว่างการท่องเที่ยว หรือหลังจากการท่องเที่ยวเสร็จสิ้น สมาชิกจะมีการเก็บบันทึกประสบการณ์เพื่อเป็นความทรงจำ หรือเพื่อไว้บอกต่อให้กับคนอื่น ซึ่งมีพฤติกรรมต่างๆ ดังนี้

“หลังจบจะเอารูปมาลงกันในอัลบั้มไลน์” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“อยากเก็บคอมเม้นไว้มาดู ถ้าไม่ใช่รูปตัวเองที่กำลังโดนแซว” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“ถ้าลงคอมเดี๋ยวกี่สิม แต่ถ้าในเฟสก็ยังไม่หาได้” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“สร้างอัลบั้มในไลน์” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“โหลดลงคอม” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“สร้างอัลบั้มในไลน์” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“เก็บรูปในคอม เขียนลงซีดี” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“เข้าแฟ้ม ทำอัลบั้ม” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม D, สัมภาษณ์กลุ่ม, 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าการแชร์ประสบการณ์จะมีสมาชิกบางคนแชร์ขึ้นเฟสบุ๊ก หรือส่งรูปไปในไลน์ มีการจัดบันทึกประสบการณ์ โดยที่ส่วนใหญ่จะทำการอัปโหลดรูปขึ้นโซเชียลมีเดีย เพื่อให้เรียกดูเมื่อไหร่ก็ได้ และทำให้ไม่ลืม

#### 4.2.12 หลังไปเที่ยว

ขั้นตอนสุดท้ายก็คือหลังจากการท่องเที่ยวเสร็จสิ้น ก็ยังคงเหลือบางกิจกรรมที่ยังคงต้องทำร่วมกัน จึงทำการศึกษาในขั้นตอนสุดท้ายดังนี้

“แจกเงินคืน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“เคลียร์ของกองกลาง” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม A, สัมภาษณ์กลุ่ม, 28 ตุลาคม พ.ศ. 2558)

“คืนเงินคนละ 100” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม B, สัมภาษณ์กลุ่ม, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

“แบ่งของกันกลับบ้าน” (กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่ม C, สัมภาษณ์กลุ่ม, 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558)

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ 5W1H จะเห็นว่าหลังจากการท่องเที่ยวเสร็จสิ้นจะยังมีกิจกรรมที่ยังคงต้องทำคือการคืนเงินกองกลาง หรือเก็บเพิ่มในส่วนของกองกลาง และมีการเคลียร์ของส่วนกลางที่เหลือว่าใครควรเอาไป



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ที่ได้ทำการท่องเที่ยวในประเทศไทยภายในระยะเวลา 1 ปี โดยทำการศึกษาด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มในประเทศไทยจำนวน 4 กลุ่ม ในช่วงเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

##### 5.1.1 ข้อมูลลักษณะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยภายในระยะเวลา 1 ปี โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

5.1.1.1 กลุ่มท่องเที่ยวแบบเพื่อน คือ กลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยเพื่อนที่มีความสนิทสนมกันจัดกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยกัน

5.1.1.2 กลุ่มท่องเที่ยวแบบครอบครัว คือ กลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยญาติพี่น้องหลายครอบครัวท่องเที่ยวจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยกัน

##### 5.1.2 ข้อมูลการศึกษาพฤติกรรมในกิจกรรมต่างๆ และคุณลักษณะของแอปพลิเคชันที่เหมาะสม

###### 5.1.2.1 การริเริ่มของการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า การริเริ่มของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ และลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำ ซึ่งมีความแตกต่างกันของการเกิดการท่องเที่ยว และมีความแตกต่างในพฤติกรรมบางขั้นตอน

การท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ จะเกิดความตั้งใจในการท่องเที่ยวของสมาชิกในกลุ่มก่อน ก่อนที่จะพิจารณาสถานที่ที่จะไป ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่การรวมกลุ่มเที่ยวด้วยกันครั้งแรกและตกลงกันได้ ซึ่งกลุ่มลักษณะนี้จะมีการคุยกันเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวอยู่เป็นประจำ



