

## การเปรียบเทียบพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย

### BEHAVIOR AND DECISION MAKING COMPARISON OF SOLO TRAVELERS IN THAILAND

เบญจวรรณ แสนรัตน์<sup>1\*</sup> จินณพัช โดมินิค<sup>2</sup>

Benjawan Saenrat, Jinnapas Dominic

Received March 7, 2025

Revised May 30, 2025

Accepted July 22, 2025

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย จำนวน 400 คน และทดสอบสมมติฐานจากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง ผลการวิจัยโดยจำแนกตามกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว พบว่า 1) กลุ่ม Introvert Solo Traveler ร้อยละ 60.15 เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมาแล้ว 1-3 ครั้ง ร้อยละ 42.11 มีวันเดินทางไม่แน่นอน 2) Extrovert Solo Traveler ร้อยละ 49.79 เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมาแล้ว 1-3 ครั้ง ร้อยละ 43.98 เดินทางตามโอกาสที่สะดวก หรือไม่มีวันเดินทางที่แน่นอน และ 3) Guide Solo Traveler ร้อยละ 88.46 เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมาแล้ว 1-3 ครั้ง และร้อยละ 42.31 นิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ ส่วนปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวของทั้ง 3 กลุ่ม คือ ต้องการความเป็นอิสระ โดยมีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 4.54$ ,  $\bar{X} = 4.65$  และ  $\bar{X} = 4.73$  ตามลำดับ ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต่อไป

**คำสำคัญ:** นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

<sup>1</sup> คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ประพันธ์บรรณกิจ อีเมล: benjawan.sa@kkumail.com  
Faculty of Business and Accountancy, Khon Kaen University, Corresponding Author, E-mail Address:  
benjawan.sa@kkumail.com

<sup>2</sup> คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น อีเมล: pthewe@kku.ac.th

Faculty of Business and Accountancy, Khon Kaen University, E-mail Address: pthewe@kku.ac.th

## Abstract

The research on the behavior and decision-making processes of solo travelers in Thailand aims to compare behavioral patterns among different types of solo travelers and identify factors influencing decisions to travel, which is a quantitative research, a survey questionnaire was administered to a sample of 400 solo travelers in Thailand. Hypotheses were tested using Structural Equation Modeling (SEM).

The results of the research were classified by solo traveler type, revealed the following: 1) Introvert Solo Travelers, 60.15% had undertaken 1-3 solo trips, and 42.11% exhibited flexible or uncertain travel dates; 2) Extrovert Solo Travelers, 49.79% had embarked on 1-3 solo trips, with 43.98% traveling opportunistically or without fixed schedules; and 3) 88.46% of Guide Solo Travelers had taken 1-3 solo trips, while 42.31% preferred weekend travel (Saturday-Sunday). Across all three solo traveler segments (Introvert, Extrovert, and Guide), the desire for independence emerged as a key factor influencing travel decisions, with mean independence scores of  $\bar{X} = 4.54$ ,  $\bar{X} = 4.65$ , and  $\bar{X} = 4.73$ , respectively. These findings offer actionable insights for tourism operators to develop targeted products and services that cater to the specific needs and preferences of these distinct solo traveler groups.

**Keywords:** Solo traveler, Solo traveler behavior, Solo traveler decision-making process, Factors influencing the solo traveler decision

## บทนำ

ปัจจุบันแนวโน้มของการท่องเที่ยวในรูปแบบเดินทางคนเดียว (Solo Travel) เป็นรูปแบบที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก แนวโน้มของรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว ไม่เพียงแต่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการตัดสินใจ และเป็นอิสระเท่านั้น แต่ยังสามารถพัฒนาตัวเอง และได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งการเดินทางในรูปแบบนี้จะได้พบกับมิตรภาพที่อยู่ระหว่างการเดินทางและมิตรภาพในแหล่งท่องเที่ยว โดยคริสตินา มิโร นักจิตวิทยาชาวเยอรมัน ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวคนเดียวว่าเป็นเรื่องของความมีอิสระมากกว่าความรู้สึกโดดเดี่ยว เพราะการท่องเที่ยวคนเดียวมีความแตกต่างจากการเที่ยวกับคู่รักหรือครอบครัว คือ การได้ประสบการณ์การพักผ่อนที่เข้มข้นกว่า จากการที่แนวโน้มของการเที่ยวคนเดียวเติบโตขึ้นทั่วโลก เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์คือ การเดินทางที่มีความยืดหยุ่นจากการที่สามารถปรับรูปแบบการเดินทางให้เหมาะสมกับตัวเองได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทาง และการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวไม่ได้จำกัดเพียงแค่นรุษใหม่เท่านั้น ซึ่งนับตั้งแต่เกิดโรคระบาดในปี 2020 ทำให้การดำเนินชีวิตของทุกคนมีการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้คนถูกบังคับให้อยู่บ้านเป็นเวลานานหลายเดือนโดยไม่มีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ส่งผลให้แนวโน้มของการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตามลักษณะของการต้องแยกกันอยู่ในช่วงเกิดการระบาดของไวรัสโควิด-19 จึงทำให้การเดินทางคนเดียวเพิ่มมากขึ้นในช่วงสามปีที่ผ่านมา ซึ่งนักท่องเที่ยวคนเดียวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย โดยสัดส่วนผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 84 ส่วนผู้ชายร้อยละ 16 โดยเหตุผลในการท่องเที่ยวคนเดียว ร้อยละ 59 คือต้องการเห็นโลกที่กว้างมากขึ้น ร้อยละ 45 คือไม่ต้องรบกวนคนอื่น และร้อยละ 54 คือชอบความเป็นอิสระที่จะได้ทำตามสิ่งที่ต้องการ ซึ่งการท่องเที่ยวคนเดียวของผู้หญิงเป็นกลุ่มตลาดที่มีการเติบโตเร็วที่สุดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ในปี 2017 พบว่าจำนวนของการค้นหา คำว่า "การเดินทางคนเดียว" เพิ่มขึ้นร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับปี 2016 และในปี 2018 ปริมาณการใช้อัตราการค้นหาสูงขึ้นอีกร้อยละ 28 เมื่อเทียบกับปี 2017 และก่อนการปิดเส้นทางการเดินทางในปี 2020 เนื่องจากเหตุการณ์โรคระบาด ปริมาณคำค้นหา "การเดินทางคนเดียว"

ในเดือนธันวาคม ปี 2019 มีปริมาณการค้นหาสูงสุด ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 33 (Solo travel world, 2023) จากรายละเอียดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวคนเดียว มีหลายปัจจัยที่เป็นทั้งแรงผลัก และปัจจัยที่เป็นแรงดึงดูดที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวคนเดียว โดย อัจฉิรา ทิวะสิงห์ และคนอื่น ๆ (2565) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวคนเดียวของหญิงชาวไทย พบว่า อุปสรรคในการท่องเที่ยวเพียงคนเดียวคือเรื่องของความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ Seow and Brown (2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวคนเดียวเพศหญิงชาวเอเชียที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว พบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กลัวและเป็นกังวล คือความปลอดภัยในด้านการถูกล่วงละเมิดทางเพศจากผู้ชายในสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นจุดหมายปลายทางที่ไปเยือน แต่ปัจจัยนี้ไม่ได้เป็นอุปสรรคขัดขวางต่อการเดินทางท่องเที่ยวของหญิงที่ท่องเที่ยวคนเดียว เพราะในทางกลับกัน การท่องเที่ยวเพียงคนเดียวกลับเป็นเพศหญิงที่มีสัดส่วนมากกว่าผู้ชาย ซึ่งผู้หญิงไม่มีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยเป็นปัจจัยหลัก และในปัจจุบันได้มีการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงที่เดินทางคนเดียว โดยได้มีการนำมาเป็นหัวข้อในการศึกษาวิจัยอย่างแพร่หลาย และเป็นการศึกษามุ่งเน้นไปที่ภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง หรือสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง โดยเฉพาะในต่างประเทศมีการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพียงคนเดียวเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะเพศหญิง และในประเทศไทยเริ่มมีการศึกษาเรื่องนี้เพิ่มมากขึ้น แต่เป็นการศึกษา นักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย และนอกจากปัจจัยผลึกและปัจจัยดึงที่ส่งผลให้เกิด การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพียงคนเดียวแล้ว ผู้วิจัยมองว่ากระบวนการในการตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเพียงคนเดียวก็ควรมีการศึกษาเพื่อค้นหากระบวนการหรือขั้นตอนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ด้วย โดยมีการรายงานผลสำรวจวิจัยตลาดกับนักท่องเที่ยวใน 16 ประเทศ จำนวน 21,000 คน ระบุว่า นักท่องเที่ยวไทยจำนวนร้อยละ 83 ที่เคยเดินทางคนเดียวหรือมีความคิดที่จะเดินทางคนเดียว ซึ่งนับเป็นตัวเลขที่สูงกว่าตัวเลขเฉลี่ยของคนทั่วโลกที่ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 76 และจากผลการวิจัยที่มีการแยกตามอายุของนักท่องเที่ยวไทยแล้วพบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี และ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี รวมทั้งยังมีกลุ่มคนที่อายุ 40 ปีขึ้นไป ที่สนใจรูปแบบ การเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวเช่นกัน (Nalisa, 2019)

จากการศึกษานอกจากปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวแล้วยังมีปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อรูปแบบและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมี 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ Introvert และ Extrovert นอกจากนี้ Once Travel to the uniqueness of life and inspiring journeys (2022) ยังได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวเพิ่มเติมอีกหนึ่งกลุ่มคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวโดยใช้บริษัทนำเที่ยวและใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยว แต่ไม่รู้จักใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง ซึ่งรวมถึงการจองไกด์ส่วนตัว โดยจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า เป็นการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวที่เป็นเพศหญิงเท่านั้น และประเทศไทยยังมีการศึกษาเกี่ยวกับ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้น้อย ซึ่งการศึกษาส่วนใหญ่เป็นการศึกษานักท่องเที่ยวเป็นชาวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย และนักท่องเที่ยวหญิงที่เป็นคนไทยแต่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้มีการศึกษานักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย โดยเป็นศึกษาทุกเพศ รวมทั้งได้ศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวจากการนิยามตนเองด้านบุคลิกภาพ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวสามารถนำไปปรับใช้เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย

## วัตถุประสงค์การวิจัย

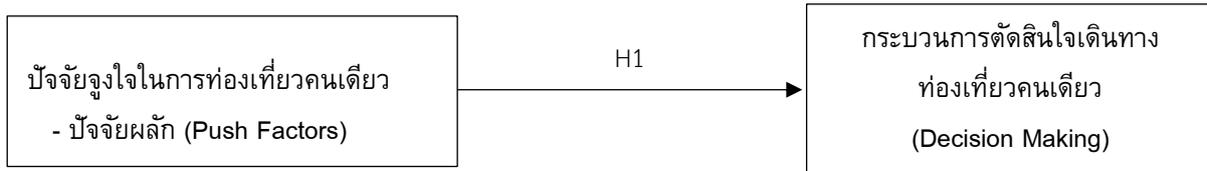
1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย

ในด้านข้อมูลส่วนบุคคล และช่องทางการรับข่าวสาร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวในประเทศไทย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



ทบทวนวรรณกรรม

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว

นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว (Solo Traveler) คือ บุคคลที่เริ่มต้นการเดินทางท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบที่เป็นระยะเวลาที่ยาวนานหรือในรูปแบบที่เป็นระยะเวลาอันสั้น ที่ซึ่งร่างกายและอารมณ์ได้อยู่ห่างจากสังคม ผู้คน และวัฒนธรรมที่คุ้นเคย เป็นนักเดินทางที่มีความเป็นอิสระ และไม่ใช้การท่องเที่ยวด้วยการซื้อแพ็คเกจหรือเดินทางกับกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่น ซึ่งการท่องเที่ยวคนเดียว ทำให้ได้รับประสบการณ์ที่สามารถสัมผัสได้ทางจิตวิญญาณ การเดินทางคนเดียวนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามประสบการณ์ ความคิดของแต่ละบุคคล (Yang, 2020) เป็นประเภทของนักท่องเที่ยวที่ชอบไปเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ เพียงคนเดียว นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ต่าง ๆ เพียงคนเดียว ระหว่างการเดินทางเลือกและตัดสินใจทุกอย่าง และทุกกระบวนการด้วยตัวเอง (Boi, 2020) และการเที่ยวคนเดียวเกิดจากความต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และเกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (นิรมล สุวรรณพันธุ์, 2563) โดยเหตุผลของนักท่องเที่ยวที่มีความหลงใหลในการท่องเที่ยวเพียงคนเดียวคือการได้ออกไปสำรวจโลกกว้างโดยไม่ต้องรอคนอื่น การได้ทำในสิ่งที่ตัวเองต้องการในช่วงเวลาที่เหมาะสม และความต้องการมีอิสระภาพตามลำดับ ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ไร้พรมแดนในปัจจุบันก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวคนเดียวได้รับความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ เปรมวดี ปานทอง (2565) ที่อธิบายว่าการท่องเที่ยวคนเดียว คือการเดินทางที่ต้องการออกไปสำรวจโลกกว้างโดยไม่หมดเวลาไปกับการรอคอยเพื่อนร่วมทาง และเป็นการท่องเที่ยวที่ได้ค้นพบตนเอง (Yang et al., 2019)

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว

Maslow (1943) ได้ศึกษาความต้องการที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมของมนุษย์เป็นลำดับขั้นของพีระมิดว่า ความต้องการ 5 ระดับ ประกอบด้วย 1) ความต้องการขั้นพื้นฐาน ซึ่งเป็นความต้องการทางกายภาพ (Physiological) ได้แก่ อากาศ น้ำ อาหาร เมื่อความต้องการขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้ว จะเกิดความต้องการระดับต่อไปคือ 2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety) ทั้งด้านความมั่นคงปลอดภัยส่วนบุคคล ความมั่นคงปลอดภัยด้านการเงิน ด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ เมื่อความต้องการระดับที่สองได้รับการตอบสนองแล้ว จะเกิดความต้องการลำดับถัดไปคือ 3) การต้องการความรัก (Belongness) เพราะมนุษย์ทุกคนต้องการรักและต้องการถูกคนอื่นรัก ถ้าหากขาดความต้องการลำดับนี้ไปอาจจะกลายเป็นคนขี้เหงา มีปัญหาการเข้าสังคม และเกิดเป็นโรคซึมเศร้าได้ 4) ต้องการความนับถือ (Ego needs) เป็นความต้องการความนับถือจากผู้อื่น ต้องการการยอมรับ โดยจะมีการแสวงหาความมีชื่อเสียงและให้คนอื่นยอมรับด้วยการมีอาชีพ สิ่งของหรือสิ่งที่ทำให้ตัวเองมีคุณค่า 5) การเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงหรือการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการของตนเอง (Self-actualization) คือความต้องการที่ปรารถนาจะเป็นมากกว่าที่เป็นอยู่ และจากการสำรวจของศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (2022) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว มีลักษณะเป็น Generation Y ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพโสด เป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อย โดยระดับรายได้ ไม่เกิน 15,000

บาท ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบไม่ค้างคืน ในกรณีที่มีการพักค้างคืนมีการเลือกที่พักในกลุ่มโรงแรม 2-3 ดาวเป็นหลัก โดยจะเน้นที่พักใกล้ธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการส่วนบุคคล ส่วนการจองจะไม่มี การจองห้องพักรวหน้า และจากการศึกษาของ อริญญา เกรียงไกรโชค และ กุลพิชญ์ โภไคยอุดม (2562) พบว่าผู้หญิงชาวไทยที่เคยหรือสนใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวโดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 35-39 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 15,000-30,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Breda et al., (2020) ที่ได้ศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางคนเดียวชาวโปรตุเกส ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงทอง สรประเสริฐ (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว พบว่าทุกคนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี แต่สถานภาพทางความสัมพันธ์มีทั้งโสด มีคนรัก แต่งงาน และหย่าร้าง ซึ่งก็มีส่วนที่สอดคล้องกับ ญาณพิชญ์ อารมณ์แสงวิจิตร (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัย 26-35 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ย 15,001-30,000 บาทต่อเดือน เดินทางเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อปีมากที่สุด จำนวนวันเดินทางท่องเที่ยว 1-3 วันในสัดส่วนที่มากที่สุด

นอกจากนี้ ปณิตดา ชนะพาล และคนอื่น ๆ (2562) ยังได้ศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทยโดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม Young Adult และ กลุ่ม Middle Adult โดย กลุ่ม Young Adult มีอายุระหว่าง 20-25 ปี โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และจากการศึกษาของ อรรถกฤต จันทร และคนอื่น ๆ (2566) พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 –5 วัน ค่าใช้จ่ายตลอดเส้นทางท่องเที่ยว 20,001 –30,000 บาท แหล่งที่ใช้ในการหาข้อมูลท่องเที่ยว คือ สื่อสังคมออนไลน์ และในการศึกษาของ ธันยชนก ใจแสน และคนอื่น ๆ (2560) พบว่า เฟซบุ๊ก เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการตัดสินใจออกเดินทางของนักท่องเที่ยวคนเดียวมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ อัจฉิรา ทิวะสิงห์ และคนอื่น ๆ (2565) พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว คือ ตนเอง และในการศึกษาของ Rrezarta and Zorana (2022) พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวมีอายุระหว่าง 22 และ 28 ปี ในส่วนของระยะเวลาปกติของการเดินทางคนเดียวส่วนใหญ่เดินทางคนเดียวเป็นเวลาสองสัปดาห์ ที่พักที่ได้รับเลือกบ่อยที่สุด คือ โฮสเทล อพาร์ทเมนต์ โรงแรมและโมเทล และญาณพิชญ์ อารมณ์แสงวิจิตร (2560) ยังศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ คือทะเลและภูเขา

