

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	อิทธิพลของแหล่งที่มาและเนื้อหาของการรีวิวต่อความตั้งใจของที่ พักบนเตียงตึกของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด
ผู้ประพันธ์	แสงดาว เลาโซ้ง
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาทิตยา ปาทาน

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจองที่พักผ่านแพลตฟอร์ม
เตียงตึกของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด และวิเคราะห์ปัจจัยด้านแหล่งที่มาและเนื้อหาของการรีวิวที่มีอิทธิพล
ต่อความตั้งใจจองที่พัก กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ใช้งานเตียงตึกชาวไทยในช่วงเจนเอเรชั่นแซด
จำนวน 408 คน ที่ตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือ
เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเอง ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จาก
ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งร้อยละ 95.12 ของข้อคำถามมีค่าความตรงเชิงเนื้อหามากกว่า 0.5 แบบสอบถามมีค่า
ความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) ของตัวแปรทุกตัวมากกว่า 0.70 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิง
พรรณนา ได้แก่ ร้อยละ (Percentage), ความถี่ (Frequency), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (Standard Deviation) และความแปรปรวน (Variance) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของ
กลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิเคราะห์เชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson
Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์
ระหว่างตัวแปรและทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการจองที่พักของเจนเอเรชั่น
แซดได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาและรีวิวหลายประเภท โดยเฉพาะเนื้อหาที่ให้ข้อมูลและความบันเทิง
รวมถึงรีวิวจากไมโครอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความตั้งใจจองที่พัก โมเดลการ
ถดถอยสามารถอธิบายความตั้งใจจองได้ประมาณร้อยละ 36 และไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ซ้ำซ้อน
ระหว่างตัวแปรในโมเดล ผลการวิเคราะห์จึงมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้ประเมินพฤติกรรมการ
จองที่พักผ่านเตียงตึกของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ที่พัก, เจนเอเรชั่นแซด, เตียงตึก, การรีวิว, ความตั้งใจจอง

Independent Study Title The Influence of Review Source and Content on Generation Z's Intention to Book Accommodations on TikTok

Author Sangdaw Laosong

Degree Master of Business Administration (Business Administration)

Advisor Assistant Professor Athitaya Pathan, Ph. D.

ABSTRACT

This independent study examines Generation Z's accommodation booking behavior on TikTok and the effects of review sources and content on their booking intentions. The sample comprised 408 Thai Generation Z TikTok users who completed an online questionnaire through convenience sampling. The research instrument was validated by experts, with 95.12% of the items attaining an Item-Objective Congruence (IOC) index of 0.5 or higher. The questionnaire demonstrated high reliability, with Cronbach's Alpha values exceeding 0.70 across all variables. Descriptive statistics were employed to describe the general characteristics of the sample, while Pearson's correlation and multiple regression analyses were used to examine relationships among variables and to test the hypotheses. The results revealed that informational and entertaining content, together with reviews from micro-influencers, significantly influenced Generation Z's trust and booking intentions. The regression model accounted for approximately 36 percent of the variance in booking intention, and no multicollinearity issues were observed. These findings provide a reliable and valid assessment of Generation Z's accommodation booking behavior on TikTok.

Keywords: Accommodation, Generation Z, TikTok, Review, Booking Intention