การทอ้งเที่ยวในลักษณะของการทอ้งเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำเกิดสถานที่ทอ้งเที่ยวก่อนซึ่งถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการทอ้งเที่ยวซึ่งอาจจะเกิดขึ้นเมื่อไหร่ก็ได้ แล้วจึงค่อยเกิดการรวมกลุ่มทอ้งเที่ยวขึ้น โดยเกิดจากคนหนึ่งคน หรือคนกลุ่มเล็กๆ เป็นคนเริ่มต้นขึ้นมา

ซึ่งสิ่งที่ได้จากการศึกษาในส่วนนี้และควรที่จะนำไปใช้ในแอปพลิเคชันคือการแจ้งเตือน (Notification) เพราะการแจ้งเตือนเป็นสิ่งที่เป็จุดเด่นของสมารท์โฟนในการทำให้ผู้ใช้งานกลับไปใช้แอปพลิเคชันนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการทอ้งเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำควรมีการแจ้งเตือนถึงการทอ้งเที่ยวที่ผ่านมา เช่น ปิดเทอมที่แล้วเราไปที่นี้กัน และมีการแนะนำ (Suggestion) ประเภทของสถานที่ ที่ไม่ซ้ำกับการทอ้งเที่ยวครั้งล่าสุดเพื่อเป็นการกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มกลับไปดู และเป็นการกระตุ้นให้ทำการพูดคุยถึงการทอ้งเที่ยวครั้งต่อไป ส่วนการทอ้งเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำควรมีการแจ้งเตือนแนะนำการทอ้งเที่ยวที่มีรูปและเนื้อหาที่แปลกใหม่เพื่อกระตุ้นให้ผู้ที่เป็นคนชักชวนผู้เพื่อนๆ หรือญาติเกิดความต้อการทอ้งเที่ยว

#### 5.1.2.2 การชักชวน

การทอ้งเที่ยวในลักษณะของการทอ้งเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำสมาชิกคนใดคนหนึ่งของกลุ่ม ที่เห็นว่าถึงช่วงเวลาที่จะต้องมีการจัดกิจกรรมทอ้งเที่ยวด้วยกัน ก็คือช่วงปิดเทอม โดยทำการส่งไลน์เข้าไปในกลุ่มครอบครัวญาติ หรือไลน์กลุ่มเพื่อนที่ไปเที่ยวด้วยกันประจำ ซึ่งถ้าหากได้สมาชิกที่จะไปในครั้งนี้แล้วก็จะทำการตั้งกลุ่มไลน์ขึ้นมาใหม่เพื่อให้มีเฉพาะสมาชิกในครั้งนี แต่ก็จะมปัญหาเรื่องการไม่รู้ว่าคคนไหนสนใจที่จะไปในรอบนี้หรือไม่

การทอ้งเที่ยวในลักษณะของการทอ้งเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำเกิดจากเพื่อน หรือญาติที่มีความต้อการจัดกิจกรรมทอ้งเที่ยวซึ่งอาจจะเป็นเวลาไหนก็ได้ โดยทำการส่งไลน์เข้าไปในกลุ่มครอบครัวญาติ หรือไลน์กลุ่มเพื่อนที่รู้จัก แต่ว่าถ้าเป็นครอบครัวที่มีไลน์ไม่ครบทุกคนก็จะเป็นการโทรศัพท์ชักชวนกัน ซึ่งถ้าหากได้สมาชิกที่จะไปในครั้งนี้แล้วก็จะทำการตั้งกลุ่มไลน์ขึ้นมาใหม่เพื่อให้มีเฉพาะสมาชิกในครั้งนีเช่นกัน ซึ่งในลักษณะนี้จะต่างจากลักษณะแบบแรกเพราะว่าคนที่ไม่ตอบก็คือคนที่ไม่สนใจ จึงไม่จำเป็นต้องรอให้ตอบ