## 2.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนเดียว กลุ่ม Introvert

การเดินทางคนเดียวได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเป็นโอกาสให้ผู้เดินทางได้สำรวจโลกด้วยตนเอง พัฒนาความมั่นใจ และค้นพบศักยภาพที่ซ่อนอยู่ ในขณะที่การเดินทางคนเดียวมักถูกมองว่าเป็นการผจญภัยที่เปิดกว้างสำหรับทุกคน แต่การทำความเข้าใจถึงประสบการณ์และความต้องการเฉพาะของนักเดินทางคนเดียวแบบ Introvert เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น เป็นบุคคลที่ได้รับพลังจากการอยู่คนเดียวและมักต้องการเวลาพักผ่อนเพื่อฟื้นฟูตนเองจากการทำกิจกรรมทางสังคม (Cain, 2012) การเดินทางคนเดียวเปิดโอกาสให้กลุ่มที่เป็น Introvert ได้ใช้เวลาอยู่กับตัวเอง ไตร่ตรองความคิดและความรู้สึก และค้นพบศักยภาพที่ซ่อนอยู่ การเดินทางในสภาพแวดล้อมที่ไม่คุ้นเคยสามารถกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ กลุ่มที่เป็น Introvert จะชอบอยู่คนเดียว แต่ก็ยังต้องการความสัมพันธ์ที่มีความหมายการได้เปิดโอกาสให้ได้พบปะผู้คนที่มีความสนใจคล้ายกันและสร้างความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น แต่การเผชิญหน้ากับสถานการณ์ใหม่ ๆ และการมีปฏิสัมพันธ์กับคนแปลกหน้าอาจเป็นเรื่องที่ทำนายสำหรับกลุ่มนี้ เนื่องจากมีความวิตกกังวลทางสังคม (Olson and Crocker, 2018) ซึ่งสอดคล้องกับ Dembling (2014) ที่ระบุว่ากลุ่มที่เป็น Introvert ถ้ามีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมากขึ้น และต้องเผชิญกับความคาดหวังทางสังคม อาจเป็นเรื่องที่น่าอึดอัดและเหนื่อยล้า (Dembling, 2014)

## 2.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคนเดียวกุุ่ม Extrovert

งานวิจัยส่วนใหญ่มักเน้นไปที่แรงจูงใจและประสบการณ์ของนักเดินทางคนเดียวโดยทั่วไป โดยไม่ได้เจาะจงถึงลักษณะทางบุคลิกภาพที่อาจส่งผลต่อรูปแบบการเดินทางและประสบการณ์โดยรวม บทความนี้จึงศึกษาเกี่ยวกับนักเดินทางคนเดียวกลุ่ม Extrovert ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยจะสำรวจแรงจูงใจ และพฤติกรรมโดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีลักษณะเฉพาะ คือต้องการแสวงหาการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความกระตือรือร้นในการเข้าสังคม และสร้างมิตรภาพใหม่ ๆ (Costa and McCrae, 1992) และมีการศึกษาของ Judge et al. (2002) ว่าเป็นกลุ่มที่กล้าที่จะลองสิ่งใหม่ ๆ พร้อมทั้งจะออกจากพื้นที่ปลอดภัย และเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่ไม่คุ้นเคย นอกจากนี้ยังมีพลังงานสูง มีความสุขกับการสำรวจสิ่งใหม่ และมองหาประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น แต่ถึงแม้ว่าบุคลิกภาพนี้จะชอบเข้าสังคม แต่ก็อาจรู้สึกเหงาบ้างในบางครั้ง แต่มักจะแก้ไขปัญหาด้วยการหาปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพิ่มเติม

## 2.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวที่ใช้ Guide นำทาง

ในการศึกษานี้ ได้จัดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ Guide Solo Traveler เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริษัทนำเที่ยวและใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยว แต่ไม่รู้จักใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง ซึ่งรวมถึงการจ้างไกด์ส่วนตัว แม้ว่านักท่องเที่ยวคนเดียวจะเน้นที่การพึ่งพาตนเองและความเป็นอิสระ แต่ในบางสถานการณ์ นักท่องเที่ยวคนเดียวอาจต้องการความช่วยเหลือจากไกด์นำทาง เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยไกด์นำทางมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวคนเดียวที่ไม่มีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว หรือภาษาท้องถิ่น การใช้บริการไกด์นำทางสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวคนเดียวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ปลอดภัย สนุกสนาน และมีความหมายมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Cohen, E. and Cohen, S. (2012) ที่ศึกษาว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานที่ที่ไม่คุ้นเคย การใช้บริการไกด์นำทางช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นใจในการเดินทาง และสามารถช่วยนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในการวางแผนการเดินทาง จัดการเรื่องที่พัก และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทำให้การเดินทางสะดวกสบายและราบรื่นยิ่งขึ้น ซึ่งความรู้ความสามารถในการสื่อสาร ความเป็นมิตร และความกระตือรือร้นของไกด์นำทางมีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

## 3. กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

กระบวนการในการตัดสินใจ (Process of decision making) หมายถึง ขั้นตอนในการตัดสินใจ ซึ่งเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนของการเริ่มต้น ไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย โดยใช้หลักเหตุและผลเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง การศึกษาและการทำความเข้าใจขั้นตอนและกระบวนการของการตัดสินใจ เป็นรากฐานที่สำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยว โดย ปกรณ์ คำกอง (2555) ได้รวบรวมความหมายของการตัดสินใจจากนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า เป็นเทคนิคในการพิจารณาในการหาทางเลือกที่มีอยู่ให้เหลือเพียงหนึ่งทางเลือก นอกจากนี้กระบวนการตัดสินใจของ Plunkett and Attner (1994) ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นที่ 1** การระบุประเด็นของปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของการตัดสินใจ

**ขั้นที่ 2** การระบุข้อจำกัดปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุประเด็นของปัญหาได้แล้ว สิ่งที่ต้องพิจารณาถึงข้อจำกัดของปัจจัยต่าง ๆ

**ขั้นที่ 3** การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ซึ่งควรเป็นทางเลือกที่มีความเป็นไปได้และมีศักยภาพในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด

**ขั้นที่ 4** การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือกในสองแนวทาง คือ ทางเลือกนั้นสามารถนำมาใช้จะเกิดผลต่อเนื่องอะไรตามมา

**ขั้นที่ 5** การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อทำการวิเคราะห์ รวมทั้งมีการประเมินทางเลือกแล้ว ควรมีการเปรียบเทียบข้อดีและข้อด้อยของแต่ละทางเลือก เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ซึ่งทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียที่จะเกิดขึ้นตามมาในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์ตามมามากที่สุด

**ขั้นที่ 6** การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติใช้ (Implement the decision) หลังจากที่ได้ทางเลือกที่ดีที่สุดมาแล้ว ควรมีการนำผลการตัดสินใจเลือกไปปฏิบัติใช้ เพื่อความมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

**ขั้นที่ 7** การสร้างระบบในการควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) โดยขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการในการตัดสินใจ คือ การสร้างระบบในการการควบคุมและประเมินผลว่าสิ่งที่ได้ตัดสินใจนั้นเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่

จากการทบทวนงานวิจัยข้างต้น จะเห็นว่าการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยในต่างประเทศ แต่งานวิจัยในประเทศไทยเป็นการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว โดยเน้นการศึกษาที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทย และพื้นที่ในศึกษาคือในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล สำหรับผลการศึกษาทั้งของในประเทศไทยและต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นการรายงานผลการศึกษาดำเนินการตามหลักประชากรศาสตร์ พฤติกรรม ประสบการณ์และแรงจูงใจ ซึ่งมีส่วนน้อยที่ศึกษาเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว และไม่มีการศึกษากระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบและกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจกระบวนการตัดสินใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวคนเดียวที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นหลัก นอกเหนือไปกว่านั้น ผู้วิจัยยังได้สังเกตเห็นถึงปัจจัยภายในตัวบุคคล นอกเหนือจากปัจจัยผลึก ที่อาจจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวคนเดียว จึงมีตัวเลือกเกี่ยวกับการให้คำนิยามกับตนเอง เพื่อเป็นการจำแนกกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทยที่นอกเหนือจากการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ออกมาเป็นสมการเชิงโครงสร้างของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive research) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป เป็นการหาค่าอัตราส่วนร้อยละเพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2) การวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ เป็นการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

โดยการนำผลของการวิเคราะห์ด้านข้อมูลส่วนบุคคล วันเดินทาง และช่องทางการรับข่าวสารมาเปรียบเทียบในรูปแบบตาราง

ในการศึกษาวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรสำหรับการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการติดต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางคนเดียวที่อยู่ในกลุ่มไลน์ จำนวน 1 กลุ่ม และในเฟซบุ๊ก จำนวน 9 กลุ่ม ซึ่งเป็นประชากรหลัก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีก่อตั้งขึ้นให้มีเฉพาะนักท่องเที่ยวเดินทางคนเดียวมาเป็นสมาชิกเท่านั้น โดยขออนุญาตผู้ดูแลก่อนการส่งแบบสอบถามให้กับสมาชิกในกลุ่มด้วยวิธีการส่ง QR Code และลิงค์ ไปยังห้องแชทของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว

ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวในประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรสำหรับการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยกำหนดจำนวนประชากรโดยใช้สูตร Cochran เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{ขนาดกลุ่มตัวอย่าง } n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม โดยกำหนดสัดส่วนของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็น Introvert ในประเทศไทย มีค่าเท่ากับ 0.5

Z แทน ความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่าเท่ากับ 1.96 มีค่า

d แทน สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ดังนั้น จากสูตรข้างต้นขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 400 ตัวอย่าง

## ผลการวิจัย

1. นักท่องเที่ยว Introvert Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น

### 1.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว

#### ตารางที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว Introvert Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น

ข้อมูลทั่วไป	N	Percentage
เพศหญิง	83	62.41
อายุ 20-30 ปี	84	63.16
สถานภาพโสด	105	78.95
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	106	79.70
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน	62	46.62
รายได้ 20,001-30,000 บาท ต่อเดือน	46	34.59

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยว Introvert Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวอื่น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 62.41 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 63.16 ซึ่งข้อกำหนดในการแบ่งอายุออกเป็นเจเนอเรชั่นอ้างอิงมาจาก สันทัด โพธิศา (2566) ที่ระบุว่าช่วงอายุระหว่าง 11-26 ปี จัดอยู่ในเจเนอเรชั่น Z และผู้ที่มีช่วงอายุ 27-42 ปี จัดอยู่ในเจเนอเรชั่น Y ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จัดอยู่ใน Gen Y และ Gen Z ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 78.95 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 79.70 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 46.62 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 34.59

## ตารางที่ 2

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว Introvert Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวอื่น

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	N	Percentage
ท่องเที่ยวคนเดียว 1-3 ครั้ง	80	60.15
ไม่มีวันที่แน่นอนในการเดินทาง	56	42.11
เดินทางไป-กลับ	57	42.86
เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว	55	41.35
เดินทางระหว่างการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นโดยรถยนต์ส่วนตัว	56	42.11
รับรู้ข่าวสารจากสื่อออนไลน์ คือ เฟซบุ๊ก	46	34.59
รับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน	96	72.18
รับรู้ข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ คือ ป้ายโฆษณา	58	43.61
รับรู้ข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ รายการโทรทัศน์	75	56.39
จองที่พักผ่านแพลตฟอร์มที่ปักออนไลน์	67	50.38
จองโปรแกรมหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเองโดยไม่ผ่านตัวแทน	126	94.74
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว คือ ตนเอง	106	79.70
หากมีการค้างคืนเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์	26	19.55
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 2,001-3,000 บาท	43	32.33
สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขา	43	32.33

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยว Introvert Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวอื่น เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมาแล้วโดยเฉลี่ยไม่เกิน 3 ครั้ง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 60.15 ส่วนใหญ่ไม่มีวันเดินทางที่แน่นอน ซึ่งเป็นการเดินทางตามโอกาสที่สะดวก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11 นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบไป-กลับ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ส่วนใหญ่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 41.35 นิยมใช้ยานพาหนะในระหว่างการท่องเที่ยวในท้องถิ่น หรือเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11 ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากเฟซบุ๊ก จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 34.59 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากเพื่อนที่เป็นสื่อบุคคล จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 72.18 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่ประเภทป้ายโฆษณา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 43.61 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทรายการโทรทัศน์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 56.39 นิยมจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มที่ปักออนไลน์ ซึ่งจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 50.38 แสดงให้เห็นถึงความต้องการความสะดวกและ

ความรวดเร็วในการจองที่พัก นิยมจองโปรแกรมหรือกิจกรรมท่องเที่ยวโดยไม่ผ่านตัวแทน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 94.74 ซึ่งมีอิสระในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวด้วยตนเอง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 79.70 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตัวนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด เลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 19.55 มีช่วงรายได้ระหว่าง 2,001-3,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 32.33 และนิยมเลือกสถานที่ท่องเที่ยวประเภทภูเขา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 32.33

## 1.2 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

จากการรวบรวมข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว Introvert Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น) ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการหรือความจำเป็น การค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว การเปรียบเทียบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว การเปรียบเทียบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จองที่พัก/กิจกรรมท่องเที่ยว และการประเมินความพึงพอใจหลังจากการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวส่วนใหญ่กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.94) สำหรับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ( $\bar{X}$  = 4.14) ตระหนักถึงความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ( $\bar{X}$  = 4.10) เปรียบเทียบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการเดินทางและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังจากการเปรียบเทียบข้อมูล ( $\bar{X}$  = 3.91) การประเมินความพึงพอใจหลังจากการท่องเที่ยว ( $\bar{X}$  = 3.84) และการจองที่พัก/กิจกรรมท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ( $\bar{X}$  = 3.73) ซึ่งผลของการวิเคราะห์เป็นดังตารางที่ 3

### ตารางที่ 3

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว Introvert Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น) จำแนกกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
1. ตระหนักถึงความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว	4.10	0.77	มาก	2
2. ค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง ท่องเที่ยว	4.14	0.89	มากที่สุด	1
3. เปรียบเทียบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง เดินทาง	3.91	0.95	มาก	3
4. ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังจากเปรียบเทียบข้อมูล	3.91	1.02	มาก	3
5. การจองที่พัก/กิจกรรมท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	3.73	1.18	มาก	5
6. การประเมินความพึงพอใจหลังจากการท่องเที่ยว	3.84	0.90	มาก	4
รวม	3.94	0.91	มาก	-

จากตารางที่ 3 จะเห็นว่าค่าเฉลี่ยของการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว Introvert Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น) ไม่ได้เกิดความต้องการก่อนเสมอไป แต่การค้นหาข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวทำให้เกิดความต้องการตามมา

### 1.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

#### ตารางที่ 4

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว *Introvert Solo Traveler* (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวไม่เน้น การมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น) จำแนกตามปัจจัยผลัก (Push Factors)

ปัจจัยผลัก (Push Factors) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ต้องการหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวัน	4.26	0.52	มาก	5
2. ต้องการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย	4.44	0.50	มาก	2
<b>3. ต้องการความเป็นอิสระ</b>	<b>4.54</b>	<b>0.50</b>	<b>มากที่สุด</b>	<b>1</b>
4. ต้องการความยืดหยุ่นของรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตนเอง	4.02	0.49	มาก	13
5. ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่	4.21	0.55	มาก	6
6. ต้องการการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น	4.03	0.78	มาก	12
7. ต้องการมิตรภาพใหม่ๆ	4.11	0.75	มาก	9
8. ต้องการทบทวนและค้นหาตนเอง	4.03	0.60	มาก	11
9. ต้องการเพิ่มพลังให้กับตนเอง	3.84	0.82	มาก	14
10. ต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง	4.35	0.63	มาก	3
11. ต้องการท้าทายตนเอง	4.26	0.60	มาก	5
12. เพื่อนมีเวลาไม่ตรงกัน	4.14	0.78	มาก	8
13. ต้องการสร้างความสัมพันธ์กับสังคมที่แตกต่างจากเดิม	4.09	0.67	มาก	10
14. มีความคุ้นเคยแหล่งท่องเที่ยวทำให้ไม่มีความเสี่ยงต่อการตัดสินใจ	4.14	0.60	มาก	8
15. ต้องการพื้นที่ส่วนตัวและไม่ต้องสนใจใคร	4.15	0.68	มาก	7
16. การได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวครั้งที่ผ่านมา	4.29	0.52	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>4.18</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่า จึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยผลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมากที่สุดคือ ต้องการความเป็นอิสระและรองลงมาคือความต้องการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย

### 2. นักท่องเที่ยว *Extrovert Solo Traveler* หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น

#### 2.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคนเดียว

#### ตารางที่ 5

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว *Extrovert Solo Traveler* หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น

ข้อมูลทั่วไป	N	Percentage
เพศหญิง	164	68.05
อายุ 26-30 ปี	72	29.88
สถานภาพโสด	190	78.84
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	179	74.27
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน	98	40.66
รายได้ 10,001-20,000 บาท ต่อเดือน	70	29.05

จากตารางที่ 5 พบว่า นักท่องเที่ยว Extrovert Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 68.05 มีอายุจะระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 29.88 ซึ่งหากนำมาจำแนกออกเป็น เจเนอเรชั่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จัดอยู่ใน Gen Y ช่วงปลาย และ Gen Z ซึ่งข้อกำหนดในการแบ่งอายุออกเป็นเจเนอเรชั่นอ้างอิงมาจาก สันทัด โภธิสา (2566) ที่ระบุว่าช่วงอายุระหว่าง 11-26 ปี จัดอยู่ในเจเนอเรชั่น Z และผู้ที่มีช่วงอายุ 27-42 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 78.84 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 74.27 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 40.66 และมีรายได้ 10,001-20,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 29.05