ในขั้นตอนนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มที่มีการใช้ไลน์กลุ่มในการติดต่อสื่อสารกันนั้นจะมีพฤติกรรมในการสร้างกลุ่มไลน์ใหม่ขึ้นมา ซึ่งอาจจะแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการที่จะใช้แอปพลิเคชันอื่นนอกจากไลน์กลุ่ม ดังนั้นสิ่งที่แอปพลิเคชันควรจะเป็นก็คือ การที่แอปพลิเคชันเรานั้นสามารถที่จะทำการชวน (Invite) เพื่อนๆ ผ่านทางช่องทางเดิมที่ทุกคนติดต่อสื่อสารนั้นก็คือผ่านไลน์ จีเมล เฟสบุ๊ค เป็นต้น เพื่อที่จะไม่เกิดรอยต่อในการค้นหาสมาชิกซึ่งความสามารถของระบบปฏิบัติการบนสมารท์โฟนปัจจุบันมีความสามารถในการทำเช่นนี้ได้

### 5.1.2.3 การประเมินทางเลือกครั้งแรก

การท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำสิ่งแรกที่สมาชิกอาจจะบางคนหรือทั้งหมดทำการพูดคุยกัน จะยังไม่ใช้สถานที่ท่องเที่ยว แต่จะคุยกันถึงประเภทว่าจะไปท่องเที่ยวสถานที่แบบไหนก่อน ซึ่งจะไม่เลือกประเภทเดิมกับการท่องเที่ยวครั้งล่าสุด ซึ่งการแบ่งประเภทอาจแบ่งได้หลายแบบเช่น แบ่งตามชนิดที่ท่องเที่ยว ภูเขา ทะเล หรืออาจจะแบ่งตามรูปแบบของกิน ซึ่งขั้นตอนนี้ทั้งสองกลุ่มนี้จะใช้วิธีการพูดคุยกันทางไลน์กลุ่ม

การท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำการประเมินประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวนี้ผู้ที่มาชวนจะเป็นผู้ทำการประเมิน โดยใช้เกณฑ์การประเมินที่คล้ายกับการท่องเที่ยวลักษณะแรก คือไม่ไปซ้ำประเภทเดิม หรือไม่ไปที่เดิม ซึ่งขั้นตอนนี้จะใช้วิธีการพูดคุยกันทางไลน์กลุ่ม กับกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีก็จะใช้การโทรคุยกัน

จะเห็นว่าในขั้นตอนนี้อัปพลิเคชันควรที่จะมีความสามารถในการคัดกรอง (Filter) ประเภทของสถานที่ที่เคยไปแล้วออกไป ซึ่งการแบ่งประเภทนั้นต้องทำให้สามารถที่จะแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวได้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม เช่น แบ่งตามชนิดที่ท่องเที่ยวเป็นภูเขา ทะเล หรืออาจจะแบ่งในรูปแบบของกิน และอื่นๆ

### 5.1.2.4 การค้นหาข้อมูล

การท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำในขั้นตอนนี้จะจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องหลายคนแบ่งกันหาข้อมูลตามที่ตัวเองสนใจ โดยลักษณะข้อมูลที่ต้องการคือ ดูรูป อ่านคำติชม ดูการท่องเที่ยวที่คนอื่นรีวิว หรือดูข้อมูลจากทัวร์ และข้อมูลแหล่งหนึ่งที่มีความสำคัญคือสอบถามคนรู้จักซึ่งเป็นข้อมูลที่สมาชิกจะให้ความเชื่อถือค่อนข้างมาก ซึ่งปัญหาก็คือเรื่องของการใช้เวลามากในการหา และไม่แน่ใจว่าน่าเชื่อถือหรือไม่