#### ตารางที่ 6

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Extrovert Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	N	Percentage
ท่องเที่ยวคนเดียว 1-3 ครั้ง	120	49.79
ไม่มีวันที่แน่นอนในการเดินทาง	106	43.98
พัก 1 คืน	107	44.40
เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว	108	44.81
เดินทางระหว่างการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นโดยรถยนต์ส่วนตัว	103	42.74
รับรู้ข่าวสารจากสื่อออนไลน์ คือ เฟซบุ๊ก	92	38.17
รับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน	144	59.75
รับรู้ข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ คือ ป้ายโฆษณา	90	37.34
รับรู้ข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ รายการโทรทัศน์	118	48.96
จองที่พักผ่านแพลตฟอร์มที่พักออนไลน์	92	38.17
จองโปรแกรมหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเองโดยไม่ผ่านตัวแทน	227	94.19
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว คือ ตนเอง	177	73.44
เลือกที่พัก ประเภท โฮมสเตย์	66	27.39
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 2,001-3,000 บาท	74	30.71
สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเล	69	28.63

จากตารางที่ 6 พบว่า นักท่องเที่ยว Extrovert Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมาแล้วโดยเฉลี่ยไม่เกิน 3 ครั้ง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 49.79 ส่วนใหญ่ไม่มีวันเดินทางที่แน่นอน ซึ่งเป็นการเดินทางตามโอกาสที่สะดวก จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 43.98 มีช่วงเวลาในการท่องเที่ยวและพักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยว ใช้เวลา 1 คืน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 นิยมใช้รถส่วนตัวในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 44.81 นิยมใช้ยานพาหนะในระหว่างการท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 42.74 นิยมใช้สื่อออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 38.17 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่ประเภทป้ายโฆษณา จำนวน 90 ร้อยละ 37.34 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทรายการโทรทัศน์ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 48.96 นิยมจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มที่พัก

ออนไลน์ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 38.17 นิยมจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มที่พักออนไลน์ นิยมจองโปรแกรมหรือกิจกรรมท่องเที่ยวโดยไม่ผ่านตัวแทน จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 94.19 ส่วนใหญ่ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวด้วยตนเอง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 73.44 นิยมเลือกกลุ่มที่พักประเภทโฮมสเตย์ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 27.39 ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบสัมผัสและวิถีชีวิตและการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น มีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 2,001-3,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 30.71 มีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 2,001-3,000 บาท และนิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเล จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 28.63

## 2.2 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

จากการรวบรวมข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว Extrovert Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น) ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการหรือความจำเป็น การค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว การเปรียบเทียบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จองที่พัก/กิจกรรมท่องเที่ยว และการประเมินความพึงพอใจหลังจากการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวส่วนใหญ่กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวในระดับมาก ( $\bar{X}= 4.24$ ) สำหรับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ( $\bar{X}= 4.46$ ) การตระหนักถึงความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว ( $\bar{X}= 4.34$ ) การเปรียบเทียบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเดินทาง ( $\bar{X}= 4.22$ ) ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังจากเปรียบเทียบข้อมูล ( $\bar{X}= 4.21$ ) การจองที่พัก/กิจกรรมท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ( $\bar{X}= 4.10$ ) และการประเมินความพึงพอใจหลังจากการท่องเที่ยว ( $\bar{X}= 4.08$ ) ตามลำดับ ซึ่งผลของการวิเคราะห์เป็นดังตารางที่ 7

### ตารางที่ 7

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว Extrovert Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น) จำแนกกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ตระหนักถึงความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว	4.34	0.70	มากที่สุด	2
2. ค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	4.46	0.67	มากที่สุด	1
3. เปรียบเทียบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเดินทาง	4.22	0.80	มาก	3
4. ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังจากเปรียบเทียบข้อมูล	4.21	0.87	มาก	4
5. การจองที่พัก/กิจกรรมท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	4.10	0.92	มาก	5
6. การประเมินความพึงพอใจหลังจากการท่องเที่ยว	4.08	0.84	มาก	6
รวม	4.24	0.80	มาก	-

จากตารางที่ 7 จะเห็นว่าค่าเฉลี่ยของการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด จึงสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว Extrovert Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับ

คนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น) ไม่ได้เกิดความต้องการก่อนเสมอไป แต่การค้นหาข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวทำให้เกิดความต้องการตามมา และจากผลการวิเคราะห์ของการประเมินความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จึงสรุปได้อีกประเด็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการแสดงความคิดเห็นหรือเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่มากนัก

### 2.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

#### ตารางที่ 8

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว Extrovert Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น) จำแนกตามปัจจัยผลัก (Push factors)

ปัจจัยผลัก (Push Factors) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ต้องการหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวัน	4.31	0.55	มาก	6
2. ต้องการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย	4.53	0.51	มากที่สุด	2
<b>3. ต้องการความเป็นอิสระ</b>	<b>4.65</b>	<b>0.48</b>	<b>มากที่สุด</b>	<b>1</b>
4. ต้องการความยืดหยุ่นของรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตนเอง	4.15	0.57	มาก	14
5. ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่	4.30	0.58	มาก	7
6. ต้องการการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น	4.02	0.89	มาก	16
7. ต้องการมีรูปภาพใหม่ๆ	4.14	0.74	มาก	15
8. ต้องการทบทวนและค้นหาตนเอง	4.17	0.68	มาก	12
9. ต้องการเพิ่มพลังให้กับตนเอง	4.16	0.68	มาก	13
10. ต้องการท้าทายตนเอง	4.41	0.63	มากที่สุด	3
11. ต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง	4.40	0.65	มากที่สุด	4
12. เพื่อนมีเวลาไม่ตรงกัน	4.38	0.65	มาก	5
13. ต้องการสร้างความสัมพันธ์กับสังคมที่แตกต่างจากเดิม	4.25	0.72	มาก	11
14. มีความคุ้นเคยแหล่งท่องเที่ยวทำให้ไม่มีความเสี่ยงต่อการตัดสินใจ	4.29	0.66	มาก	8
15. ต้องการพื้นที่ส่วนตัวและไม่ต้องสนใจใคร	4.27	0.64	มาก	10
16. การได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวครั้งที่ผ่านมา	4.28	0.48	มาก	9
<b>รวม</b>	<b>4.29</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>	<b>-</b>

จากตารางที่ 8 จึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยผลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Extrovert Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น) มากที่สุดคือ ต้องการความเป็นอิสระและรองลงมาคือความต้องการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย

**3. นักท่องเที่ยว Guide Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวโดยใช้บริษัทนำเที่ยว และใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวแต่ไม่รู้จักรใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง**

#### 3.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว

### ตารางที่ 9

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว Guide Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว โดยใช้บริษัทนำเที่ยว และใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวแต่ไม่รู้จึกใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง

ข้อมูลทั่วไป	N	Percentage
เพศหญิง	18	69.23
อายุ 20-25 ปี	8	30.77
สถานภาพโสด	20	76.92
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	22	84.62
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว	9	34.62
รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ต่อเดือน	9	34.62

จากตารางที่ 9 พบว่า นักท่องเที่ยว Guide Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว โดยใช้บริษัทนำเที่ยว และใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวแต่ไม่รู้จึกใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 69.23 มีอายุ 20-25 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็น 30.77 ซึ่งหากนำมาจำแนกออกเป็น เจเนอเรชั่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จัดอยู่ใน Gen Z ตามข้อกำหนดในการแบ่งอายุออกเป็นเจเนอเรชั่นอ้างอิงมาจาก สันหัต โพรสิสา (2566) ที่ระบุว่าช่วงอายุระหว่าง 11-26 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 76.92 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 84.62 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 34.62 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 34.62 เนื่องจากมีทั้งกลุ่มที่เป็นนักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้จากการทำงาน และยังไม่ประกอบอาชีพ

### ตารางที่ 10

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว Guide Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวโดยใช้บริษัทนำเที่ยว และใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวแต่ไม่รู้จึกใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	N	Percentage
ท่องเที่ยวคนเดียว 1-3 ครั้ง	23	88.46
เดินทางวันเสาร์-อาทิตย์	11	42.31
เดินทางไป-กลับ	10	38.46
เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยเครื่องบิน และรถยนต์ส่วนตัว	16	61.54
เดินทางระหว่างการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นโดยรถเช่า	9	34.62
รับรู้ข่าวสารจากสื่อออนไลน์ คือ ยูทูป	13	50
รับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน	15	57.69
รับรู้ข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ คือ นิตยสาร/ วารสาร	13	50
รับรู้ข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ ภาพยนตร์	13	50
จองที่พักผ่านแพลตฟอร์มที่พักออนไลน์	14	53.85
จองโปรแกรมหรือกิจกรรมท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์	20	76.92
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว คือ ตนเอง	13	50
เลือกที่พักประเภท โฮมสเตย์	8	30.77
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 3,001-4,000 บาท	7	26.92
สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลและภูเขา	14	53.84