การท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำผู้ที่เป็นคนชักชวนซึ่งอาจเป็นคนเดียว หรือกลุ่มย่อย จะทำการหาข้อมูล โดยลักษณะข้อมูลที่ต้องการคือดูรูป อ่านคำติชม ดูการท่องเที่ยวที่คนอื่นรีวิว เช่นกันกับลักษณะแรก และข้อมูลแหล่งหนึ่งที่มีความสำคัญคือสอบถามคนรู้จัก หรือบุคคลที่มีความชำนาญในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งเป็นข้อมูลที่สมาชิกจะให้ความเชื่อถือค่อนข้างมาก ซึ่งปัญหาก็คือเรื่องของการใช้เวลามากในการหา และไม่แน่ใจว่าน่าเชื่อถือหรือไม่

ในการค้นหาข้อมูลนี้ต้องสร้างเนื้อหา (Content) ที่มีรูปสวยงาม มีการพูดคุยติชม และสร้างความแตกต่างโดยที่มีเนื้อหาที่เป็นแผนการท่องเที่ยวมารีวิวซึ่งเกิดจากคนที่ใช้

แอปพลิเคชันนี้แล้วทำการแบ่งปัน (Share) มาให้ผู้ใช้คนอื่น และต้องมีระบบจัดเก็บข้อมูลที่ผู้ใช้งานสนใจเพื่อไว้ใช้ในการประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และการวางแผนต่อไป

#### 5.1.2.5 การประเมินทางเลือก

การท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ สมาชิกที่ทำการหาข้อมูลต้องการจะพิจารณาจากที่พักที่เป็นบ้านเพื่อให้ร่วมทำกิจกรรมกันได้ ส่วนสถานที่ที่เที่ยวนั้นจะหาที่ไม่ไกลจากที่พัก และอาจจะหาข้อมูลไม่ได้ละเอียดเท่ากับที่พักเพราะสามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอด จากนั้นจึงทำการส่งลิงค์ที่เป็นข้อมูลต่างๆ ลงในกลุ่มไลน์ ซึ่งจะมีปัญหาให้บางคนตกข้อมูลบางอย่างไป แต่ก็ไม่อยากใส่ไว้ในโพส เพราะคิดว่าการใส่โพสต้องเป็นอะไรที่จริงจัง และการส่งผลกับการตัดสินใจในระหว่างการท่องเที่ยวว่าจะไปสถานที่ไหน หรือว่าจะไปสถานที่ไหนแทนดี

การท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำ สมาชิกที่ทำการหาข้อมูลจะเน้นไปที่เรื่องของการหาสถานที่ท่องเที่ยว โดยจะใช้เวลาส่วนมากไปกับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งปัญหาที่พบก็คือที่ๆ ไม่ได้หาข้อมูลไปโดยละเอียดอาจจะทำให้บางคนเกิดปัญหาหรือว่าพลาดโอกาสในการท่องเที่ยวบางที่ไป

ซึ่งส่วนที่แอปพลิเคชันควรมีคือเนื้อหาที่พักที่เหมาะสมกับกลุ่มแรก และทำการแนะนำสถานที่เที่ยวที่เป็นทางผ่าน หรือไม่ไกลจากที่พัก มีข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่สำคัญ ข้อควรระวังต่างๆ และที่สำคัญคือเมื่อได้ทางเลือกแล้ว ต้องสามารถเก็บข้อมูลที่ผู้ใช้งานสนใจเพื่อไว้ใช้ในการตัดสินใจ และวางแผนต่อไป ซึ่งในการประเมินทางเลือกนี้จะมีขั้นตอนของการพูดคุยกันด้วย ซึ่งควรที่จะทำให้การพูดคุย และข้อมูลที่ถูกจัดเก็บนั้นสอดคล้องต่อเนื่องกัน

#### 5.1.2.6 การตัดสินใจ

การท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้เป็นประจำ สมาชิกที่ทำการหาข้อมูลต้องการที่จะให้ทุกคนร่วมกันตัดสินใจว่าจะเลือกสถานที่ใดบ้าง โดยอยากให้การโหวตกันเพราะคนหาข้อมูลไม่ต้องการตัดสินใจเอง แต่ว่าเสียงจากสมาชิกบางคนก็สามารถที่จะตัดสินใจได้ทันที ซึ่งก็จะพบปัญหาเช่นเคยเมื่อไม่มีใครตอบ

การท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดไว้เป็นประจำจะมีทั้งรูปแบบของการที่ผู้ชักชวนตัดสินใจมาแล้ว กับรูปแบบที่ต้องการความคิดเห็นจากสมาชิก โดยที่สมาชิกจะเชื่อใจคนจัดที่เป็นคนหาข้อมูลมา และอาจจะมียางอย่างที่จะขอความคิดเห็นจากสมาชิกแต่สิทธิในการตัดสินใจหลายๆ ที่จะขึ้นกับกลุ่มผู้จัด

แอปพลิเคชันควรมีการให้ลงคะแนนสถานที่ต่างๆ โดยทำให้ง่ายๆ เช่นการกดเพียงครั้งเดียว และทุกคนสามารถรู้ได้ว่าใครโหวตกับสถานที่ไหนบ้าง และทางเลือกที่ไม่เป็นที่ต้องการ และไม่ได้ต้องการเก็บไว้เป็นสำรอง ต้องถูกลบออกได้

#### 5.1.2.7 การวางแผนในเรื่องต่างๆ ก่อนการเดินทาง

จะเห็นว่าเป็นขั้นตอนของการนำข้อมูลที่ได้ทำการตัดสินใจทั้งหมดแล้วนั้น มาทำการกำหนดแผนการในเรื่องวางแผนกำหนดการท่องเที่ยว วางแผนค่าใช้จ่าย วางแผนเดินทาง และวางแผนของส่วนกลาง ซึ่งก็จะมีหลากหลายวิธีการในการนำมาบอกคนอื่นๆ เช่น การโพสต์ในไลน์ การทำไฟล์เอกสารในคอมพิวเตอร์

แอปพลิเคชันควรที่จะสามารถช่วยในการวางแผน โดยที่นำข้อมูลของทุกคนที่ได้ทำการตัดสินใจหรือทำการเลือกสถานที่ไว้สำรอง มาช่วยให้การวางแผนทุกอย่างทำได้โดยง่าย และช่วยวางแผนได้โดยสะดวก

#### 5.1.2.8 การเดินทาง

จากการศึกษาในครั้งนี้นี้พบว่าการเดินทางแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ ขับรถกันเอง กับการจ้างรถตู้

ในแบบของการขับรถกันเองนั้นผู้ที่เป็นคนขับส่วนใหญ่ถ้าเป็นช่วงวัยที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี จะใช้จีพีเอสในการนำทาง โดยทำการค้นหาปลายทางที่ต้องการแล้วขับตามในทางที่ไม่คุ้นเคย แต่ในช่วงของการเดินทางนี้บางครั้งต้องการจะรู้ว่าคนอื่น ๆ ถึงไหนกันแล้ว เพื่อเป็นข้อมูลที่เราเดินทางเข้าไปหรือไม่ หรือว่าเป็นข้อมูลในการเดินทางก็จะทำการโทรศัพท์คุยกัน แต่ก็เกิดปัญหาการสื่อสารที่ไม่ตรงกันขึ้น

ในแบบของการจ้างรถตู้สมาชิกจะพยายามหารถตู้ที่เคยใช้บริการแล้วถูกใจหรือมีคนแนะนำมา ซึ่งก็อาจจะเกิดปัญหาที่เกิดขึ้นคือการไม่รู้ทาง หรือการเจอรถตู้ที่ขับไม่ดี

ในการเดินทางทางแอปพลิเคชันควรที่จะสามารถรู้ได้ว่าสมาชิกคนไหนอยู่ที่ไหนบ้างแล้ว ถ้าเป็นการขับรถแยกเส้นทางกันควรมีเส้นทางที่แต่ละคนวิ่ง เพื่อความสะดวกในการสื่อสารเรื่องเส้นทางกัน และในการนำทางนั้นต้องทำการช่วยนำทางได้อย่างรวดเร็วโดยการกดไปณ จุดปลายที่เราวางแผนไว้ในขั้นตอนการเดินทางแล้วสามารถนำทางได้ทันที โดยที่ไม่ต้องมีการค้นหาใดๆ เพิ่มเติมอีก