จากตารางที่ 10 พบว่า นักท่องเที่ยว Guide Solo Traveler หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว โดยใช้บริษัทนำเที่ยว และใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวแต่ไม่รู้จักใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมาแล้วโดยเฉลี่ยไม่เกิน 3 ครั้ง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 88.46 ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 42.31 ไม่นิยมพักค้างคืน โดยจะเป็นการเดินทางไป-กลับ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 38.46 นิยมเดินทางด้วยเครื่องบินและรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 61.54 นิยมใช้ยานพาหนะในระหว่างการท่องเที่ยวในท้องถิ่น หรือเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยใช้รถเช่า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 34.62 ใช้สื่อออนไลน์ประเภทยูทูปในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 57.69 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่ประเภทนิตยสาร/วารสาร จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทภาพยนตร์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 50 นิยมจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มที่พักออนไลน์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการความสะดวกและความรวดเร็วในการจองที่พัก นิยมจองโปรแกรมหรือกิจกรรมท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 76.92 จึงสรุปประเด็นการจองที่พักและโปรแกรม/กิจกรรมท่องเที่ยวได้ว่า นักท่องเที่ยวเดินทางและจองที่พักด้วยตนเอง แต่เลือกใช้บริการไกด์นำเที่ยวในพื้นที่เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวด้วยตนเอง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 50 นิยมเลือกกลุ่มที่พักประเภทโฮมสเตย์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77 ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบสัมผัสและวิถีชีวิตและการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น มีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 3,001-4,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 26.92 และนิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลและภูเขา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 53.84

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปและลักษณะประชากรศาสตร์โดยภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวคนเดียวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (65.50%) มีอายุระหว่าง 26-30 ปี (29.75%) มีสถานภาพโสด (78.50%) จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี (76.25%) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (42.75%) มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน (30.75%) ซึ่งสอดคล้องกับอรัญญา เกรียงไกรโชค และกุลพิชญ์ โภโคยอุดม (2562) ที่ได้ศึกษานักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางคนเดียวว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,000-30,000 บาทต่อเดือน และตรงกับญานันท์พัชญ์ อารณแสงวิจิตร (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัย 26-35 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ย 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และสอดคล้องกับ Zelia et al., (2020) ที่ได้ศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางคนเดียวชาวโปรตุเกส ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และไม่มีบุตร

สำหรับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวส่วนใหญ่เดินทางคนเดียวมาแล้วอยู่ในระหว่าง 1-3 ครั้ง (54.75%) การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งไม่มีช่วงวันที่แน่นอน (43%) ใช้เวลาท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 1 คืน (39.25%) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Jogaratnam (2006) ที่ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนคนเดียว เดินทางท่องเที่ยวใช้เวลา 1-3 วัน ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (43.25%) และใช้รถยนต์ส่วนตัวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในท้องถิ่น (41.50%) สำหรับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมาจากเฟซบุ๊ก (36.25%) ซึ่งสอดคล้องกับ รัชชนก ใจแสน และคนอื่น ๆ (2560) ที่ศึกษาพบว่า เฟซบุ๊ก เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการตัดสินใจออกเดินทางของนักท่องเที่ยวคนเดียวมากที่สุด สื่อบุคคลรับรู้จากเพื่อน (64.25%) จากป้ายโฆษณา (39%) รายการโทรทัศน์ (50.25%) นิยมจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มที่พักออนไลน์ (42.50%) จองโปรแกรมหรือกิจกรรมท่องเที่ยวโดยไม่ผ่านตัวแทน (90.48%) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

คนเดียว คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง (73.25%) ซึ่งสอดคล้องกับอัจฉริรา ทิวะสิงห์ และคนอื่น ๆ (2565) คือ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว คือ ตนเอง ส่วนใหญ่เลือกที่พักกลุ่มที่เป็นเกสต์เฮาส์ (23.50%) ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง อยู่ระหว่าง 2,001-3,000 บาท (31.25%) และเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเล (28.75%) และสอดคล้องกับญาณิพัชญ์ อารมณ์แสงวิจิตร (2560) ที่ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติ คือ ทะเลและภูเขา และเลือกเดินทางในทุกโอกาสที่สะดวก

**3.2 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว Guide Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น)**

**ตารางที่ 11**

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว Guide Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวโดยใช้บริษัทนำเที่ยว และใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวแต่ไม่รู้จักใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง) จำแนกตามกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ตระหนักถึงความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว	4.42	0.64	มากที่สุด	3
2. ค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	4.54	0.51	มากที่สุด	1
3. เปรียบเทียบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเดินทาง	4.23	1.11	มากที่สุด	4
4. ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังจากเปรียบเทียบข้อมูล	4.04	1.18	มากที่สุด	5
5. การจองที่พัก/ กิจกรรมท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	4.46	0.76	มากที่สุด	2
6. การประเมินความพึงพอใจหลังจากการท่องเที่ยว	4.23	0.71	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>4.32</b>	<b>0.82</b>	<b>มากที่สุด</b>	<b>-</b>

จากตารางที่ 11 สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว Guide Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวโดยใช้บริษัทนำเที่ยว และใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวแต่ไม่รู้จักใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง) มีกระบวนการค้นหาข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวก่อนมากที่สุดจึงเกิดความต้องการและทำการจองที่พักเป็นกระบวนการถัดมา และสามารถสรุปได้อีกประเด็นจากผลการศึกษาคือ กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ได้เกิดจากการเปรียบเทียบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว แต่เกิดจากการเจาะจงค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไปอยู่แล้วนั่นเอง

## 3.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

## ตารางที่ 12

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว Guide Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวโดยใช้บริษัทนำเที่ยว และใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวแต่ไม่รู้จึกใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง) จำแนกตามปัจจัยผลัก (Push factors)

ปัจจัยผลัก (Push Factors) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ต้องการหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวัน	4.38	0.571	มาก	6
2. ต้องการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย	4.58	0.504	มากที่สุด	2
3. ต้องการความเป็นอิสระ	<b>4.73</b>	<b>0.452</b>	<b>มากที่สุด</b>	<b>1</b>
4. ต้องการความยืดหยุ่นของรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตนเอง	4.31	0.471	มาก	7
5. ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่	4.42	0.504	มาก	5
6. ต้องการการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น	3.85	0.834	มาก	11
7. ต้องการมิตรภาพใหม่ๆ	4.27	0.533	มาก	8
8. ต้องการทบทวนและค้นหาตนเอง	4.12	0.726	มาก	10
9. ต้องการเพิ่มพลังให้กับตนเอง	4.15	0.881	มาก	9
10. ต้องการท้าทายตนเอง	4.42	0.578	มาก	5
11. ต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง	4.46	0.647	มากที่สุด	4
12. เพื่อนมีเวลาไม่ตรงกัน	4.50	0.510	มาก	3
13. ต้องการสร้างความสัมพันธ์กับสังคมที่แตกต่างจากเดิม	4.50	0.510	มาก	3
14. มีความคุ้นเคยแหล่งท่องเที่ยวทำให้ไม่มีความเสี่ยงต่อการตัดสินใจ	4.31	0.618	มาก	7
15. ต้องการพื้นที่ส่วนตัวและไม่ต้องสนใจใคร	4.50	0.707	มากที่สุด	3
16. การได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวครั้งที่ผ่านมา	4.27	0.452	มาก	8
<b>รวม</b>	<b>4.36</b>	<b>0.59</b>	<b>มาก</b>	<b>-</b>

จากตารางที่ 12 จึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยผลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Guide Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวโดยใช้บริษัทนำเที่ยว และใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวแต่ไม่รู้จึกใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง) มากที่สุดคือ ต้องการความเป็นอิสระและรองลงมาคือความต้องการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย

ตารางที่ 13

ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนเดียวเปรียบเทียบกับทั้งสามกลุ่ม

กลุ่มนักท่องเที่ยว	Introvert solo traveler	Extrovert solo traveler	Guide solo traveler
เพศ		หญิง	
อายุ	20-30 ปี	26-30 ปี	20-25 ปี
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน
รายได้ต่อเดือน	10,001-30,000 บาท		ไม่เกิน 10,000 บาท
สถานภาพ		โสด	
การศึกษา		ปริญญาตรี	
วันเดินทาง	เสาร์-อาทิตย์, ไม่แน่นอน		เสาร์-อาทิตย์
พาหนะที่ใช้เดินทางไปยัง	รถยนต์ส่วนตัว		เครื่องบิน
จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว			รถยนต์ส่วนตัว
พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวในท้องถิ่น	รถยนต์ส่วนตัว		รถเช่า รถยนต์ส่วนตัว
จำนวนการท่องเที่ยวคนเดียว		1-3 ครั้ง	
ระยะเวลาท่องเที่ยว	ไป-กลับ	1 คืน	ไป-กลับ
สื่อที่รับ		เฟซบุ๊ก	ยูทูป
สื่อออนไลน์			
ข้อมูล		เพื่อน	
ข่าวสาร		ป้ายโฆษณา	นิตยสาร/วารสาร
สื่อสิ่งพิมพ์		รายการโทรทัศน์	ภาพยนตร์
สื่ออิเล็กทรอนิกส์			รายการโทรทัศน์

สรุปและอภิปรายผล

1. อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปและลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมตัวเองกับการเดินทางท่องเที่ยวว่าเป็น Extrovert Solo Traveler หรือเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการได้สัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (60.25%) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (65.50%) มีอายุระหว่าง 26-30 ปี (29.75%) มีสถานภาพโสด (78.50%) จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี (76.25%) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (42.75%) มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน (30.75%) ซึ่งจากผลการศึกษาสอดคล้องกับอรัญญา เกรียงไกรโชค และกุลพิชญ์ โภคโดยอุดม (2562) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เดินทางคนเดียวว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,000-30,000 บาทต่อเดือน และตรงกับ ญาณิพัชญ์ อภรณ์แสงวิจิตร (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของคนเดียวของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวคนเดียวส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัย 26-35 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และ

สอดคล้องกับ Breda et al., (2020) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางคนเดียว ชาวโปรตุเกส พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่ที่เดินทางคนเดียวมีสถานภาพโสด และไม่มีบุตร

สำหรับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย สรุปได้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวคนเดียวได้รับความสนใจมาก่อนที่จะเกิดโรคระบาด และจากสถานการณ์การเกิดโรคระบาดที่ทำให้สังคมต้องแยกกันอยู่ ซึ่งจากผลกระทบของการใช้ชีวิตแบบแยกกันอยู่ จึงทำให้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเดินทางคนเดียว และได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่เลือกการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว เคยเที่ยวเดินทางมาแล้วอยู่ระหว่าง 1-3 ครั้ง (54.75%) การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งไม่มีช่วงวันที่แน่นอน (43%) และส่วนใหญ่เลือกเดินทางช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ (34.50%) ใช้เวลาท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 1 คืน (39.25%) ซึ่งจากผลการศึกษาสอดคล้องกับ Jogaratnam (2006) ที่ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางคนเดียว เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ใช้เวลา 1-3 วันในการท่องเที่ยว ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยว (43.25%) และใช้รถยนต์ส่วนตัวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในท้องถิ่น (41.50%) สำหรับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมาจากเฟซบุ๊ก (36.25%) ซึ่งสอดคล้องกับรัชชนก ไชแสน และคนอื่น ๆ (2560) ที่ศึกษาพบว่า เฟซบุ๊ก เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลและช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจออกเดินทางของนักท่องเที่ยวคนเดียวมากที่สุด สื่อบุคคลรับรู้จากเพื่อน (64.25%) จากป้ายโฆษณา (39%) รายการโทรทัศน์ (50.25%) การจองที่พักนิยมจองผ่านแพลตฟอร์มที่พักออนไลน์ (42.50%) จองโปรแกรมหรือกิจกรรมท่องเที่ยวโดยไม่ผ่านตัวแทน (90.48%) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง (73.25%) ซึ่งสอดคล้องกับ อัจฉิรา ทิวะสิงห์ และคนอื่น ๆ (2565) คือ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว คือ ตนเอง ส่วนใหญ่เลือกที่พักกลุ่มที่เป็นเกสต์เฮาส์ (23.50%) ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 2,001-3,000 บาท (31.25%) และเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเล (28.75%) และสอดคล้องกับ ญาณิพัชญ์ อารมณ์แสงวิจิตร (2560) ที่ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติ คือทะเลและภูเขา และเลือกเดินทางในทุกโอกาสที่สะดวก

2. อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทยส่วนใหญ่มีปัจจัยหลักในเดินทางท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ระดับมาก ( $\bar{X} = 4.25$ ) โดยมีปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ต้องการความเป็นอิสระ ( $\bar{X} = 4.62$ ) ต้องการพักผ่อนและผ่อนคลาย ( $\bar{X} = 4.48$ ) ต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง ( $\bar{X} = 4.38$ ) ต้องการท้าทายตนเอง ( $\bar{X} = 4.36$ ) ต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน ( $\bar{X} = 4.30$ ) เพื่อนมีเวลาไม่ตรงกัน ( $\bar{X} = 4.29$ ) ต้องการได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่และการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวครั้งที่ผ่านมา ( $\bar{X} = 4.28$ ) มีความคุ้นเคยแหล่งท่องเที่ยวทำให้ไม่มีความเสี่ยงต่อการตัดสินใจและต้องการพื้นที่ส่วนตัวไม่ต้องสนใจใคร ( $\bar{X} = 4.23$ ) ต้องการสร้างความสัมพันธ์กับสังคมที่แตกต่าง ( $\bar{X} = 4.19$ ) ต้องการมิตรภาพใหม่ ( $\bar{X} = 4.13$ ) ต้องการความยืดหยุ่นของรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตนเอง ( $\bar{X} = 4.11$ ) ต้องการทบทวนและค้นหาตนเอง ( $\bar{X} = 4.10$ ) ต้องการเพิ่มพลังให้กับตนเอง ( $\bar{X} = 4.05$ ) และลำดับที่น้อยที่สุดคือ ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น ( $\bar{X} = 4.00$ ) ซึ่งจากผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของลลิตา เลิศแสงส่อง (2565) ที่ศึกษาปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของผู้หญิงที่เที่ยวคนเดียวที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น กับการได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่และน่าตื่นเต้นเป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการออกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว และสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ McNamara & Prideaux (2010) ที่ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว เดินทางเพื่อสัมผัสกับความรู้สึกเป็นอิสระและเพื่อการแสวงหาตัวตน และตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นการเสริมสร้างพลังในตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเที่ยวคนเดียวเป็นการได้ท่องเที่ยวเพื่อเป็นการเพิ่มเติมความเชื่อมั่นและเพิ่มความมั่นใจในตนเอง และสอดคล้องกับ Tukenmez (2022) ที่ศึกษาพบว่า เหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงเลือกที่จะเดินทางคนเดียวเพราะต้องการความเป็นอิสระ ต้องการความยืดหยุ่น รวมไปถึงการ

ได้หลีกเลี่ยงจากวิกฤตด้านอารมณ์โดยการใช้เวลาอยู่กับตัวเองให้มากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับอริญญา เกรียงไกรโชค และ กุลพิชญ์ โภโดยอุดม (2562) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย พบว่า เป็นการท้าทายตนเอง มีอิสระ มีความคล่องตัว มีความยืดหยุ่น รู้สึกมีความภูมิใจและเชื่อมั่นในตนเองมากขึ้น ได้เรียนรู้และสัมผัสกับวิถีชีวิตที่แตกต่างและแปลกใหม่ และสอดคล้องกับปนัดดา และคนอื่น ๆ (2562) ที่ศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ เพื่อการเรียนรู้ การพักผ่อน การสร้างมิตรภาพ และเพื่อการเพิ่มพลังและค้นหาตนเอง และการศึกษาของ Breda et al., (2020) ยังพบว่า แรงจูงใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของผู้หญิงเป็นการเดินทางที่ได้ผจญภัย เป็นอิสระ ชาติเพื่อนร่วมทาง และหลีกเลี่ยงจากกิจวัตรประจำวัน และตรงกับ Osman & Brown (2020) ที่ศึกษาแรงจูงใจและประสบการณ์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางคนเดียวชาวเวียดนาม ที่ระบุว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว คือ การต้องการความเป็นอิสระ มีความยืดหยุ่นในการเดินทางเป็นการเพิ่มพลังให้กับตนเอง และการได้พบปะผู้คนใหม่ๆ และยังมีการศึกษาของ ธัญชนก ใจแสน และคนอื่น ๆ ที่พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวคนเดียวคือ เพื่อการพักผ่อน และปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวคนเดียวคือต้องการศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ ต้องการหลีกเลี่ยงจากความจำเจหรือความเครียดในสภาพแวดล้อมเดิม ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ Seow and Brown (2018) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวเอเชียที่เดินทางคนเดียว พบว่า เหตุผลหลักที่ตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว คือเพื่อความอิสระมีความยืดหยุ่นในการเดินทางต้องการหลีกเลี่ยงจากภาวะวิกฤตทางด้านอารมณ์ เพื่อนมีเวลาว่างที่ไม่ตรงกัน เป็นการเอาชนะความกลัวหรือเพื่อความท้าทายตนเองและเพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ Rzezarta and Zorana (2022) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้หญิงที่เดินทางคนเดียวว่าเป็นการเดินทางที่ช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับตนเอง การได้รับความรู้สึกที่เป็นอิสระ ได้พบปะผู้คนใหม่ๆ และการได้ค้นหาตนเอง และในการศึกษาของ Yang (2020) ก็พบว่าประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ความเป็นอิสระและการค้นพบตนเองเป็นแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว โดยผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Terziyska (2021) ที่ได้วิเคราะห์ความคิดเห็นจากโพสต์ในกลุ่มเฟซบุ๊กของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในชีวิต ความล้มเหลวในชีวิต การได้ค้นพบผู้คนและวัฒนธรรมใหม่ๆ ความเป็นอิสระ ความท้าทายและความสนุก ไม่มีใครเดินทางด้วยเพื่อเป็นการผ่อนคลาย และการได้ค้นพบตนเอง นอกจากนี้ Frohnholzer (2021) ก็ได้ศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางคนเดียว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมองหาความพึงพอใจที่แตกต่างไปจากในสภาพแวดล้อมที่คุ้นเคย เป็นการเดินทางเพื่อแสวงหาความสัมพันธ์ แสวงหามิตรภาพ การได้รับการยอมรับทางสังคม และความต้องการตามกระแสนิยมหรือแรงกดดันทางสังคม

ปัจจัยหลักส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า ปัจจัยหลักส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว (Supported H1) อย่างมีนัยสำคัญ ( $P\text{-value} < 0.001$ ) ทั้งกลุ่มที่นิยามตนเองเกี่ยวกับการเที่ยวคนเดียวว่าเป็น Introvert solo traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว ไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น กลุ่ม Extrovert Solo Traveler (เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว สนุกกับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นและสนุกกับการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น) และกลุ่ม Guide Solo Traveler (เดินทางคนเดียวโดยใช้บริการนำเที่ยวและใช้บริการแพคเกจท่องเที่ยวแต่ไม่รู้จักใครในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง) ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Seow and Brown (2018) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยหลักของการเดินทาง โดยพบว่า ปัจจัยหลักกระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว โดยการออกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวเพื่อเป็นการเอาชนะตัวเอง นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ Hosseini et al., (2021) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่อยู่ภายในซึ่งเป็นปัจจัยหลักเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความต้องการออกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

### ข้อจำกัดในการทำวิจัย

1. แบบสอบถามมีข้อคำถามเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเบื่อหน่าย และให้ข้อมูลที่ไม่น่าเป็นความจริง
2. ผู้ตอบแบบสอบถามอาจตีความคำถามแตกต่างกัน ซึ่งอาจนำไปสู่ความคลาดเคลื่อนในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. แบบสอบถามออนไลน์ไม่สามารถเจาะลึกในรายละเอียดหรือสำรวจความคิดเห็นเชิงลึกได้เท่ากับการสัมภาษณ์เชิงลึก

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ คือ เฟซบุ๊ก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสาร และการส่งเสริมการตลาดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทยให้มากขึ้น
2. กระบวนการตัดสินใจอาจไม่ได้เริ่มต้นจากความต้องการเสมอไป โดยจากการวิจัย นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางหลังจากที่ได้เห็นข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ควรมีการสื่อสารด้านการตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ และการสร้างคอนเทนต์ที่น่าดึงดูดใจจากคนที่เคยเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว
3. ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทด้านการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวส่วนใหญ่รักความเป็นอิสระ ซึ่งควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน ที่จะช่วยอำนวยความสะดวก การจัดการแผนการเดินทางคนเดียว รวมทั้งการรับรองความปลอดภัยทุกช่องทาง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

#### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. กำหนดขอบเขตของคำถามให้แคบลง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด
2. การศึกษาในอนาคตควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่มประกอบกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อจะช่วยให้เข้าใจถึงแรงจูงใจ ความต้องการ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ดียิ่งขึ้น
3. การวิจัยในอนาคตควรทำการเปรียบเทียบพฤติกรรม ความต้องการ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม
4. ควรพิจารณาถึงผลกระทบของปัจจัยภายนอกที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวคนเดียว เช่น สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม หรือสถานการณ์โรคระบาด เพื่อให้เข้าใจถึงพลวัตของการท่องเที่ยวและสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม
5. ถึงแม้ว่า Facebook จะเป็นช่องทางหลักในการรับข้อมูลข่าวสาร แต่การวิจัยในอนาคตควรเจาะลึกถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เพื่อให้เข้าใจถึงความหลากหลายในการเข้าถึงข้อมูลและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรศึกษาถึงประเภทของเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารให้ตรงกับความต้องการ

## เอกสารอ้างอิง

- ญาณีพัชฌ์ อภรณ์แสงวิจิตร. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของสตรี (Solo female travel) ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล* (การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).  
[https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5904010096\\_8240\\_6974.pdf](https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5904010096_8240_6974.pdf)
- ดวงทอง สรประเสริฐ, & สุกัญญา สมไพบูลย์. (2560). กระบวนการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 25(48), 37–55. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/86201>
- นิรมล สุวรรณพันธุ์. (2563). *ทัศนคติที่มีต่อบล็อกเกอร์ด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวคนเดียว (Solo travel) ของกลุ่มผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).  
[http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4902/1/niramol\\_suwa.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4902/1/niramol_suwa.pdf)
- ธัญชนก ใจแสน, เบญญาภา สนิทมัจโร, & นุชนารถ รัตนสุขชัย. (2560). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่เที่ยวยคนเดียวในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 14* (น. 3400–3416). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- ปนัดดา ชนะพาล, และคณะ. (2562). มิติแรงจูงใจในการเดินทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้หญิงชาวต่างชาติที่เดินทางคนเดียวในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 10(1), 114–128.  
<https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/11807>
- อรัญญา เกรียงไกรโชค, & กุลพิชญ์ โภไคยอุดม. (2562). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย. *Journal of Sports Science and Health*, 20(3), 122–136. [https://he02.tci-thaijo.org/index.php/spsc\\_journal/article/view/240428](https://he02.tci-thaijo.org/index.php/spsc_journal/article/view/240428)
- อัจฉิรา ทิวะสิงห์, สิริพร ทิวะสิงห์, & สุพร อ่อนพุทธา. (2565). การศึกษามิติการท่องเที่ยวคนเดียวของผู้หญิงในสังคมไทย. *วารสารบัณฑิตศึกษารังสิต สาขาธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 8(1), 161–172.  
<https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jdbs/article/view/2003>
- อรรถกฤต จันทร, ภูเกริก บัวสอน, & ชุติน แก้วนพรัตน์. (2566). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง (Solo travel). *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 16(1), 88–111. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ssrgraduate/article/view/262491>
- Breda, Z., et al. (2020). Profile, motivations, and experiences from Portuguese solo female travelers. In *Contemporary management approaches to the global hospitality and tourism industry* (pp. 131–147). IGI Global.
- Cohen, E., & Cohen, S. A. (2012). Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2177–2202. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.009>
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological Assessment*, 4(1).
- Dembling, S. (2014). *The introvert's way: Living a quiet life in a noisy world*. Perigee. Retrieved from <https://books.google.co.th/books?id=DugfXAq5lz0C>

- Frohnholzer, M. (2021). *Tinder tourism: Exploring the role of Tinder in solo female travel: An affordance- and motivation-based approach* (Master's thesis, University of Eastern Finland).  
<https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/24483/16129534291676972569.pdf>
- Hosseini, S., Macias, R., & Almeida Garcia, F. (2021). The exploration of Iranian solo female travellers' experiences. *International Journal of Tourism Research*, 24(4), 1–13. <https://doi.org/10.1002/jtr.2498>
- Jogaratham, G. (2006). Why do women travel solo for purposes of leisure? *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), 59–70. <https://doi.org/10.1177/1356766706059041>
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., & Thoresen, C. J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3), 693–710. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.3.693>
- McNamara, K. E., & Prideaux, B. (2010). A typology of solo independent women travellers. *International Journal of Tourism Research*, 12(3), 253–264. <https://doi.org/10.1002/jtr.751>
- Nalisa. (2019). เทรนด์ฮิต “ท่องเที่ยวคนเดียว” มาแรง. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2566, จาก <https://marketeeronline.co/archives/133521>
- Once Travel to the Uniqueness of Life and Inspiring Journeys. (2022). *74 inspiring solo travel quotes 2025*. Retrieved June 9, 2023, from <https://www.thewanderlustwithin.com/solo-travel-quotes/>
- Osman, H., & Brown, L. (2020). Motivations and experiences of Vietnamese solo female travelers. *Tourism Management Perspectives*, 33, Article 100620.
- Plunkett, L., & Attner, R. F. (1994). *Introduction to management*. Wadsworth Publishing Company.
- Rrezarta, E., & Zorana, M. (2022). Motives of female travellers for solo travel. *Academica Turistica*, 15(2), 177–184.
- Seow, D., & Brown, L. (2018). The solo female Asian tourist. *Current Issues in Tourism*, 21(10), 1187–1206. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1839025>
- Terziyska, I. (2021). Solo female travellers: The underlying motivation. In M. Valeri & V. Katsoni (Eds.), *Gender and tourism* (pp. 113–127). Emerald Publishing Limited.
- Tukenmez, E. G. (2022). Travel motivations and constraints of solo women travelers in Turkey. *Journal of Mediterranean Tourism Research*, 2(1), 25–44.
- Yang, E. C. L. (2020). What motivates and hinders people from travelling alone? A study of solo and non-solo travellers. *Current Issues in Tourism*, 23, 2458–2471. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1839025>
- Yang, E. C. L., Yang, M. J. H., & Khoo-Lattimore, C. (2019). The meanings of solo travel for Asian women. *Tourism Review*, 74(5), 1047–1057. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2018-0150>