#### 5.1.2.9 การท่องเที่ยว

ในขั้นตอนนี้ทุกคนก็ทำการท่องเที่ยวตามที่กำหนด ทำกิจกรรมต่างๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยว และมีคนที่ดูแลเรื่องค่าจ่ายส่วนกลางคอยทำหน้าที่จ่ายเงินและจัดบันทึก โดยที่มีประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นคือการไม่รู้ข้อมูล เช่น รองเท้าขาด ไม่รู้ว่าต้องเดินไกล ไม่รู้ว่าจะไปไหนต่อ

แอปพลิเคชันควรที่จะให้ข้อมูลในการท่องเที่ยวเรื่องที่เราควรระวัง และควรที่จะมีพื้นที่ที่ใช้ในการเขียนข้อควรระวังในจุดที่ผู้ใช้งานเจอ เพื่อทำการบอกต่อในอนาคต

#### 5.1.2.10 การแชร์ประสบการณ์

ทุกกลุ่มที่ทำการศึกษาระดับประสบการณ์จะมีสมาชิกเกือบทุกคนโพสต์รูป ขึ้นเฟสบุ๊ก หรือส่งรูปไปไลน์ และจะมีส่วนน้อยที่ทำการจัดบันทึกเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ครั้งนั้นๆ มีสมาชิกทั้งที่อยากแชร์ประสบการณ์แคในกลุ่ม กับพร้อมจะแชร์ในวงกว้าง และถ้ามีใครมาถามถึงข้อมูลที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ก็พร้อมที่จะให้ข้อมูล

แอปพลิเคชันควรที่จะมีความสามารถในการแชร์ข้อมูลต่างๆ ไปยังแอปพลิเคชันโซเชียลมีเดียที่เป็นที่นิยม และแอปพลิเคชันแชทที่เป็นที่นิยมได้

#### 5.1.2.11 การบันทึกประสบการณ์

การแชร์ประสบการณ์จะมีสมาชิกบางคนโพสต์ขึ้นเฟสบุ๊ก หรือส่งรูปไป ไลน์ มีการจัดบันทึกประสบการณ์ โดยที่ส่วนใหญ่จะทำการอัปโหลดรูปขึ้นโซเชียลมีเดีย เพื่อให้เรียกดูเมื่อไหร่ก็ได้ และทำให้ไม่ลืม

แอปพลิเคชันควรช่วยเก็บประสบการณ์ของแต่ละกลุ่มการท่องเที่ยวไว้ได้และช่วยให้สามารถแชร์ประสบการณ์ในส่วนนี้ เช่น แผนการท่องเที่ยวไปให้กับเพื่อนหรือญาติที่ใช้แอปพลิเคชันนี้ใช้งานต่อได้สะดวก

#### 5.1.2.12 หลังไปเที่ยว

หลังจากการท่องเที่ยวเสร็จสิ้นแล้วยังมีกิจกรรมที่ยังคงต้องทำคือการคืนเงินกองกลาง หรือเก็บเพิ่มในส่วนของกองกลาง และมีการเคลียร์ของส่วนกลางที่เหลือว่าใครควรเอาไป

แอปพลิเคชันควรที่จะช่วยบริหารเงินกองกลางที่เหลือ โดยที่การบริหารเงินกองกลางนี้ควรที่จะให้ทุกคนสามารถอัปเดตเงินกองกลางได้ สามารถที่จะช่วยพิจารณาการคืนของส่วนกลางได้ และอื่นๆ ที่อาจจะศึกษาเพิ่มเติมแล้วพบว่ายังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่ต้องทำร่วมกันอีก หลังการท่องเที่ยว

### 5.2 ประโยชน์ที่ได้รับเชิงบริหารและข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

เมื่อเห็นพฤติกรรมและปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นผู้บริหารสามารถนำไปใช้ในการออกผลิตภัณฑ์ ซึ่งในที่นี้ก็คือแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ซึ่งน่าจะสามารสร้างโอกาสในการใช้งานของนักท่องเที่ยวกลุ่มจำนวนมากในไทย และเป็นโอกาสทางธุรกิจ

ในส่วนของการแจ้งเตือนนั้นสิ่งสำคัญที่จะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้งานกลับมาใช้งานแอปพลิเคชัน ควรที่จะส่งได้อย่างถูกต้องทั้งเวลาและเนื้อหาเพื่อไม่ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความรำคาญหรือรำคาญ

และถ้าสามารถส่งการแจ้งเตือนได้อย่างถูกต้องทั้งเวลาและเนื้อหาแล้ว จะช่วยให้ผู้ใช้งานกลับมาใช้งานแอปพลิเคชัน เช่น กลับมาพูดคุยถึงการท่องเที่ยวกลุ่มครั้งที่ผ่านๆ มา พูดคุยกันถึงการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป การถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว

ในส่วนของเนื้อหาของแอปพลิเคชัน ควรที่จะเน้นรูป มีคำติชม และมีแผนการท่องเที่ยวที่ช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งาน โดยที่ข้อมูลที่ผู้ใช้งานมีความเชื่อถือมากที่สุดก็คือข้อมูลจากบุคคลที่ผู้ใช้งานเชื่อใจ เช่น เพื่อน ครอบครัว ดังนั้นแอปพลิเคชันควรที่จะมีความสามารถที่จะสนับสนุนให้เกิดการแบ่งปันกันระหว่างเพื่อน ครอบครัวให้ทำได้อย่างสะดวก เพื่อที่จะเพิ่มเป็นอีกส่วนหนึ่งเนื้อหาที่น่าสนใจ และมีความน่าเชื่อถือ หรืออาจจะพัฒนาความสามารถที่ช่วยให้นำข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ มาใช้งานในแอปพลิเคชันได้สะดวก

ในส่วนของวางแผนต่างๆ นั้น เมื่อได้ผ่านการค้นหาข้อมูลทั้งหมดจนได้สถานที่ต่างๆ ที่ผู้ใช้งานสนใจแล้ว ควรที่จะสามารถช่วยในการวางแผนเบื้องต้นได้ ทั้งเรื่องของเวลา และการเดินทาง และมีส่วนที่ผู้ใช้งานต้องร่วมกันบริหารส่วนกลาง เช่น เงินกองกลาง ของส่วนกลาง

ในส่วนของการเดินทางควรที่จะมีช่วยนำทางได้อย่างรวดเร็ว และไม่ซับซ้อน และหากมีการเดินทางแยกกัน เช่น การแยกกันขับรถยนต์ ก็ควรที่จะสามารถช่วยให้ทุกคนในกลุ่มรู้ว่าตอนนี้ใครอยู่ที่ไหน และมีการเดินทางอย่างไรบ้าง

สุดท้ายคือเรื่องของการแบ่งปันและบันทึกประสบการณ์ ควรที่จะสามารถช่วยให้มีการแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชันที่มีความนิยมในการใช้งานได้อย่างสะดวก และช่วยในการเก็บประสบการณ์ต่างๆ เพื่อใช้สำหรับการแบ่งปัน หรือการย้อนระลึกถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมา

ซึ่งจากการศึกษาจะเห็นว่ากระบวนการทั้งหมดนั้นมีขั้นตอนหลายขั้นตอน แต่การพัฒนาแอปพลิเคชันในปัจจุบันนั้นควรจะเป็นแอปพลิเคชันที่ลีน (Lean) ดังนั้นในการเลือกที่จะพัฒนาควรที่จะทำการพัฒนาเฉพาะส่วนที่จะทำให้สามารถจูงใจผู้ใช้งานได้จำนวนมากก่อน ซึ่งถ้าประสบความสำเร็จก็ควรทำการออกแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานข้อมูลต่างๆ ร่วมกันกับแอปพลิเคชันแรกได้

### 5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ทำการเลือกมานั้นมีจำนวนเพียงแค่ 4 กลุ่ม ซึ่งอาจจะไม่ใช่ตัวแทนที่ดีของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มในประเทศไทย ซึ่งอาจจะมีพฤติกรรมอื่นๆ ที่อาจจะพบได้ในกลุ่มอื่นๆ อีก

และอีกประการหนึ่งคือเป็นการศึกษาโดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มในการวิจัยในครั้งนี้เป็นครั้งแรกของผู้วิจัยซึ่งอาจจะทำให้มีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นได้

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง

ในส่วนของการวิจัยนี้เป็นการหาคุณลักษณะที่เหมาะสมของแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ซึ่งเกิดจากการศึกษาพฤติกรรม และประเด็นต่างๆ ที่พบ ซึ่งได้ผลลัพธ์คือคุณลักษณะที่แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนควรมี (Product Concept) ดังนั้นงานวิจัยต่อเนื่องคือการพัฒนาคุณลักษณะนี้ขึ้นมาให้สามารถใช้งานได้จริง และทำการทดสอบผลิตภัณฑ์ (Product test) ซึ่งคุณลักษณะต่างๆ ที่ศึกษามาอาจจะทำการออกแบบได้หลายรูปแบบ จึงควรที่จะพัฒนาต้นแบบแล้วให้กลุ่มนักท่องเที่ยวก่อนทดลองใช้งาน ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มเดิมที่ทำการวิจัย และทำการปรับจนเหมาะสม ซึ่งอาจจะต้องทำการทดสอบหลายรอบ

## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์จำกัด.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนการการเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณ วังวานิช. (2546). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีเพ็ญ ททรัพย์มนชัย, มนวิกา ผดุงสิทธิ์, และ นภดล ร่มโพธิ์. (2557). *การวิจัยทางธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

### วิจัย/วิทยานิพนธ์

- จิรัชญา ภูสุวรรณ. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและแบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยวหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.
- ธิติมานันท์ พูนจันทร์. (2554). *วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.
- วิไลวรรณ ศรีชื่น. (2557). *การแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านโมบายแอปพลิเคชันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. “การส่งเสริมการตลาดเที่ยวภาคกลาง”.

<http://www.tiewpakklang.com/news/central-region/16250> (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2558).



รัตติยา อังกุลานนท์. “เจาะพฤติกรรมใช้สมาร์ทโฟนต้น เอ็มคอมเมิร์ชโต”.

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/644517> (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2558).





## แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มสำหรับศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

พฤติกรรม ประเด็น และปัญหาในช่วงเวลาต่างๆ ของการท่องเที่ยว

ช่วงที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์ถึงขั้นตอนการท่องเที่ยวก่อนการท่องเที่ยว ได้แก่

- การเริ่มต้นสนใจในการจัดการท่องเที่ยว
- การค้นหาข้อมูล
- การประเมินทางเลือก
- การตัดสินใจเลือก
- การวางแผนค่าใช้จ่าย
- การเตรียมตัวก่อนการเดินทาง

ช่วงที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์ถึงขั้นตอนการท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยว ได้แก่

- กิจกรรมที่ทำร่วมกันระหว่างเดินทาง
- กิจกรรมที่ทำร่วมกัน ณ สถานที่ต่างๆ

ช่วงที่ 3 เป็นการสัมภาษณ์ถึงขั้นตอนการแบ่งปันและบันทึกประสบการณ์ ได้แก่

- การแบ่งปันประสบการณ์ การบอกต่อ
- การบันทึกประสบการณ์ที่ท่องเที่ยวมา

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายจักรพล ฤทัยธนรัตน์
วันเดือนปีเกิด	30 มกราคม 2529
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2550: วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (อิเล็กทรอนิกส์) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง
ตำแหน่ง	วิศวกรระดับ 5 การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
ประสบการณ์ทำงาน	2553: วิศวกร การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย 2551-2553: วิศวกร บริษัทโซนี่ ดีไวซ์ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด