

การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม
ของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร
DEVELOPING PRE-POST TOURISM PROGRAM
FOR MICE TOURIST IN BANGKOK

โดย

นางสาวรมิตา	ยุวະกนิษฐ	รหัสนิสิต 58166010049
นายจักรพงศ์	ฉัตรชวลิต	รหัสนิสิต 58166010101
นางสาวชนิกานต์	สงค์หิรัญ	รหัสนิสิต 58166010105
นางสาวชมพูนุท	เจริญเพชรนาค	รหัสนิสิต 58166010106
นางสาวนุชศรา	ธีระกุมาร	รหัสนิสิต 58166010118
นางสาวมานิดา	พิสิทธิพร	รหัสนิสิต 58166010128
นางสาวอิสริย์	ลีลาอภิวัฒน์	รหัสนิสิต 58166010140
นางสาวชลรดา	ไทยสง่า	รหัสนิสิต 58166010152
นายอัฐพล	เลิศประเสริฐกิจ	รหัสนิสิต 58166010169

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.อังสมาลิน จำนงชอบ

รายงานการวิจัยฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา นจท 323 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว
ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ศึกษาความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานครได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวไทย จำนวน 385 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) แบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร จำนวน 385 คน และ 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสอบถามผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ท่าน ร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิ แล้วจึงนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อวิเคราะห์เป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-29 ปี มีภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล สำหรับด้านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวห้างสรรพสินค้าเป็นส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พัก งบประมาณที่ใช้จ่ายต่อวันในกรุงเทพมหานคร 501-1,000 บาท/วัน ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า อุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครมีศักยภาพและความพร้อมเพียงพอ เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมหานครแห่งไมซ์ในประเทศไทย สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ สถานที่ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มากที่สุด โดยส่วนมากมักจะเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังพบว่า ในการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมจะต้องคำนึงความเหมาะสมของกิจกรรม ความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับ การวางแผนการดำเนินงานและปัจจัยอื่น รวมถึงจัดโปรแกรมที่ช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยจึงได้จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม ซึ่งเป็นโปรแกรมรูปแบบ One Day Trip และ Half-Day Trip แบ่งออกเป็นสี่เส้นทาง คือ 1) เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) เส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน 3) เส้นทางท่องเที่ยวยามราตรี และ 4) เส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะ APPLICATIONS เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย

A - Attraction P - Planning P - Personnel L - Language I - Innovation C - Cleaness A -
Activity

T - Traffic I - Information O - Organization N – Net working และ S - Safety

คำสำคัญ : โปรแกรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ แหล่งท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

Abstract

The objectives of the research were; to study the behavior and the demand of Thai MICE tourist, to study the potentiality of Bangkok metropolis for MICE tourists capacity, and to develop a potentiality Pre-Post tourism program for MICE tourists in Bangkok to serve the demand of Thai MICE tourist. The samples were 385 Thai MICE tourists. The process in this study involves both Qualitative and Quantitative research. 1. Quantitative research method was applied in this study by using questionnaires as data collection instrument for study the behavior and the demand of Thai MICE tourists. The samples were 385 Thai MICE tourists. 2. Qualitative research instrument was in-depth interview for 5 people who involve in MICE industry of Bangkok. The results of Quantitative was the majority of respondents were male whose age between 25-29 years old. They were company employee who graduated bachelor's degree with their income between 25,001-30,000 Bath per month. They were traveled to Bangkok 1-2 days by using private vehicle and most of them travel with friends. Type of accommodation was hotel, popular place was the malls, suitable time to travel in Bangkok were 1-2 days and the budget that they can use for travelling more than 2,000 Bath per trip. The results of Qualitative was found that MICE industry of Bangkok has a high potential and sufficient for MICE tourist capacity, Due to Bangkok is praised to be Thailand MICE city. Bangkok is not only the capital city of Thailand, but also the Centre of business and variety of tourism. Absolutely will these fulfill traveller's need, for both ones on business and ones on vacation. The overall research of this study can create Pre-Post tourism program via pleasurable full-day and half-day journey. The program tour divided in 4 routes. 1) Cultural route 2) Relaxing route 3) Nightlife route 4) Community route. The researchers have created recommendations APPLICATIONS for develop Pre-Post tourism program in Bangkok consist of A - Attraction P - Planning P - Personnel L - Language I - Innovation C - Cleanness A - Activity T - Traffic I - Information O - Organization N - Networking S - Safety

Keywords: Tourism Program. MICE Tourist. Tourist Attraction. Bangkok.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความสามารถ และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จำนงชอบ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำปรึกษา และคำแนะนำในการศึกษาวิจัย ทุกขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบ โดยการวิจัยในครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัย ด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.กฤติกา สายณะวัตรชัย อาจารย์ ดร.กิงกนก เสาวภา วงศ์ อาจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา อาจารย์ ดร.จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และอาจารย์อัญชัญ ตันนทเทศ ที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และกรุณาให้คำปรึกษาช่วย แก้ไขข้อบกพร่อง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณณัฐวุฒิ คงศรี ผู้จัดการทั่วไป บริษัท Easy Tours คุณมรกต ภูมิพานิช นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร คุณชาติชาย เทพแปง ผู้อำนวยการฝ่ายสำนักงาน ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ คุณกัญญา-วรรณ ยุกตะนันท์ ผู้อำนวยการฝ่ายบริการลูกค้า ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ คุณรติวัฒน์ บุญประคอง หัวหน้างานพัฒนาและส่งเสริมการตลาดภาคตะวันออก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูล และอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

ขอขอบคุณ ความร่วมมือของนิสิต สาขาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะพัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจในการทำงาน และให้ความช่วยเหลือในการทำงานตลอดมาของรายงานวิจัยฉบับนี้

คณะผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
ABSTRACT.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูปภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ของการวิจัย.....	3
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับไมซ์.....	6
แนวคิดทฤษฎีความพร้อมและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	15
ทฤษฎีรูปแบบการท่องเที่ยว.....	23
ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	31
ข้อมูลเบื้องต้นด้านความพร้อมของกรุงเทพมหานคร.....	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	53
ระเบียบวิธีวิจัย.....	53
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	57
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	59
ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	59
พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร.....	69
ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อ พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ในกรุงเทพมหานคร.....	75
ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	80
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในแบบสัมภาษณ์.....	81
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	85
สรุปผลการศึกษา.....	85
สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	89
อภิปรายผลการวิจัย.....	90
ข้อเสนอแนะของการวิจัย.....	100
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	103
บรรณานุกรม.....	104
ภาคผนวก.....	108
ภาคผนวก ก.....	109
ภาคผนวก ข.....	111
ภาคผนวก ค.....	113
ภาคผนวก ง.....	119
ภาคผนวก จ.....	125
ภาคผนวก ฉ.....	132
ภาคผนวก ช.....	135
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	142

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	59
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	60
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	61
4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	62
5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	63
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	64
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกภูมิภานา.....	65
8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเดินทางมา ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....	66
9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามยานพาหนะในการ เดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....	67
10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามบุคคลร่วมเดินทาง.....	68
11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ท่องเที่ยวที่ ชื่นชอบและเคยไปในกรุงเทพมหานคร.....	69
12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ.....	70
13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณที่ใช้จ่ายต่อวันใน กรุงเทพมหานคร.....	71
14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามจำนวนวันที่อยู่ ในกรุงเทพมหานคร.....	72
15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่เหมาะสมกับ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....	73
16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณที่สามารถ จ่ายได้สำหรับการท่องเที่ยว.....	74
17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครทั้ง 4 ด้าน.....	75
18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครด้านแหล่งท่องเที่ยว.....	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
19	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครด้านกิจกรรม.....77
20	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....78
21	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว.....79
22	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยว กลุ่มไมซีในกรุงเทพมหานคร.....80
23	รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านข้อมูลทั่วไป.....126
24	รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านพฤติกรรมและความต้องการของ นักท่องเที่ยว.....127
25	รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านแหล่งท่องเที่ยว.....128
26	รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านกิจกรรม.....129
27	รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....130
28	รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว.....131

สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
1	One Day Trip Relaxing Route การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน.....	94
2	One Day Trip Cultural Route การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	95
3	Half-Day Trip Nightlife Route การท่องเที่ยวยามราตรี.....	96
4	One Day Trip Community Route การท่องเที่ยวชุมชน.....	97
5	เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน Relaxing Route.....	98
6	เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Cultural Route.....	98
7	เส้นทางท่องเที่ยวยามราตรี Nightlife Route.....	99
8	เส้นทางท่องเที่ยวชุมชน Community Route.....	99

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธุรกิจไมซ์ หรือ MICE Business เป็นธุรกิจแขนงหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ธุรกิจย่อย คือ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร ธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ธุรกิจการจัดประชุมวิชาชีพ และธุรกิจการจัดแสดงสินค้า (ณรงค์ ชวสินธุ์. 2554) ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์ มีความสำคัญต่อประเทศไทยอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยตรง เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และมีการจับจ่ายใช้สอยมากกว่านักท่องเที่ยวโดยทั่วไป อีกทั้งอุตสาหกรรมไมซ์จัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้นและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ อุตสาหกรรมไมซ์นับได้ว่าเป็นกลจักรที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในระดับมหภาคและในระดับจุลภาค และเป็นฟันเฟืองที่สำคัญที่มีส่วนช่วยขยายการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย โดยมูลค่าของอุตสาหกรรมไมซ์คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 8.95 ของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศในภาพรวม นำรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมหาศาล คิดเป็นร้อยละ 0.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ พร้อมกันนี้อุตสาหกรรมไมซ์ยังช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้แก่เศรษฐกิจในระดับชุมชน ตลอดจนและเพิ่มโอกาสทางการค้า พร้อมทั้งยังมีส่วนในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาาระบบสาธารณูปโภคในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2556)

ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์ มีการบริการที่ดีเป็นมืออาชีพ สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือนจากประเทศต่างๆ ได้ ประเทศไทยจึงเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงทั้งในด้านการท่องเที่ยวและด้านธุรกิจ ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์เจริญเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง โดยระหว่างปี พ.ศ.2553-2556 จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์มีจำนวน 1,013,502 คน หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 49.14 และมีรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ เป็น 88,485 ล้านบาท ในปีพ.ศ.2556 หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 65.35 (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2558) นอกจากนี้ในปี พ.ศ.2559 สมาคมประชุมนานาชาติของโลก หรือ ICCA จัดอันดับไทยให้เป็นเมืองที่มีจำนวนการจัดประชุมอันดับที่ 24 เมื่อปี พ.ศ.2558 สมาคมด้านการแสดงสินค้าระดับโลก หรือ UFI ให้ ไทยติดอันดับ 1 ของอาเซียนในด้านพื้นที่ขายสุทธิของการจัดงานแสดงสินค้าตลอด 5 ปี (พ.ศ.2554-2558) ด้านพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าโดยรวมนั้น ไทยติดอันดับ 1 ใน 5 ของเอเชีย นอกจากนี้ไทยยังมีพื้นที่รวมสำหรับจัดงานแสดงสินค้าสูงถึง 256,984 ตารางเมตร ใน 9 ศูนย์ประชุมในกรุงเทพฯ และเมืองไมซ์สำคัญ (สำนักงาน

ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2560) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ได้ร่วมมือกับภาคเอกชนในการดำเนินงานสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยการสนับสนุนกลุ่มจังหวัดที่มีความพร้อมและมาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ซึ่งได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา และขอนแก่น โดยยกระดับให้เป็น MICE CITY ภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ ช่วงไตรมาสที่ 1-2 ของปีงบประมาณ 2558 เฉพาะเมืองแห่งอุตสาหกรรมไมซ์ 5 เมือง ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา ขอนแก่น และภูเก็ต มีมูลค่ากว่า 43,584 ล้านบาท โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ รวมกันเกือบ 12 ล้านคน ทั้งนี้กรุงเทพมหานคร ยังเป็นเมืองที่สามารถสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศได้มากที่สุด 30,694 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2558) จึงสามารถกล่าวได้ว่า กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อทุกภาคส่วนของประเทศ เป็นรายได้สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ก็ยังคงมีปัญหาอยู่ในหลากหลายด้าน ซึ่งสรุปได้หลายประการ ได้แก่ ก่อให้เกิดปัญหาสภาพแวดล้อม ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหาค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภาวะเป็นพิษ ปัญหาทางสังคม และปัญหาทางวัฒนธรรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2554) โดยในกรุงเทพมหานครนั้น มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยว หากแต่ยังไม่มี การจัดโปรแกรม เส้นทางท่องเที่ยว หรือ ข้อมูลการท่องเที่ยว ที่เพียงพอ เนื่องจาก รูปแบบการท่องเที่ยวไมซ์นั้น นอกจากจะมีวัตถุประสงค์เพื่อการเข้าประชุมแล้ว ยังต้องมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นด้วย โดยการท่องเที่ยวนั้น อาจมีทั้งแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และการท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่รวมอยู่ในโปรแกรมการประชุม เช่น การท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม (pre-post tour) เป็นต้น ดังนั้น ทางกลุ่มผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาและทำการวิจัย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวก่อนและหลัง การประชุมให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานครได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวก่อนและหลัง การประชุมให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานครได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ทำการเก็บข้อมูลในสถานที่จัดประชุม 2 แห่ง ได้แก่ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค
2. ขอบเขตด้านเวลา

ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ในระหว่างเดือน ตุลาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2560
3. ขอบเขตด้านประชากร
 - 3.1 เชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ที่เดินทางมาร่วมงานไมซ์ในกรุงเทพมหานคร
 - 3.2 เชิงคุณภาพ คือ ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 1) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) 2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) 3) กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร 4) ศูนย์ประชุมในกรุงเทพมหานคร และ 5) บริษัทจัดนำเที่ยว
4. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวไทยที่เดินทางเข้าร่วมงานไมซ์ในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบรายการนำเที่ยวที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ และการศึกษาความพร้อมและศักยภาพของกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทราบพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร
2. ทราบความพร้อมของผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

3. ได้รูปแบบการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานครได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. การพัฒนา หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดี โดยปรับปรุงกิจกรรม หรือโครงการเดิมที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. โปรแกรม หมายถึง รายการ กำหนดการ หมายถึง กำหนดการ โปรแกรม ระเบียบวาระ การแสดง แผน โครงการ ผัง

3. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งมักหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้อง

4. โปรแกรมการท่องเที่ยว หมายถึง รายการนำเที่ยว

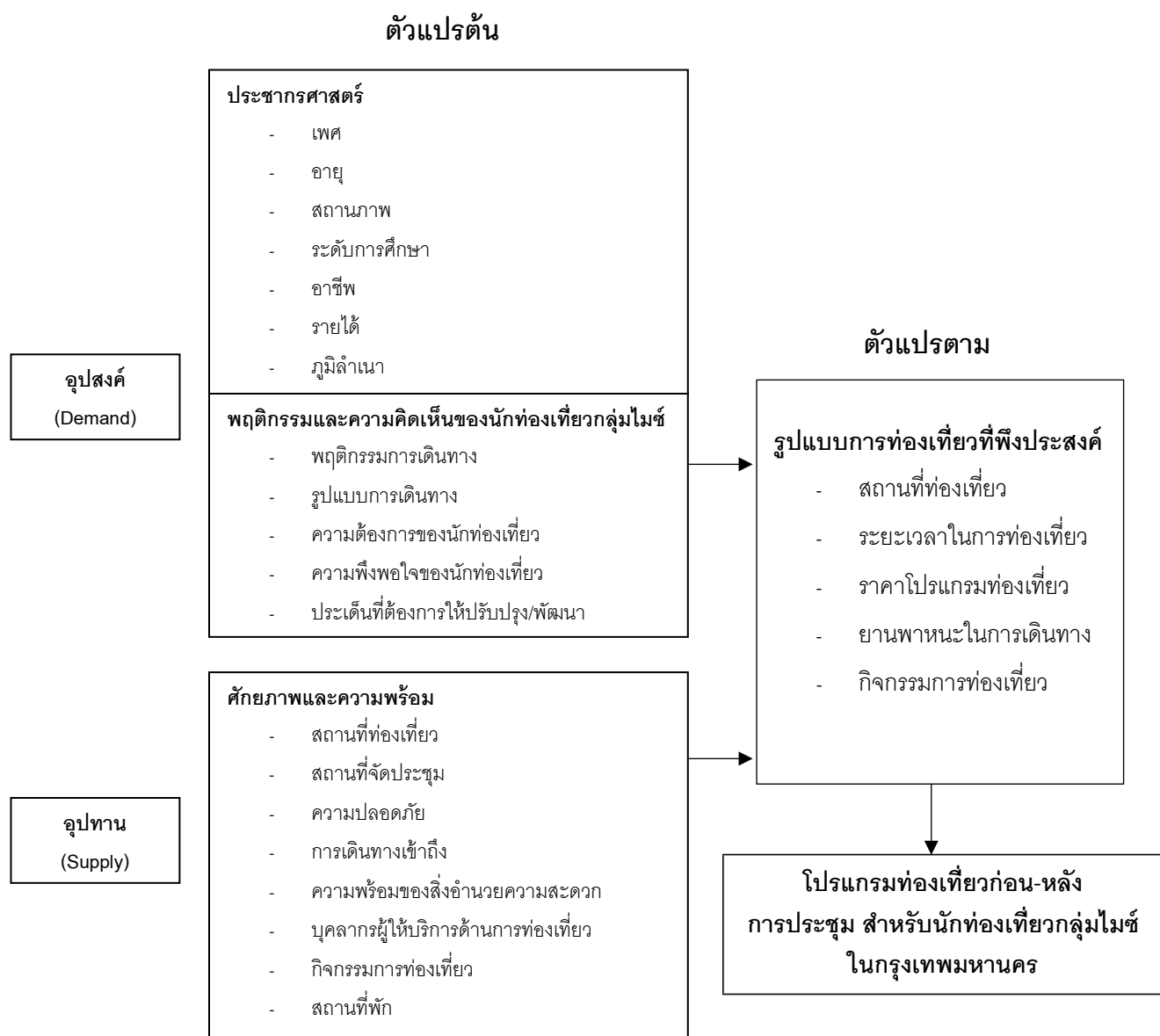
5. การท่องเที่ยวก่อนการประชุม หมายถึง การจัดรายการนำเที่ยวก่อนการประชุมสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม

6. การท่องเที่ยวหลังการประชุม หมายถึง การจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม สำหรับผู้เข้าร่วมประชุม

7. MICE หรือ การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจไมซ์ (MICE Business Travel) หมายถึง การท่องเที่ยวขนาดใหญ่ 4 ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุมองค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives travel) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และงานแสดงสินค้า (Exhibitions)

8. นักท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแต่มีจุดประสงค์เพื่อการเข้าร่วมประชุม การท่องเที่ยวจากรางวัลที่ได้รับ การเข้าร่วมงานประชุมนานาชาติ และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติ

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาตำราและเอกสารทางวิชาการเพื่อให้ได้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับหัวข้อวิจัย การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับไมซ์
2. แนวคิดทฤษฎีความพร้อมและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
3. ทฤษฎีรูปแบบการท่องเที่ยว
4. ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
5. ข้อมูลเบื้องต้นด้านความพร้อมของกรุงเทพมหานคร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับไมซ์

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้กล่าวว่า MICE หรือ ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive Travel, Convention and Exhibition) ประกอบด้วยธุรกิจหลัก 4 กลุ่ม ที่มีทั้งความต่อเนื่องเชื่อมโยงกันและกัน แต่ยังมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ดังนี้

M = Meeting หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กร โดยการประชุมมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าแล้ว สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. Meeting: เป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลของกลุ่มบุคคลในสาขาอาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยทั่วไปจะมีการประชุม 4-5 วันและมีการจัดสัมมนากลุ่มย่อย ใช้เวลาเตรียมงานอย่างน้อย 1 ปี

2. Corporate Meeting: เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลที่มาจากองค์กรเดียวกันหรือเครือเดียวกัน ซึ่งอาจมาจากหลายๆ ประเทศทั่วโลก เป็นการจัดโดยบริษัททำให้สามารถเลือกสถานที่จัดได้โดยไม่ต้องสอบถามจากสมาชิก และ ไม่ต้องมีการประชาสัมพันธ์มาก เนื่องจากเป็นการประชุมของบริษัทเท่านั้น ใช้เวลาในการเตรียมงานน้อยกว่า Association Meeting คือ ใช้เวลาน้อยกว่า 1 ปี และมีขนาดงานเล็กกว่า Association Meeting

3. Government Meeting: เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคล หรือ ผู้แทนจากหน่วยงานราชการ ซึ่งอาจมาจากหลายๆ ประเทศทั่วโลก เป็นการจัดโดยหน่วยงานราชการซึ่งสามารถเลือกสถานที่จัดได้โดยไม่ต้องสอบถามจากสมาชิก

I = Incentive Travel หมายถึง การจัดนำเที่ยวเพื่อให้เป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว

C = Convention หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในสาขาอาชีพเดียวกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน โดยทั่วไปงานเหล่านี้ต้องใช้เวลาการเตรียมการไม่น้อยกว่า 2 ปีและส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโดยสมาคมระดับนานาชาติ ซึ่งรูปแบบการจัดแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การจัดประชุมแบบหมุนเวียนตามประเทศสมาชิก: โดยมากใช้วิธีการเวียนตามตัวอักษรและตามภูมิภาค

2. การประชุมเพื่อเป็นประเทศเจ้าภาพในการจัดงาน: ประเทศสมาชิกที่ต้องการเป็นเจ้าภาพจะจัดส่งตัวแทนของสมาคมที่เข้าร่วมประชุม ซึ่งในกรณีของการประชุมนี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน เนื่องจากมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงและระยะเวลาเตรียมงานนาน

E = Exhibition หมายถึง งานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรวมทั้งเปิดให้ผู้เข้าชมทั่วไปได้เข้าร่วมงานด้วย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. Trade Show : เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ

2. Consumer Show : เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภคในงานแสดงสินค้า

อาจมีการประชุมในหัวข้อเดียวกัน หรือเกี่ยวข้องกับหัวข้อการแสดงสินค้า

สมบัติ กุสุมาวดี และคณะ (2551) กล่าวไว้ว่า ตามหลักสากลได้กำหนดคำนิยามของอุตสาหกรรมไมซ์ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบที่มีความแตกต่างกัน คือ Meeting Incentive Conventions และ Exhibition โดยสามารถอธิบายความแตกต่างของแต่ละองค์ประกอบดังนี้

การประชุม (Meeting)

การจัดประชุมหรือ Meeting นับเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินงานในแต่ละองค์กรโดย Meeting หมายถึง การรวมตัวกันของผู้คนในสถานที่หนึ่งโดยมีจุดประสงค์ร่วมกันอย่างใดอย่างหนึ่ง อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจุดประสงค์ของการจัดประชุมอาจมีมากมายแตกต่างกัน แต่จุดประสงค์หลัก คือ การมาพบปะ พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แก้ปัญหาหรือตัดสินใจเพื่อหาข้อสรุป ในแต่ละการประชุม

มักจะประกอบไปด้วยผู้บริหารและพนักงานที่ประชุมกันภายในห้องประชุม แต่การประชุมอาจมีความถี่ในการจัดแตกต่างกัน กล่าวคือการประชุมสามารถจัดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาเป็นครั้งๆ ไปหรืออาจมีขึ้นเป็นประจำในช่วงเวลาที่แน่นอน เช่น การประชุมประจำวัน หรือการประชุมประจำปี เป็นต้น อย่างไรก็ตาม Meeting มักไม่จัดร่วมกับ Exhibition หรือนิทรรศการ ซึ่งจะอธิบายเพิ่มเติมในลำดับต่อไป

การกระตุ้นการให้รางวัล (Incentive)

สิ่งกระตุ้น หรือ Incentive หมายถึงการให้รางวัลในรูปแบบต่างๆ ซึ่งอาจเป็นเงินหรือของรางวัลเช่น โบนัส หรือ ทองคำ การให้รางวัลในลักษณะของการเดินทางไปเที่ยวในที่ต่างๆหรือที่เรียกกันว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) นั้นกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากองค์กรต่างๆที่ใช้การให้รางวัลในลักษณะนี้เพื่อเป็นการจูงใจพนักงานหรือตัวแทนจำหน่ายให้ทำยอดขายได้ตามเป้าที่ตั้งไว้ โดยในบางครั้งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอาจรวมถึง การอบรม การประชุมหรือกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวด้วย การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความเฉพาะตัวอย่างหนึ่ง คือจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สะดวกสบายหรือน่าประทับใจและควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นอาจได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจเนื่องจากองค์กร มักตัดสินใจให้รางวัลในรูปแบบของเงินหรือสิ่งของแทนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีค่าใช้จ่ายสูง

การประชุมขนาดใหญ่ (Convention)

การประชุมขนาดใหญ่หรือเกิดจากการจัดขึ้นร่วมกับการประชุมและนิทรรศการการจัด Convention นั้นประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 อย่าง คือ ผู้จัดและการวางแผนงานสถานที่จัดงานบริการ และผู้ออกนิทรรศการ อนึ่ง สมาคมต่างๆ มักจัด Convention เป็นประจำทุกปีเพื่อพัฒนาความรู้วิชาชีพ แบ่งปันข้อมูล หรือปรึกษาหารือในประเด็นต่างๆ โดยกิจกรรมต่างๆสำหรับผู้เข้าร่วม Convention อาจหมายรวมถึงการฟังบรรยาย การเข้าร่วมการประชุมพบปะสังสรรค์ หรือกิจกรรมอื่นๆ นอกจากนี้การจัด Convention ยังนับเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นเพราะการจัดการประชุมขนาดใหญ่ดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการสร้างงานด้านการบริการการสร้างสถานที่จัดประชุมไว้รองรับ และเกิดเงินหมุนเวียนภายในท้องถิ่นที่เกิดมาจากการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมการประชุม

นิทรรศการ (Exhibition)

นิทรรศการหรือการแสดงสินค้านับเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งทำให้ผู้ออกนิทรรศการหรือผู้ขายสินค้า และผู้ให้บริการได้พบปะโดยตรงกับผู้ซื้อ โดยผู้ออกนิทรรศการสามารถนำตัวอย่างสินค้า หรือบริการของตนมาแสดงในงานนิทรรศการเพื่อให้ผู้ซื้อทดลองใช้ประกอบการตัดสินใจก่อนซื้อ อนึ่งนิทรรศการสามารถแบ่งได้สองประเภท คือ ประเภทแรกคือ Consumer

Exhibition (Business to Consumer หรือ B2C) ซึ่งเปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมชมนิทรรศการและประเภทที่ 2 คือ Trade Exhibition (Business to Business หรือ B2B) ที่เปิดให้สมาชิกของสมาคมหรือนักธุรกิจเข้าเจรจาธุรกิจเท่านั้น

วไลวัฒนา สวัสดิ-ชูโต (2546) ได้กล่าวไว้ว่า ความหมายของคำว่า MICE ทางสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศเอเชีย (Asian Association of Convention & Visitor Bureaus : AACVB) ได้ให้นิยามดังนี้

M - Meeting หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กรโดยจะเป็นการประชุมเฉพาะกิจหรือวางแผนล่วงหน้าไว้แล้วสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. ประชุมกลุ่มสมาคม (Association Meeting) เป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลของกลุ่มคนในสาขาอาชีพเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน โดยทั่วไปจะมีการจัดสัมมนา กลุ่มย่อย และการจัดนิทรรศการขนาดเล็กด้วย ใช้เวลาเตรียมการอย่างน้อย 1 ปี

2. ประชุมกลุ่มบริษัทเอกชน (Corporate Meeting) เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลที่มาจากองค์กรเดียวกัน หรือเครือเดียวกัน ซึ่งอาจมาจากประเทศภูมิภาคเดียวกัน หรือหลายๆประเทศทั่วโลก โดยใช้เวลาเตรียมการน้อยกว่าการประชุมสมาคม และมีขนาดงานเล็กกว่า

3. ประชุมกลุ่มองค์กรรัฐบาล (Government Meeting) เป็นการประชุมจากกลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากหน่วยงานราชการ ซึ่งมาจากหลายหน่วยงานทั่วโลก

I - Incentive หมายถึง การจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว

C - Convention หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลในสาขาอาชีพเดียวกัน หรือสมาคมวิชาชีพเดียวกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็น โดยมีผู้เข้าประชุมระหว่าง 300-15,000 คน ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วประมาณ 850 คน ใช้เวลาเตรียมการไม่น้อยกว่า 2 ปี และส่วนใหญ่เป็นการจัด โดยสมาคมระดับนานาชาติ ซึ่งรูปแบบการจัดแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การจัดประชุมหมุนเวียนตามประเทศสมาชิก โดยมาใช้วิธีการเวียนตามตัวอักษรและตามภูมิภาค

2. การประชุมเพื่อเป็นประเทศเจ้าภาพในการจัดงาน ประเทศสมาชิกต้องการเป็นเจ้าภาพจัดส่งตัวแทนของสมาคมเข้าร่วมประชุม ซึ่งในกรณีจำเป็น ต้องอาศัยความร่วมมือ และการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน เนื่องจากมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงและระยะเวลาเตรียมงานนาน

E - Exhibition หมายถึง งานแสดงสินค้าหรือบริการ เพื่อขายให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรวมทั้งเปิดให้ผู้เข้าชมทั่วไปได้เข้าร่วมงานด้วย โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Trade Show เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ

2. Consumer Show เป็นการแสดงสินค้าสำหรับลูกค้าทั่วไป

ธุรกิจไมซ์ ทั้ง 4 กลุ่ม ความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งวัตถุประสงค์ของการจัดงาน และกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน แต่ทั้งนี้ธุรกิจทั้ง 4 กลุ่มก็มีความต่อเนื่องเชื่อมโยงกัน

ผู้วิจัยจึงได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ได้ว่า การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ คือ การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์มุ่งเน้นธุรกิจการจัดประชุมควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจการจัดประชุมสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การจัดประชุม (M = Meetings) คือ การจัดประชุมขององค์กรหรือกลุ่มบุคคล โดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า

2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (I = Incentive Travel) คือ โปรแกรมการจูงใจที่จัดขึ้นให้แก่พนักงานที่สามารถบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานที่บริษัทกำหนดไว้ได้ และกลุ่มลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อองค์กร

3. การประชุมวิชาชีพ (C = Convention) คือ การจัดประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในสาขาอาชีพเดียวกัน ส่วนมากเป็นการจัดประชุมโดยสมาคมในระดับนานาชาติ ซึ่งจำเป็นต้องใช้เวลาเตรียมการไม่ต่ำกว่า 2 ปี และมีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมตั้งแต่ 300-15,000 คน

4. นิทรรศการ (E = Exhibition) คือ การจัดประชุมรูปแบบนิทรรศการงานแสดงสินค้าและบริการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อขายสินค้าและบริการให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งผู้ประกอบการ และลูกค้าทั่วไปได้โดยตรง

ในการดำเนินการวิจัยการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาโดยแบ่งกลุ่มเป็น

Meetings การจัดประชุม	ใช้ตัวอักษรย่อ M
Incentive Travel การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ใช้ตัวอักษรย่อ I
Convention การประชุมวิชาชีพ	ใช้ตัวอักษรย่อ C
Exhibition นิทรรศการ	ใช้ตัวอักษรย่อ E

2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจไมซ์ เป็นธุรกิจแขนงหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญต่อประเทศอย่างยิ่ง เพราะรายได้จากการจัดกิจกรรมของธุรกิจไมซ์จัดอยู่ในรายได้ของภาคบริการในบัญชีเดินสะพัดของประเทศที่ค่อนข้างสูงมาก ทำให้ดุลยภาพการบริการ

เกินดุลและส่งผลให้ดุลการชำระเงินของประเทศปรับตัวดีขึ้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้วย ความสำคัญของธุรกิจไมซ์พอจะสรุปได้ 14 ประการ คือ

1. สามารถสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ทำให้ดุลการชำระเงินดีขึ้น แม้ว่าดุลการค้าจะขาดดุบบ้างก็ตาม ก็สามารถนำรายได้ไปชดเชยส่วนที่ขาดดุลการค้าได้

2. ช่วยสร้างอาชีพและการกระจายรายได้สู่ธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจไมซ์จะต้องอาศัยองค์ประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย เป็นต้น และภาคธุรกิจโดยตรงอื่นๆ เช่น โรงแรม สถานที่จัดประชุม ผู้จัดงานการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer-PCO) ผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer-PEO) และบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company-DMC) เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้กระจายผลประโยชน์ไปยังธุรกิจอื่นๆ ที่เชื่อมโยงทั้งภาคการผลิตและภาคบริการ ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพในวงกว้าง สร้างโอกาสการพัฒนาทางอาชีพของหน่วยงานหรือสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

3. ช่วยสร้างรายได้ทางอ้อมให้กับผู้ที่อยู่ในสาขาอาชีพอื่นๆ เช่น ร้านอาหารของที่ระลึก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม ร้านขายหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

4. ช่วยสร้างรายได้ให้รัฐในรูปแบบของภาษีเงินได้จากรายรับของธุรกิจไมซ์และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง

5. ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศที่เป็นเจ้าภาพ เนื่องจากประเทศที่ถูกเลือกให้เป็นเจ้าภาพจะต้องเป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดี เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศและทำให้ประเทศเจ้าภาพนั้นเป็นที่รู้จักมากขึ้น

6. การประชาสัมพันธ์ให้แก่ประเทศเจ้าภาพ แม้ว่าผู้ที่เข้ามาร่วมกิจกรรมไมซ์จะมีวัตถุประสงค์หลักในเชิงธุรกิจ แต่หากมีความประทับใจและได้รับประสบการณ์ที่ดี ย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้เดินทางกลับเข้ามาท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยบอกต่อญาติมิตรให้มาท่องเที่ยวด้วย อันเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ให้แก่ประเทศนั้นเป็นอย่างดี อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศเจ้าภาพอีกด้วย

7. ช่วยพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การจัดกิจกรรมไมซ์ทำให้เกิดการอบรมเสริมสร้างความรู้ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ร่วมงาน อีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้นบริษัทผู้จัดจะได้รับประโยชน์ทั้งด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและการเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ร่วมงานให้เกิดขึ้นภายในองค์กร อันจะ

นำไปสู่ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างผลงานที่มีคุณภาพของบุคลากรในระดับองค์กร และจะนำผลดีไปสู่ประเทศในการสร้างระบบเศรษฐกิจระดับมหภาคได้

8. การกระตุ้นให้มีการเพิ่มมาตรฐานอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ทุกด้าน เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้ามาร่วมงาน ที่จะทำให้ได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจให้จัดกิจกรรมไมซ์ในครั้งต่อไปในอนาคต

9. สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในด้านการพัฒนาและลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ กำหนดมาตรฐานการฝึกอบรมและการดำเนินการตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์

10. ช่วยสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เป็นกลุ่มที่มีคุณภาพและมีฐานะ จึงทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีมากกว่านักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน อันเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศที่เป็นเจ้าภาพ

11. สามารถสร้างโอกาสในการขยายฐานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระดับบน ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะรักษาและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของประเทศที่ได้ท่องเที่ยวได้ดีกว่านักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เนื่องจากส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์นั้นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงและเป็นผู้นำด้านความคิด

12. ช่วยสร้างโอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ด้านวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดประชุม การจัดงานแสดงสินค้า และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ที่มีการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาสู่ประเทศ ทำให้คนในประเทศนั้นๆ ได้มีโอกาสเรียนรู้วิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อให้ทันต่อความก้าวหน้าของเหตุการณ์ของโลก

13. ช่วยให้ประชาชนทั่วไปได้รับประโยชน์จากการลงทุนของรัฐ เมื่อเกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ ทำให้รัฐจะต้องลงทุนในส่วนโครงสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับธุรกิจไมซ์ ย่อมส่งผลให้ประชาชนทั่วไปได้รับประโยชน์ด้วย

14. ช่วยสร้างตลาดทางธุรกิจและการท่องเที่ยวแบบใหม่ เมื่อได้จัดกิจกรรมไมซ์ประสบความสำเร็จ จะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและธุรกิจใหม่ๆ เข้าสู่ประเทศเพิ่มมากขึ้น นับเป็นการช่วยขยายตลาดธุรกิจและการท่องเที่ยว

2.1.3 ผลกระทบของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554) ได้กล่าวว่า ธุรกิจไมซ์ (MICE Business) ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้แก่ประเทศที่จัดธุรกิจไมซ์ และในขณะเดียวกันธุรกิจไมซ์ก็ยังส่งผลกระทบต่อประเทศที่จัดธุรกิจไมซ์เช่นกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ 6 ประการคือ

1. ส่งผลให้เกิดปัญหาสภาพแวดล้อม เนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ย่อมเกิดการทำลายธรรมชาติเพื่อสร้างที่พัก ร้านอาหาร ฯลฯ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ ซึ่งทำให้ธรรมชาติที่เคยสวยงามเริ่มถูกทำลายไป สำหรับแนวทางป้องกันแก้ไขก็คือ ควรแบ่งพื้นที่ของป่าไม้ที่ไม่เปราะบางหรือกระทบสิ่งแวดล้อมมากนักมาเป็นที่พัก ร้านอาหาร และบริการอื่นๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว หากจำเป็นต้องตัดต้นไม้ ก็ควรปลูกต้นไม้ทดแทนต้นที่ตัดไป

2. ก่อให้เกิดปัญหาขยะมูลฝอย เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ย่อมต้องมีการใช้วัตถุดิบต่างๆ มากขึ้นตาม เช่น ถุงพลาสติก กระดาษ กล่องโฟม แก้วพลาสติก ขวดน้ำ เป็นต้น ล้วนทำให้เกิดปัญหาขยะมูลฝอยล้นเมือง แนวทางป้องกันแก้ไขคือ ควรจัดภาชนะรองรับขยะมูลฝอยให้เพียงพอ ถ้าสามารถแยกแยะขยะมูลฝอยตามแต่ละประเภทได้ยิ่งดี ควรมีวิธีการและระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่มีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้ส่งผลทำลายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ยังต้องช่วยกันรณรงค์ให้เกิดขยะมูลฝอยน้อยที่สุด

3. ก่อให้เกิดปัญหาค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างถนน สร้างสนามบิน สร้างที่พัก สร้างร้านอาหาร ล้วนต้องใช้เงินทุนในการสร้างและค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาเป็นจำนวนมาก ยิ่งสินค้าหรือวัสดุบางชนิดต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ยิ่งทำให้ต้องเสียเงินมากขึ้น แนวทางป้องกันแก้ไขก็คือ พยายามใช้สินค้าและวัสดุภายในประเทศให้มากที่สุดในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

4. ก่อให้เกิดมลภาวะเป็นพิษ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ก็ต้องมีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากขึ้น ย่อมก่อให้เกิดมลภาวะเป็นพิษมากขึ้นตามด้วย เช่น การปล่อยน้ำเสียจากธุรกิจท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหารต่างๆ ย่อมก่อให้เกิดมลภาวะเป็นพิษทางน้ำ หรือการปล่อยควันพิษของธุรกิจขนส่งประเภทต่างๆ ย่อมก่อให้เกิดมลภาวะเป็นพิษทางอากาศ เป็นต้น แนวทางป้องกันแก้ไขก็คือ การออกกฎหมายห้ามปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำ การออกกฎหมายควบคุมไม่ให้ปล่อยควันพิษจากท่อไอเสียของพาหนะมากเกินไป และต้องมีการลงโทษอย่างจริงจังต่อผู้ฝ่าฝืน

5. ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ต้องมีผู้ทำหน้าที่ให้บริการมากขึ้น และต้องรับผิดชอบให้บริการที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วย ทำให้ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติงานรับผิดชอบมีเวลาให้กับครอบครัวน้อยลง ส่งผลให้ความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวลดน้อยลง อาจทำให้ลูกเสเพลสิ่งเสพติดหรือประพฤติในสิ่งที่ผิด แนวทางการแก้ไขปัญหาก็คือ ควรแบ่งหน้าที่ให้คนในครอบครัวให้เหมาะสม หาเวลาพักผ่อนกับครอบครัวบ้าง เพื่อลดปัญหาความสัมพันธ์กับครอบครัวที่อาจจะตามมา

6. ก่อให้เกิดปัญหาทางวัฒนธรรม เมื่อมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาด้วย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาหารการกิน มารยาททางสังคม ทำ

ให้ความเป็นไทยเริ่มหายไป แนวทางป้องกันแก้ไขปัญหาก็คือ ต้องมีการสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนท้องถิ่นอนุรักษ์วัฒนธรรมของตนอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งเผยแพร่ให้ชาวต่างชาติได้รับรู้วัฒนธรรมประเพณีของไทยเพิ่มมากขึ้น

2.1.4 ปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยว

วินิจ วีรยางกูร (2532) ได้ระบุปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวไว้ 6 ปัจจัย ได้แก่

1. การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิต

การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตที่เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้คนในช่วงวัยหนุ่มสาวเริ่มมีการประหยัดเงินส่วนหนึ่งในการซื้อเครื่องแต่งกาย ช้อบบ้าน ลงทุนในธุรกิจ ฯลฯ เพื่อนำเงินที่ประหยัดได้มาใช้ในการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้คนเริ่มมีครอบครัวช้าลง และมีครอบครัวขนาดเล็กไม่มีบุตรมาก หรือบางคนไม่คิดจะแต่งงานเลย ด้วยสาเหตุนี้จึงทำให้คนมีเงินออมเพื่อนำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวได้

2. รายได้ครอบครัวเพิ่มขึ้น

ในปัจจุบันผู้หญิงหรือแม่บ้านออกมาทำงานมากขึ้น มีรายได้สูงขึ้น จึงทำให้เกิดตลาดใหม่ ๆ ขึ้น โดยเฉพาะตลาดท่องเที่ยว ซึ่งมีสินค้าประเภทสมัยนิยมกิจการร้านอาหารและภัตตาคาร ฯลฯ เพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดส่วนนี้ ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อที่จะเข้ามามีบทบาทในการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ ยิ่งไปกว่านั้นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ก็ได้รับการพัฒนามากขึ้นเพื่อตอบสนองตลาดเหล่านี้

3. การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

แม้ว่าเศรษฐกิจโดยทั่วไปในอุตสาหกรรมทั้งหลายจะประสบกับการตกต่ำในช่วง พ.ศ. 2513 เมื่อเทียบกับช่วงที่ผ่านมาก็ตาม แต่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของโลกโดยภาพรวมก็นับว่าเป็นที่น่าพอใจ แม้ว่าเศรษฐกิจของโลกในระยะหลังนี้มีภาวะเติบโตทรงตัวและทรุดตัวเป็นบางครั้งสลับกันไป แต่รายได้และประสิทธิภาพในการผลิตก็สูงขึ้นอย่างเป็นที่น่าพอใจ เพราะสาเหตุนี้เองการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเจริญเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวลดลง

ในปี พ.ศ. 2520 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวลดลงอย่างรวดเร็ว เมื่อเทียบกับสินค้ายังชีพประเภทอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉพาะค่าโดยสารเครื่องบินลดต่ำลงมาก เนื่องจากบริษัทการบินมีนโยบายส่วนลดแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มหรือนักท่องเที่ยวเหมาจ่าย จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับกลางสามารถเดินทางท่องเที่ยวระยะไกลได้

5. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศที่เปลี่ยนไปมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีเงินตราสกุลแข็งจะเดินทางไปยังประเทศที่มีเงินตราสกุลอ่อนกว่า

6. สภาวะแวดล้อมทางการเมืองและรัฐบาล

เมื่อสภาวะแวดล้อมทางการเมืองสงบ การท่องเที่ยวก็จะสูงขึ้น แต่ถ้าสภาวะแวดล้อมทางการเมืองไม่สงบการท่องเที่ยวก็จะลดลง แต่ในยุคนับจากสภาพแวดล้อมทางการเมืองของโลกอยู่ในระดับที่น่าพอใจ ราคาน้ำมันในตลาดโลกก็เอื้ออำนวย ธุรกิจการบินมีมาตรการควบคุมน้อยลง ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จึงเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจจะเจริญเติบโตไปอีกนาน

2.2 แนวคิดทฤษฎีความพร้อมและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมาย

วีรยา เอี่ยมวิบูลย์ (2540) ได้ให้ความหมายของคำว่าศักยภาพของบุคคล และองค์การ หมายถึง การแสดงความสามารถที่มีอยู่ปรากฏเมื่อมีโอกาสที่จะกระทำได้ในระดับบุคคล และระดับองค์การภายในขอบเขตอำนาจหน้าที่กฎหมายกำหนด

สุวัฒน์ ตูลากร (2541) สรุปความหมายของ ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถในการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์การ เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ลักษณะความสามารถเป็นสิ่งที่อยู่ในองค์กรนั้นๆ ซึ่งจะถูกนำมาใช้ตามสถานการณ์ที่ผู้นำ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกำหนด เพื่อให้เกิดผลผลิตตามที่ต้องการ

วนิดา พ้าอรุณ (2547) กล่าวว่าศักยภาพการบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการภายใต้เงื่อนไขของทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และความสามารถในการพัฒนาให้เกิดความเจริญก้าวหน้าได้

คำว่า “ศักยภาพ” หมายถึงความสามารถหรือความพร้อมในตัวเองของสิ่งหนึ่งสิ่งใด ที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง การจัดการหรือการเข้าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ขึ้น ฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจึงมีศักยภาพหรือความสำคัญของตัวเองแตกต่างกันออกไป การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ต่าง ๆ จำเป็นต้องพิจารณาถึง ความพร้อมหรือความสามารถของสถานที่ว่ามีมากน้อยเพียงใด สมควรต่อการพัฒนา ปรับปรุงอย่างไร ซึ่งหากมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมากในพื้นที่นั้น ๆ จำเป็นที่จะต้องคัดเลือกเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ หรือความสามารถในการรองรับการพัฒนาได้สูงมาดำเนินการพัฒนาก่อนในลำดับแรก ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสมในข้อจำกัดทางด้านเครื่องมือ บุคลากร และงบประมาณเป็นสำคัญ (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. 2532 อ้างอิงใน จุฑามาศ ไชยศรี. 2536)

ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปความหมายของคำว่าศักยภาพได้ว่า หมายถึง ความพร้อมหรือความสามารถที่มีอยู่ในบุคคล ภายใต้งานของอำนาจหน้าที่หรือทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายตามที่ต้องการ

2.2.2 ความสำคัญ

นิตา ชัชกุล (2550) ได้กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแต่ละประเทศต่างก็มีการพัฒนาเจริญเติบโตเรื่อยมา มีการลงทุนก่อสร้างสิ่งต่างๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว และบางสิ่งก็สามารถนำมาทำให้เกิดประโยชน์ได้โดยไม่ต้องลงทุน เพียงแต่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้บริการ โดยไม่ได้มีการวางแผนการอนุรักษ์ไว้ จนเกิดปัญหาซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งมนุษย์ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิตวัฒนธรรมและประเพณี หรือก็คือทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่อการท่องเที่ยว เพราะสิ่งแวดล้อม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญกับวิถีชีวิตของมนุษย์ที่อาศัยอยู่ในชุมชนเป็นอย่างยิ่ง ชุมชนใดมีสิ่งแวดล้อมที่ดี การท่องเที่ยวก็เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว สามารถให้ความรื่นรมย์แก่กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สภาพอากาศเหมาะสมตามฤดูกาล มีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็เทศกาล ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น รวมไปถึงสถาปัตยกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และมีการลงทุนสร้างเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

จากเหตุผลดังกล่าวจะเห็นว่าสิ่งแวดล้อมมีประโยชน์และมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ย่อมนำไปสู่การสูญเสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น มีมลภาวะอากาศเป็นพิษ เช่นที่เคยเกิดในเมืองพัทยา และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ นักท่องเที่ยวจะหนีจากแหล่งท่องเที่ยวที่สกปรกและแออัด โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง จนเป็นผลให้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เหลือแต่นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต่ำ ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจ คือรายได้การท่องเที่ยวลดลง

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2529 อ้างอิงใน จุฑามาศ ไชยศร. 2536) ได้เสนอหลักเกณฑ์พิจารณาและกำหนดศักยภาพ หรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ 1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความสวยงาม ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิตที่มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ 2) ความสะดวกในการเข้าถึง คือ ความพร้อมของสภาพเส้นทางท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว 3) สิ่งอำนวยความสะดวก คือ สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว 4) สภาพแวดล้อม คือ สิ่งรอบข้างของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว 5) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว คือ อุปสรรคในการเลือกใช้สถานที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย 6) ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยว

2.2.3 องค์ประกอบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นั่นถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลักอย่างหนึ่ง ที่จะนำเอาสินค้าและบริการหลากหลายอย่างมารวมกัน จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญอย่างน้อย 3 องค์ประกอบ หรือ 3 A's ดังต่อไปนี้คือ

1) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นสิ่งที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวและ สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความอยากเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ได้ อาจเป็นสิ่งที่ให้ความรู้หรือความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน แต่ละกลุ่ม สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมี 6 อย่างคือ

1.1 ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพอันสวยงามตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา แม่น้ำ ลำคลอง ทะเล น้ำตก หน้าผา บ่อน้ำพุร้อน เกาะแก่ง อุทยาน ทะเลสาบ ถ้ำ ถ้ำน้ำ หาดทราย หาดแหลม เป็นต้น

1.2 ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศบริสุทธิ์สดชื่น อากาศเย็นสบายปลอดโปร่งหรือไม่หนาวจัดหรือร้อนจัดจนเกินไป เป็นต้น

1.3 คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น สิ่งที่น่าสนใจด้านประวัติศาสตร์หรือมรดกทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี อนุสาวรีย์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สถาบันทางการเมือง สถาบันทางการศึกษา วัดหรือศาสนสถาน คู่มือเมือง กำแพงเมือง อนุสรณ์สถาน ชุมชนโบราณ เป็นต้น

1.4 วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น มีชนบทธรรมเนียมประเพณี ศิลปกรรม งานเทศกาลหรืองานประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน การประกอบอาชีพ ศูนย์วัฒนธรรม การทำนา การทำไร่ เป็นต้น

1.5 สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสนุก สวนสัตว์ โรงละคร ชีวิตยามราตรี โรงแรม หอศิลป์ สนามกีฬา สถานเริงรมย์ การแสดงต่างๆ ศูนย์การค้า สนามกอล์ฟ โบลิ้ง สนามเทนนิส สวนพฤกษศาสตร์ สวนหย่อม ศูนย์สุขภาพอนามัย สวนสาธารณะ เป็นต้น

1.6 กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การขี่ช้าง การดูนก การปีนเขา การเที่ยวถ้ำ การเที่ยวน้ำตก การล่องแพ การพายเรือ การดำน้ำ การชมสวนดอกไม้ การชมสวนผลไม้ การชมพื้นที่ปลูกพืชไร่ การขี่จักรยาน เป็นต้น

2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาใน 6 ด้านด้วยกันคือ

2.1 ประเภทของการคมนาคมขนส่งที่จะให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาว่าจะใช้การขนส่งประเภทใดเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นๆ จึงจะเหมาะสม หรือจะใช้ขนส่งหลายประเภท

ร่วมกันไป เช่น การขนส่งด้วยรถยนต์ การขนส่งด้วยรถไฟ การขนส่งด้วยเรือ การขนส่งด้วยเครื่องบิน เป็นต้น

2.2 เส้นทางการขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงสภาพการเดินทาง ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความปลอดภัย และความมีมาตรฐานดีในระดับสากลของเส้นทางที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.3 การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงจำนวนที่เพียงพอ มีคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความสะดวกสบาย รวดเร็วและความปลอดภัยของรถสาธารณะและรถนำเที่ยวที่จะให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว

2.4 แบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยพิจารณาถึงยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะทั้งกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่ ทั้งการเดินทางของนักท่องเที่ยวแบบส่วนตัวและแบบครอบครัว

2.5 บริเวณที่อำนวยความสะดวกให้แก่ยานพาหนะ เช่น สถานีขนส่ง ที่จอดรถ ที่ล้างรถ ที่ซ่อมแซมบำรุงรักษารถ เป็นต้น

2.6 ปัญหาการจราจรที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงปัญหาการจราจรที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาที่จอดรถ ปัญหาจราจรติดขัด ปัญหาเรื่องเสียงรบกวนนักท่องเที่ยว ปัญหาอากาศเป็นพิษ เป็นต้น

3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นให้เกิดความสะดวกสบายและความประทับใจอย่างสูงสุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากท่องเที่ยวมาวันขึ้น หรือกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวมี 4 ด้านคือ

3.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยที่จำหน่ายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พักนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาหรือซุ้มนั่งคอย ร้านค้า ร้านอาหาร บ้านพักพนักงาน เป็นต้น

3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยซุ้มประตูเข้า บ้าย เครื่องหมาย ลานกิจกรรม สวนหย่อม กระถางและที่ปลูกต้นไม้ ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้ ระบบแสงสว่าง ระบบน้ำใช้ ระบบกำจัดของเสียและน้ำเสีย ระบบจัดขยะมูลฝอย รั้ว กำแพง สะพาน ชันบันได เป็นต้น

3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ภายในแหล่งท่องเที่ยวความปลอดภัยจากการหลงทางภายในแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

3.4 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงจุดที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายชี้ทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเตือนอันตราย นักท่องเที่ยว ป้ายชี้ทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเตือนอันตรายนักท่องเที่ยว ป้ายประกาศอื่นๆที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวทราบ เป็นต้น

กฤษฎ เตชะประเสริฐ (2556) ได้กล่าวไว้ว่า ความรู้เรื่ององค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ นักวิชาการได้อธิบายไว้ นั้นมีความสอดคล้องสัมพันธ์กันกับทฤษฎี 5A's ของ Tourism Western Australia ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) รวมถึงกิจกรรมที่จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก และกิจกรรมการประชุม Meeting, Incentive, Exhibition, Convention (MICE) นอกจากนี้ยังมี สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions) และ สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2) กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ (Activities) ที่ นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่มาพักผ่อนและท่องเที่ยวในสถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ หรือ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดูนก กิจกรรมส่องสัตว์ และกิจกรรมแสง สี เสียง ในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ เป็นต้น

3) การเข้าถึง (Accessibility) สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดโดยพิจารณาจากระยะทาง จากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่า เป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยางลูกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำ ลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด ค่าเดินทางราคาแพงมากน้อยเพียงใด ดังนั้น สิ่งที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึง อาจพิจารณาได้จากความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสภาพถนน การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่เที่ยวบิน การตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ และสภาพถนนหนทาง นอกจากนั้นการเข้าถึงใน

แหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น

4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้ เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวก อาจพิจารณาได้จากระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) เช่น ร้านอาหาร ร้านค้าต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ร้านขายของ บริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก รวมไปถึงการบริการอื่นๆ เช่น ร้านตัดผม ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ร้านเช่ารถ สาธารณูปโภค ตู้เอทีเอ็ม สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ฯลฯ

5) ที่พัก (Accommodation) สถานที่ที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและมีคุณภาพในการบริการ ที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักรในแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ ฯลฯ

ธรรมนูญที่ 11 ของรัฐธรรมนูญ (2512 อ้างอิงใน จุฑามาศ ไชยศร. 2536) ได้แบ่งองค์ประกอบที่สำคัญที่นำมาเป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 4 อย่าง คือ

1) ปัจจัยจูงใจหลักของการท่องเที่ยว พิจารณาจากความสำคัญของสถานที่ตั้งและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว นั้นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหลาย ๆ ด้าน เช่น ความต้องการทางด้านความสงบ ความสนุกสนานตื่นเต้น การสร้างประสบการณ์และความจริง ซึ่งปัจจัยจูงใจหลักแบ่งได้ 3 ชนิด คือ

1.1 ปัจจัยจูงใจด้านธรรมชาติ (Natural Assets) ได้แก่ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ น้ำตก เป็นต้น

1.2 ปัจจัยจูงใจทางด้านประวัติศาสตร์และศาสนา (Historical and Religions Assets) ได้แก่ แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี วัด อนุสาวรีย์ พระราชวัง เป็นต้น

1.3 ปัจจัยจูงใจทางด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Contemporary Human Product) ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม งานประเพณี งานฝีมือ การดำเนินชีวิต เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์หรือเป็นบริเวณที่มีสิ่งดึงดูดใจอยู่ใกล้กันเป็นกลุ่ม เป็นข้อที่น่าพิจารณาถึงความได้เปรียบด้วย

2) ปัจจัยประกอบ ได้แก่ คุณค่าดึงดูดใจของสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และลักษณะภูมิทัศน์อันเป็นเอกลักษณ์ สภาพเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสะท้อนเท่าที่ พฤติกรรม และสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ทั้งทางด้าน ใจผู้ร้าย ภัยธรรมชาติ และการเมือง

3) ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกมาตรฐานในเรื่องที่พักและอาหารแก่นักท่องเที่ยว การติดต่อเข้าใจในภาษา การให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบันเทิง และร้านค้าของที่ระลึก

4) ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม จะต้องพิจารณาถึงโครงข่ายการคมนาคม ทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ ที่สะดวกสบาย บริการสาธารณะ เช่น ไฟฟ้า น้ำใช้การ ระบายน้ำ การกำจัดสิ่งโสโครก ตลอดจนระบบสื่อสารโทรคมนาคม

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2532 อ้างอิงใน จุฑามาศ ไชยสร. 2536) ได้เสนอถึงหลักเกณฑ์การพิจารณาและกำหนดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลักๆ ดังนี้

1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม เอกลักษณ์ความเด่นชัดของแหล่งท่องเที่ยว ความเก่าแก่ของประวัติความเป็นมา ความสำคัญทางความเชื่อและศาสนา บรรยากาศสภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิตโดยรอบ เป็นต้น

2) สภาพการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทาง ลักษณะการเดินทางใช้ชีวิต ระยะเส้นทางจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร-เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

4) สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ควัน ระบบนิเวศ และสภาพแวดล้อมอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียง

5) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดทางพื้นที่ ข้อจำกัดทางการบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

6) การเป็นที่รู้จักในปัจจุบัน ได้แก่ การเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยวของจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

ซึ่งข้อเสนอของ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ ที่ได้กล่าวมานั้นคล้ายคลึงกับ เกณฑ์การประเมิน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของ (คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. ม.ป.ป อ้างอิงใน จุฑามาศ ไชยศร. 2536) มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ทำการศึกษาศักยภาพเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัด สุพรรณบุรี อ่างทอง ลพบุรี สระบุรี โดยตั้งเกณฑ์ประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งประเภท ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนสถาน ซึ่งประกอบด้วยเกณฑ์ต่อไปนี้

- 1) ประเมินค่าและพิจารณาจากสิ่งแวดล้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว
- 2) ประเมินค่าและพิจารณาความพร้อมในการพัฒนา ซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างรองรับพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ความสนใจของคนในท้องถิ่น ความปลอดภัย
- 3) ประเมินค่าและพิจารณาจากแรงดึงดูด ประกอบด้วย ลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยวตามความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว
- 4) ประเมินค่าและพิจารณาจากภูมิทัศน์ที่รองรับ
เกียร์ง์ สวอร์ด และวาร์ (Gearing Sword & Var.1976 อ้างอิงใน จุฑามาศ ไชยศร. 2536) ได้เสนอเกณฑ์ในการวัดความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศตุรกีไว้ 17 ตัวแปร แล้วรวมเป็น 5 กลุ่ม คือ
 - 1) กลุ่มธรรมชาติ ได้แก่ ความงามทางธรรมชาติ และสภาพภูมิอากาศ
 - 2) กลุ่มสังคม ได้แก่ งานประเพณี ลักษณะเด่นของพื้นบ้าน งานแสดงสินค้า หรือ นิทรรศการ และทัศนคติของชาวบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยว
 - 3) กลุ่มทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ซากโบราณ ความสำคัญทางศาสนา และเอกลักษณ์ ความเด่นชัดทางประวัติศาสตร์
 - 4) ด้านความบันเทิงและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการศึกษา สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ การพักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน ร้านขายสินค้า
 - 5) โครงสร้างพื้นฐานอาหารและที่พัก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานเพื่อ นักท่องเที่ยว ร้านอาหารและที่พัก

2.3 ทฤษฎีรูปแบบการท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ชัยวัฒน์ ไทยง (2529 อ้างอิงใน สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล. 2548) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายหลายประการและบางครั้งถูกใช้ปะปนไปกับคำอื่นๆ ในความหมายคล้ายๆ กัน เช่น การเดินทางหรือไปทัศนอาจร เป็นต้น ดังนั้นจึงมีผู้พยายามให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวให้ชัดเจนเฉพาะลงไปโดยกำหนดเป็นหลักเกณฑ์พิจารณาต่างๆ ขึ้นในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าเป็นการเดินทางเพื่อความสำราญใจ และในความหมายนี้ นักท่องเที่ยว (Tourist) ก็คือ ผู้ที่เดินทางจากจุดหนึ่ง เพื่อไปหาสันทนาการ หรือเพื่อความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น

พอนด์ (1993 อ้างอิงใน สิริกร เลิศลักษณ์ธาร. 2559) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการและการอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสนุกสนานในการเดินทาง

มิลล์ (1990 อ้างอิงใน สิริกร เลิศลักษณ์ธาร. 2559) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

สตีเวน (1985 อ้างอิงใน สิริกร เลิศลักษณ์ธาร. 2559) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ต่างกัน หรือเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมายังสถานที่เดิม

ดูย ชุมสาย (2527 อ้างอิงใน สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล. 2548) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง เป็นความสัมพันธ์เบ็ดเสร็จ และปรากฏการณ์ทั้งหลาย ทั้งส่วนที่เกี่ยวข้องโยงกับการพักอาศัยอยู่อย่างชั่วคราวของคนต่างถิ่นที่พักอยู่ การเดินทางที่นับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีเงื่อนไขอย่างน้อย 3 ประการ คือ 1) ต้องเป็นการชั่วคราว 2) ต้องเป็นไปตามความสมัครใจของผู้เดินทาง 3) ต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้

องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1) การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง โดยใช้ยานพาหนะในระยะใกล้หรือไกล ด้วยความสมัครใจและไม่ใช่เพื่อสินจ้าง

2) จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง จุดหมายปลายทางที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางไป โดยใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่เป็นการชั่วคราว ซึ่ง ณ สถานที่นั้นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกและการบริการที่เพียงพอในการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

3) ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยไม่ใช้การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งสามารถมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548)

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (ม.ป.ป อ้างอิงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน จากความหมายดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวต้องมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการคือ

- 1) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวรไปยังที่สถานที่ต่างๆ
- 2) การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่างคือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและพักค้างคืน
- 3) การเดินทางและการพักค้างคืนนั้นจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำและในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะต้องแตกต่างไปจากผู้นั้นในท้องถิ่นนั้น
- 4) การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้นโดยมีแผนจะเดินทางกลับภายใน 180 วัน
- 5) จุดหมายทางที่เดินทางไปจะต้องเพื่อการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมเยือนเท่านั้นไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวรหรือการทำงาน

จากข้อความข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งโดยไม่เป็นการพำนักอยู่อย่างถาวรหรือประกอบอาชีพ โดยเป็นการเดินทางตามความสมัครใจของผู้เดินทาง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกัน และมีกิจกรรมที่สามารถให้บริการและอำนวยความสะดวก รวมถึงสร้างความสำราญใจ ประทับใจให้แก่ผู้ไปเยือน

2.3.2 รูปแบบการท่องเที่ยว

- 1) รูปแบบการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทาง

สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส (2544 อ้างถึงใน ฉันทิช วรรณถนอม. 2552) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวลักษณะการจัดการเดินทาง แบ่งเป็น 2 รูปแบบใหญ่ ตามลักษณะของการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยว คือการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ และการท่องเที่ยวแบบอิสระ

1.1 การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Individual Tourism) เป็นรูปแบบของการนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวซื้อรายการนำเที่ยว (Package Tour) จากบริษัทนำเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยว 11-15 คนขึ้นไป อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ

การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะอาจมีนักท่องเที่ยวน้อยกว่า 11-15 คน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจของบริษัทนำเที่ยว อาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจัดสรรบริการเพียงบางสิ่งบางอย่างเท่านั้นหากเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมการเดินทางเป็นหมู่คณะในราคาพิเศษที่มีการจ่ายล่วงหน้า โดยไม่มีเงื่อนไขว่าคณะดังกล่าวจะต้องเดินทางโดยเที่ยวบินเดียวกันทั้งไปและทั้งกลับ ตลอดจนใช้เวลาการเดินทางทั้งหมดในการเดินทางร่วมกัน เรียกว่า การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแบบจ่ายเบ็ดเสร็จ (Group Inclusive Tour: GIT หรือ All inclusive: AIT) โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เป็นหมู่คณะ โดยรถนำเที่ยว โดยมีมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้นำทาง และบรรยายเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวลักษณะนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาท่องเที่ยวสถานที่นั้นเป็นครั้งแรก (First Visitor) และยังไม่คุ้นเคยกับสถานที่นั้นๆ มาก่อน เหตุผลที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกการเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ มีดังนี้

1) ประหยัดเงิน เนื่องจากการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นแบบเหมาจ่าย และมีจำนวนผู้เดินทางมาก บริษัทนำเที่ยวจึงสามารถให้ราคาพิเศษแก่นักท่องเที่ยวได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็ได้รับบริการที่ถูกต้องกว่าการเดินทางด้วยตนเอง

2) มีเพื่อนร่วมทาง นักท่องเที่ยวที่ต้องเดินทางคนเดียวไปในสถานที่แปลกใหม่ ก็จะไม่รู้สึกโดดเดี่ยว และรู้สึกปลอดภัย เมื่อเดินทางเป็นหมู่คณะไปกับบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ อาจได้เพื่อนใหม่ที่มีรสนิยมและความสนใจใกล้เคียงในคณะที่เดินทางไปด้วยกัน

3) ความเหมาะสมคล่องตัว โดยเฉพาะในเรื่องการวางแผนและการเดินทาง เนื่องจากการเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัทนำเที่ยวจะมีการวางแผนและเตรียมตัวล่วงหน้า รวมทั้งการดูแลเรื่องความปลอดภัยและปัญหาเฉพาะหน้าที่จะเกิดขึ้นโดยผู้จัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงไม่ต้องเสียเวลาในการตัดสินใจหรือแก้ปัญหาใดๆ ในระหว่างการท่องเที่ยวจึงรู้สึกสบายและท่องเที่ยวได้เต็มที่

4) ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร หากเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีภาษาและวัฒนธรรมแตกต่างจากตัวนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวไม่สามารถสื่อสารภาษานั้นได้ การเดินทางเป็นหมู่คณะซึ่งไปกับบริษัทนำเที่ยวจะสามารถช่วยลดปัญหาดังกล่าวได้

5) สิทธิพิเศษที่ได้รับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเป็นหมู่คณะอาจได้รับสิทธิพิเศษบางอย่าง เช่น การเยี่ยมชมสถานที่บางแห่งจะเปิดให้แก่บุคคลบางคณะเท่านั้น หรือการเดินทางไปกับบุคคลสำคัญในคณะที่บริษัทจัดหามาให้ เป็นต้น

1.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT-Foreign Individual Tourism) เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตนเอง หรืออาจใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวใน

การอำนวยความสะดวกบางส่วน เช่น การจองตั๋วเครื่องบิน การจองที่พัก เป็นต้น การวางแผนการท่องเที่ยวและการจัดเวลาที่จะเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น เป็นความรับผิดชอบของตัวนักท่องเที่ยวหรือบริษัทสามารถจัดให้ได้ตามความเหมาะสม สำหรับเหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ มีดังนี้

1) มีความเป็นส่วนตัวสูง และความสามารถยืดหยุ่นเวลาได้ตามต้องการ ทั้งหากเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตามเวลาที่กำหนดไว้ในรายการท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โอกาสที่จะเยี่ยมชมสถานที่ที่ตนสนใจอย่างละเอียดจึงมีน้อย

2) ต้องการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าปริมาณแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน กล่าวคือ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ นักท่องเที่ยวมักจะไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่นักท่องเที่ยวไม่ได้ศึกษาสถานที่นั้นอย่างละเอียด หรือขาดโอกาสที่จะได้เรียนรู้วัฒนธรรม หรือรู้จักกับคนในท้องถิ่นได้เต็มที่ นักท่องเที่ยวจึงได้เพียงสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองไปเยือนได้เพียงผิวเผิน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเองจะมีโอกาสในการสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือนได้อย่างลึกซึ้ง ตามความต้องการ เนื่องจากมีเวลามากและสามารถวางแผนการเดินทางได้ด้วยตนเอง

2. รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทางและถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว

ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ได้กล่าวว่า การจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เป็นการจัดแบ่งเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวและการศึกษาผลทางเศรษฐกิจที่จะเกิดจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักต่างกัน โดยสามารถจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ คือ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) และการท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism)

2.1 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปในต่างประเทศ โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้นๆ ทั้งนี้การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างจากประเทศของตน ต้องผ่านกระบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ต้องใช้ภาษาต่างประเทศและอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำทาง รูปแบบของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของการจัดนำเที่ยวใน 2 รูปแบบ คือ

2.1.1 การท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism) การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตนไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทย หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreign Traveler) ซึ่งมีถิ่นพำนักในประเทศไทย เดินทางออกไปเที่ยวยังประเทศมาเลเซีย นักท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จัดเป็นนักท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourist) ของประเทศไทย และประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่จัดส่งนักท่องเที่ยวออกไป (Generating Country)

2.1.2 การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourism) คือ การเดินทางมาท่องเที่ยวของบุคคลที่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติมาเลเซีย (Malaysian Tourist) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreign Traveler) ที่มีถิ่นพำนักในมาเลเซียเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทย นักท่องเที่ยวมาเลเซียจัดเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย (Inbound Tourist) และประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่ได้รับนักท่องเที่ยว หรือเป็นแหล่งจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Destination)

การท่องเที่ยวในรูปแบบทั้งสองดังกล่าว เรียกว่า “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” (International Tourist) ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลกได้นิยามไว้ว่าเป็น “บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่มีใช้เพื่อหารายได้” ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้นิยามนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไว้ว่า คือ “บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้างตอบแทนจากประเทศนั้น ซึ่งหมายรวมถึง บุคคลที่ถือสัญชาติเดียวกับประเทศที่ตนไปเยือน แต่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น”

จากนิยามดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 3 ประเภท คือ

1) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (Foreigner) หมายถึง ชาวต่างชาติที่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศที่ตนเดินทางไปท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

2) นักท่องเที่ยวโพ้นทะเล (Overseas Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เคยมีถิ่นพำนักอยู่ในอีกประเทศหนึ่ง แล้วย้ายถิ่นพำนักหรือไปศึกษาต่อ/หรือไปทำงานยังอีกประเทศหนึ่ง (Overseas) เดินทางกลับมาเที่ยวยังประเทศถิ่นพำนักเดิม เช่น คนไทยที่ไปตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทย เราเรียกนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ว่า “คนไทยโพ้นทะเล” หรือคนอเมริกาที่มาทำงานในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

3) นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักชั่วคราวในต่างประเทศที่ไม่ใช่ถิ่นฐานเดิมของตน (Expatriate) แล้วเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น ชาวอเมริกันที่ไปทำงานในสิงคโปร์แล้วเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย หรือคนไทยที่ไปทำงานสิงคโปร์ แล้วเดินทางไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

การท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว เป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศใน 2 ทาง คือ ทั้งขาเข้าและขาออก โดยส่วนใหญ่แต่ละประเทศจะพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวขาเข้า

มากกว่าการท่องเที่ยวขาออก เนื่องจากการท่องเที่ยวขาเข้าจะเป็นแหล่งนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ ในขณะที่การท่องเที่ยวขาออกทำให้เงินตราในประเทศรั่วไหลออกนอกประเทศ ซึ่งการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มดังกล่าวจะมีผลต่อดุลการการท่องเที่ยว กล่าวคือ หากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศของคนในประเทศมากกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศนั้นก็จะเป็นลบกับภาวะดุลการขาดดุลทางการท่องเที่ยว ในทางกลับกัน หากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามา มีจำนวนมากกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศ ประเทศนั้นก็จะได้รับดุลการการท่องเที่ยวเกินดุล ยกตัวอย่างเช่นในปี พ.ศ. 2541 ประเทศญี่ปุ่นประสบกับภาวะดุลการขาดดุลทางการท่องเที่ยว 25,073 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศสูงถึง 28,815 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่กลับมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในญี่ปุ่น เพียง 3,742 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

2.2 การท่องเที่ยวในประเทศ การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เฉพาะในแต่ละประเทศนั้น ๆ โดยหมายรวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลทั้งที่มีถิ่นพำนักถาวรและมิได้มีถิ่นพำนักถาวรภายในประเทศนั้น จากนิยามดังกล่าว จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เกิดขึ้นจากการเดินทางของบุคคล 2 กลุ่ม คือ

2.2.1 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) คือ บุคคลที่เดินทางอยู่ภายในประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตน เช่น คนไทยที่มีถิ่นฐานในประเทศไทย และเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

2.2.2 นักท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourist) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งครอบคลุมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวพินทะเล และนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักชั่วคราวในต่างประเทศที่ไม่ใช่ถิ่นฐานเดิมของตนเองแล้วเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ตามที่กล่าวไว้ข้างต้น

3. รูปแบบของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ได้กล่าวว่า รูปแบบของการท่องเที่ยวที่จัดแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง เป็นการจัดแบ่งอีกรูปแบบหนึ่งที่จะพิจารณาจากจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ สามารถจัดแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ หรือเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายๆอย่างต่อไปนี้

3.1 การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน

การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน นั้นเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้เปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ที่แตกต่างออกไปจากในชีวิตประจำวันที่ทำอยู่ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการที่จะหนีหนีจากสภาพชีวิตประจำวันที่จำเจและเร่งรีบของนักท่องเที่ยว หรือหนีหนีสภาพในประเทศของตน อยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่แปลกใหม่ไปจากเดิม หรือบางครั้งก็เพียงแต่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ หรือเพื่อชมวิทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ การท่องเที่ยวแบบนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง การท่องเที่ยวในลักษณะนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั่วโลกให้ความสนใจและจัดเป็นจุดประสงค์พื้นฐานหลักของการท่องเที่ยว ทั้งนี้วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนจะแตกต่างกันในรายละเอียด และเป็นตัวระบุกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเลือก

3.2 การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

ในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และสหราชอาณาจักรประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลัก แม้ว่าการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจะมีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ก็จัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้แก่จุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจไปเยือน และนักธุรกิจนั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่สถานที่นั้น เพื่อทำธุรกิจเพียงอย่างเดียว พวกเขายังคงต้องหาโอกาสพักผ่อนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแห่งธุรกิจของตนด้วย

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการท่องเที่ยวเพื่อการจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive, Conference, Convention/Congress, and Exhibition: MICE) กิจกรรมทั้ง 4 ประเภทอาจไม่ได้มีการแบ่งแยกการจัดการออกจากกันได้อย่างชัดเจน กล่าวคือ การจัดนิทรรศการนานาชาติ ก็อาจมีการจัดประชุมแทรกอยู่ในงานก็ได้ หรือผู้ที่เดินทางแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลก็อาจเดินทางเพื่อเข้าร่วมประชุมแทรกอยู่ในการเดินทางก็ได้ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมข้างต้นประเภทใดประเภทหนึ่งจัดเป็น “นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์” ซึ่งได้แก่

- 1) ผู้ที่เข้าร่วมประชุมในระดับต่างๆ
- 2) ผู้ที่สามารถทำธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่บริษัทตั้งไว้ ซึ่งจะได้รับรางวัลเป็น

รายการเดินทางท่องเที่ยว โดยบริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด แม้ว่าการเดินทางในลักษณะนี้จะเกี่ยวข้องกับการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน

3) ผู้ที่เข้าร่วมงานนิทรรศการนานาชาติ ซึ่งรวมทั้งผู้ที่ไปออกงานนิทรรศการ และผู้เข้าร่วมชมงาน โดยส่วนใหญ่เป็นคนในแวดวงธุรกิจเดียวกัน หรือผู้ซื้อทั่วไปที่ให้ความสนใจ หรือแม้กระทั่งนักเรียน/นักศึกษาที่เข้าไปศึกษางาน การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้กำลังได้รับความนิยมทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนทั่วโลก โดยจะเริ่มมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ อย่างจริงจัง เนื่องจากการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี แสดงให้เห็นถึงความ มั่นคงแก่ประเทศของตนได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และนอกจากนี้ยังสามารถสร้างรายได้มูลค่า มหาศาลเข้าประเทศได้อีกด้วย กล่าวคือ ผู้ที่มาทำกิจกรรมดังกล่าว มักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สูงและมีความสามารถในการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้แม้ว่าผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรม ดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางที่เกี่ยวข้องในเชิงธุรกิจ แต่หากคนกลุ่มนี้มีความ ประทับใจและประสบการณ์ที่ดีต่อพื้นที่ที่ได้ไปเยือนในครั้งแรก ก็อาจเดินทางกลับไปยังพื้นที่นั้นอีกครั้ง ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหรือในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นคนที่มีการศึกษาระดับสูง และเป็นผู้นำด้านความคิด หากเลือกที่จะมาแหล่งท่องเที่ยวใด ก็ย่อมจะสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย

3.4 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นรูปแบบ ของการท่องเที่ยวที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวรู้สึกอยากจะเดินทางเพื่อท่องเที่ยว ชมบ้านเมือง หรือชม ธรรมชาติ ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวในตะวันตกมีความหลากหลายมีความ สนใจพิเศษมากไปกว่าการชมบ้านเมืองหรือการชมธรรมชาติ โดยจะครอบคลุมไปถึงการท่องเที่ยวทาง กิจกรรมด้านโบราณคดี การเล่นบอลลูน การขี่จักรยาน การล่องลำธาร การเล่นกอล์ฟ การดำน้ำ การ กีฬา เป็นต้น ความต้องการในการท่องเที่ยวที่หลากหลายและซับซ้อนมากขึ้นดังกล่าวเป็นเหตุผลหนึ่ง ที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษขึ้น

2.3.3 การจัดรายการนำเที่ยว

ฉันทิช วรรณถนอม (2547) ได้กล่าวว่า ก่อนการวางแผนงานการจัดนำเที่ยว ขอกกล่าวถึง รูปแบบการจัดรายการโดยเน้นระหว่างเส้นทางเดินทางกับจุดที่พักแรม ดังนี้

1. เป็นการจัดรายการนำเที่ยว ประมาณ 2-4 วัน โดยจะกำหนดระยะเวลาทางการ เดินทางน้อย เนื่องจากต้องการให้มีที่พักแห่งเดียวตลอดการเดินทาง โดยแต่ละวันจะเดินทางออกจาก โรงแรมในช่วงเช้า เพื่อท่องเที่ยวแล้วกลับมาพักและออกจากโรงแรม (Check in, Check Out) และ อาจจะได้ราคาที่พักและอาหารเข้าลดเป็นพิเศษ เนื่องจากพักหลายวัน การจัดในรูปแบบนี้ระยะจาก โรงแรมไปแหล่งท่องเที่ยวไม่ควรเกิน 100 กิโลเมตร เพราะไปกลับก็ 200 กิโลเมตรซึ่งถือว่ามากเกินไป และเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีเวลาเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ได้มากขึ้น ดังนั้น การจัดรายการนำเที่ยวรูปแบบนี้

ต้องจัดที่พักในบริเวณที่มีแหล่งท่องเที่ยวล้อมรอบ มักเป็นลักษณะของ City Tour หรือ Sightseeing Tour ดังภาพ

2. เป็นการจัดรายการนำเที่ยวที่ต้องสลับเปลี่ยนที่พักทุกวัน ซึ่งต้องใช้ระยะทางในการเดินทางมากกว่าแบบแรก โดยเริ่มเดินทางจากจุดหนึ่งแล้วเปลี่ยนที่ไปเรื่อยๆ เป็นวงรอบ แล้วย้อนกลับมาที่จุดเดิมครั้งแรก ข้อดีของการเดินทางแบบนี้คือ นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ของสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เพราะเปลี่ยนสถานที่พักทุกวันและอยู่ไม่ซ้ำเมือง ทำให้ได้แวะเยี่ยมชมได้หลายเมือง ส่วนข้อเสียคือจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นซึ่งจะเป็นเป็นค่าโรงแรมที่พัก และอาจมีอุปสรรคในระหว่างการเดินทางมากกว่า

3. เป็นการจัดรายการนำเที่ยวที่คล้ายคลึงกับแบบที่ 2 แต่สถานที่ที่เดินทางไป และกลับจะแตกต่างกัน ไม่ใช่เส้นทางเดียวกัน ข้อดีของรูปแบบนี้คือ ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางกลับมาจุดเริ่มแรกเพื่อเดินทางกลับ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากมีส่วนร่วมการเดินทางในบางส่วนของรายการนำเที่ยว โดยที่เหลือนักท่องเที่ยวอาจเป็นผู้จัดการตัวเองเนื่องจากอาจยังไม่มีรายการนำเที่ยวที่คิดไว้ ลักษณะการเดินทางแบบนี้มักเป็นการเดินทางระหว่างประเทศที่ใช้ระยะทางไกล และเสียเวลานาน ข้อเสียคือ ราคาจะแพงที่สุด เพราะเป็นการเดินทางไป-กลับคนละเส้นทาง

2.4 ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยว (สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล. 2548)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งขบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้น Horner & Swarbrooke ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า "พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาว่า ทำไมนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวและมีการตัดสินใจซื้ออย่างไร" (Horner & Swarbrooke. 1996 อ้างอิงใน วลัยพร รั้วตระกูลไพบูลย์. 2557)

เสาวภา มีถาวรกุล (2545 อ้างอิงใน วลัยพร รั้วตระกูลไพบูลย์. 2557) ได้ให้คำจำกัดความของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า "การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การศึกษาการแสดงออกของนักท่องเที่ยวในการจัดหาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวในระดับราคาที่พึงพอใจ

จากข้อความข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวและเกี่ยวข้องกับการเข้าใช้บริการต่างๆ ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการตัดสินใจซื้อ

2.4.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

สุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ (2548) กล่าวว่า กลุ่มคนที่เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์มีแนวโน้มที่จะรักษาและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมได้ดีกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป เพราะว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้นำ ด้านความคิด ตำแหน่ง หน้าที่การงานระดับสูงและมีการศึกษาสูงอีกด้วย

เหรียญ หล่อวิมล (2549 อ้างอิงใน สุทธาสินี จำปาจี. 2556) ได้ทำการแปลบทความและเรียบเรียงงานวิจัยซึ่งจัดทำโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาของประเทศไทย โดยมีชื่อว่า ธุรกิจไมซ์ กับการท่องเที่ยว ในกรุงปารีส ทำให้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่มาจากทวีปยุโรปและอเมริกา ที่จะทำให้เข้าใจในรายละเอียดของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ตลอดจนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว จากสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยว ที่มีจุดประสงค์เชิงธุรกิจที่เข้ามาในกรุงปารีส โดยแยกเป็นสัญชาติต่างๆ จะพบว่า การเจรจาทางธุรกิจเป็นกิจกรรมที่ทำให้นักธุรกิจชาวเยอรมันและชาวฝรั่งเศสเข้ามาในกรุงปารีสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44 และ 42 ตามลำดับ ส่วนนักธุรกิจชาวสเปนและอเมริกาจะเข้ามาประชุมสัมมนามากที่สุดเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์อย่างอื่น คิดเป็นร้อยละ 50 และร้อยละ 52 ของผู้ที่เดินทางเข้ามากรุงปารีสเพื่อการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ นอกจากนี้ พบว่านักธุรกิจชาติต่างๆ เข้ามาที่กรุงปารีสด้วยเหตุผลสัมมนาและการจัดแสดงนิทรรศการจะมีจำนวนรองลงมา และในส่วนของผู้ที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 70 ตอบว่าการเข้ามาประชุมหรือเจรจาทางธุรกิจ จะมีบริษัทต้นสังกัดคอยจัดการค่าใช้จ่ายในส่วนของการเดินทางและค่าใช้จ่ายให้เรียบร้อย ส่วนร้อยละ 23 นั้นจะต้องจัดการเดินทางด้วยตนเอง เพราะว่าการเดินทางระหว่างประเทศในทวีปยุโรป นั้นสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย อีกทั้งไม่มีปัญหาเรื่องของการสื่อสารและนักท่องเที่ยวชาวยุโรปนั้นจะคุ้นชินในการเดินทางข้ามประเทศตั้งแต่อายุน้อย และมีเพียงร้อยละ 6 ที่ต้องติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยวหรือตัวแทนทางการท่องเที่ยวเพื่อติดต่อหรือจัดการความสะดวกสบายในการเดินทางข้ามประเทศเพื่อเจรจาทางธุรกิจ

2) ในเรื่องพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ในแบบสอบถามพบว่า ร้อยละ 65 นั้นจะใช้เครื่องบินในการเดินทาง โดยเฉพาะนักธุรกิจชาวอเมริกันทั้งหมดจะตอบว่าเดินทางทางอากาศ ส่วนนักธุรกิจสัญชาติอื่นๆ นั้นเดินทางโดยรถไฟซึ่งแสดงให้เห็นว่านักธุรกิจจากทวีปยุโรปสามารถเดินทางเข้ากรุงปารีสได้โดยรถไฟอย่างสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังมีการขับรถส่วนตัวหรือนั่งรถโค้ชมาเอง คิดเป็นร้อยละ 6.3 และ ร้อยละ 1 ตามลำดับ

3) ระยะเวลาการพำนัก พบว่านักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสจะพักในโรงแรมนานที่สุดโดยใช้เวลาเฉลี่ยประมาณ 8.1 คืน ชาวอังกฤษ 5.2 คืน ชาวเยอรมัน 5 คืน และชาวสเปนซึ่งใช้เวลาพำนักน้อยที่สุดเฉลี่ยประมาณ 2.8 คืน นอกจากนี้ร้อยละ 79 ของผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่า จะพักอยู่ต่อที่เมืองปารีส อีก 2 วัน ส่วนร้อยละ 21 ระบุว่ากลับประเทศทันทีหลังจากเสร็จจากประชุม

4) การตัดสินใจเลือกใช้โรงแรม ระบุว่ามีการเลือกใช้โรงแรมระดับ 3 ดาว มากที่สุดอันดับสองคือ โรงแรมประเภท 2 ดาว จากงานวิจัยทำให้มั่นใจได้ว่า ธุรกิจไมซ์ สามารถทำให้เกิดรายได้มากมาย โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมระดับ 2-3 ดาว นอกจากนี้ พบว่า ร้อยละ 7.8 ยังคงเลือกโรงแรมระดับ 4 ดาว นั้นแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจว่ามีแนวโน้มจะใช้บริการของโรงแรมระดับดีถึงดีมากยิ่งก่อให้เกิดการจ้างงานและรายได้ เพิ่มมากขึ้น

5) สถานบันเทิงและการจับจ่ายซื้อของ โดยขณะที่มีการจัดประชุมธุรกิจสัมมนา หรือมีการพำนักหลังจากที่การประชุมเสร็จสิ้นนั้นจะมีการออกไปรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มในร้านอาหารและบาร์มากที่สุดร้อยละ 60 รองลงมาคือเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ในกรุงปารีสร้อยละ 35.3 และเรือล่องแม่น้ำแซนส์มีผู้สนใจถึงร้อยละ 6.2 ของทั้งหมด โดยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงเฉลี่ยต่อวันต่อคนประมาณ 1,580 บาท

6) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับของที่ระลึก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเสื้อผ้าสำหรับเพศชายคิดเป็นร้อยละ 48 ค่าใช้จ่ายเสื้อผ้าสำหรับเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 45.9 ค่าใช้จ่ายเครื่องสำอาง คิดเป็นร้อยละ 34.1 แผ่นเสียงและหนังสือคิดเป็นร้อยละ 19.2 เสื้อผ้าเด็ก ศิลปวัตถุและโปสการ์ดคิดเป็นร้อยละ 8.7 เท่ากัน นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับของที่ระลึกที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงคิดเป็นร้อยละ 6.6 และของขวัญคิดเป็นร้อยละ 0.9 โดยจะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนคือ 4,331 บาท

นอกจากนี้แล้วยังมีการบันทึกสถิติที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานประชุมวิชาการระดับนานาชาติที่จัดขึ้นในประเทศไทยของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และ นิทรรศการ ในปี พ.ศ. 2554 พบว่าจากจำนวนการจัดงานทั้งสิ้น 2,321 งาน แสดงให้เห็นถึง ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของผู้เข้าร่วมงาน 6.56 วัน ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจำนวน 14,218.71 / คน / วัน (บาท) โดยจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ถือได้ว่ามีระดับการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 2-3 เท่า (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2554 อ้างอิงใน สุทรานี จำปาจี. 2556)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2560) ได้กล่าวว่า วงจรการเดินทางของนักเดินทางไมซ์ ได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์ (Awareness) ผู้จัดงานทำการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการจัดงานไมซ์ให้แก่ผู้เข้าร่วมงานทราบผ่านทาง e-mail สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

2. การสืบค้นข้อมูล (Research) ผู้เข้าร่วมงานทำการสืบค้นข้อมูลรายละเอียดของการจัดงานรวมทั้งค้นหาและสืบราคาของที่พัก การเดินทาง และกิจกรรมต่างๆ

3. การสำรองที่นั่ง (Reserve) ผู้เข้าร่วมงานทำการสำรองที่นั่ง หรือสมัครเพื่อเข้าร่วมงาน รวมถึงการจองที่พักและการเดินทาง เช่น ตั๋วเครื่องบิน รถเช่า แท็กซี่ ฯลฯ และสามารถชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ ทั้งทางเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

4. การเดินทาง (Travel) ผู้เข้าร่วมงานเดินทางเข้าร่วมโดยเครื่องบิน รถโดยสาร รถรับส่ง หรือแท็กซี่ และเข้าพักที่โรงแรมที่ได้จองไว้

5. การลงทะเบียนเข้างาน (Check - in) ผู้เข้าร่วมงานลงทะเบียนที่หน้างานเพื่อเข้าร่วมงาน โดยลงทะเบียนและรับป้ายชื่อก่อนเข้างาน

6. การเข้าร่วมงาน (On Site) เข้าร่วมงาน ประชุม สัมมนา หรือชมนิทรรศการและงานแสดงสินค้า

7. การติดตามและประเมินหลังการจัดงาน (Post Event) ผู้เข้าร่วมงานทำการประเมินการจัดงานโดยให้คะแนน แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อติชมในการจัดงานหลังจากจบงาน และในแต่ละขั้นตอนของการเข้าร่วมงาน สามารถใช้เทคโนโลยีช่วยในการอำนวยความสะดวกได้

2.4.3 ทฤษฎีแรงจูงใจของนักทองเทียว

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ Maslow's theory of motivation (1943 อ้างอิงใน สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล, 2548) มีข้อสมมติขั้นพื้นฐานดังนี้ คือ

1. มนุษย์ มีความต้องการที่หลากหลายและเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด
2. มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกัน จึงสามารถจัดลำดับความสำคัญของความต้องการได้ (Hierarchy of needs)
3. มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อน
4. เมื่อได้สิ่งที่ต้องการมาตอบสนองความต้องการแล้ว ความต้องการหรือความจำเป็นในสิ่งนั้นก็จะหมดไป
5. มนุษย์จะเริ่มสนใจในความต้องการที่สำคัญอย่างต่อไป ตามลำดับความต้องการที่สำคัญหาลำดับ จากต่ำไปสูง

5.1 ความต้องการทางกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อากาศ อาหาร น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรคและความต้องการทางเพศ

5.2 ความต้องการทางความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่ออยู่รอด ซึ่งมนุษย์มีความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ

5.3 ความต้องการทางด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and belongingness need) เช่น ความต้องการในการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ เป็นต้น

5.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (status) จากสังคม ตลอดจนความพยายามที่จะมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคม และมีชื่อเสียงในสังคม

5.5 ความต้องการสำเร็จในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารรถในการทำบางสิ่งบางอย่างสำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

บีช และราเกอร์ (Beach & Ragheb, 1983 อ้างอิงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2553) เสนอ Leisure Motivation Scale ซึ่งแบ่งแรงจูงใจดังกล่าว เป็น 4 ประเภท โดยอิงหลักความต้องการของ Maslow ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) ปัจจัยด้านความต้องการรู้จักตนเอง แรงจูงใจประเภทนี้ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่อาศัยการใช้ความคิด การเรียนรู้ และจินตนาการ 2) ปัจจัยด้านความต้องการทางด้านสังคม ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว ที่มีเหตุผลทางด้านสังคมเป็นเหตุผลหลัก ไม่ว่าจะเป็น ความต้องการปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม อยากมีส่วนร่วม ต้องการเป็นที่ยอมรับ 3) ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จ ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักจะเลือกกิจกรรม ที่ทำให้ตนเองรู้สึกภาคภูมิใจ และประสบความสำเร็จ 4) ปัจจัยด้านความต้องการปลื้มใจ ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักจะต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในสังคม และชีวิตประจำวัน

ทฤษฎี Travel Career Ladder ของ เพียร์ซ (Pearce, 1998 อ้างอิงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) เป็นทฤษฎีที่คิดขึ้นบนพื้นฐานของทฤษฎี The Hierarchy of Needs ของ Abraham Maslow ด้วยการขยายความต้องการในแต่ละขั้น ซึ่งจะพูดถึงความต้องการขั้นต่ำของมนุษย์ จะต้องได้รับการตอบสนองของความพึงพอใจก่อน จึงจะมีความต้องการขั้นสูงต่อไป นักท่องเที่ยวไม่ได้เที่ยวเพราะรูปแบบ

หรือภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการและแรงจูงใจของตน

ไอเอสไอ อะโฮลา (Iso-Ahola.1982) เสนอทฤษฎี Optimal Arousal กล่าวว่า นักท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้อง กับส่วนผสมของความต้องการ ของสิ่งดึงดูดใจ และความต้องการหลีกเลี่ยงสิ่งดึงดูดใจ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการสิ่งดึงดูดใจในระดับต่างๆ แต่ในขณะเดียวกันก็มีความต้องการที่จะไม่ให้เกิดสิ่งดึงดูดใจมากเกินไป แต่ก็ไม่น้อยเกินไป เนื่องจากเป็นบ่อเกิดเหตุแห่งความน่าเบื่อ ความต้องการทางการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจจะเปลี่ยนไปตามช่วงชีวิต การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวทั่วไป มักจะเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวใกล้ชิดหรือเกี่ยวข้องในขณะนั้น ซึ่งยากที่จะได้คำตอบที่สะท้อนแรงจูงใจอย่างแท้จริง

เพียร์ซ (Pearce.1998 อ้างอิงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร. 2553) วิจารณ์ว่าทฤษฎีของ Iso-Ahola ให้ความสำคัญกับรายละเอียดในวิธีวิจัยที่เป็นทฤษฎีที่กว้างเกินไป และไม่มีกรอบอธิบายการวัดแรงกระตุ้นที่นักท่องเที่ยวต้องการ ดังที่กล่าวไว้ในทฤษฎี หรืออธิบายความสัมพันธ์ของความมุ่งมั่นกับความมีประสิทธิภาพกับระดับแรงกระตุ้น แต่อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาได้ให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ คือควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการพักผ่อนหย่อนใจ และศึกษาถึงความแตกต่าง และยังมีการสนับสนุนความคิดที่ว่า ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจและความต้องการเดินทางเป็นสิ่งที่ไม่มีทางหยุดนิ่ง มักจะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงอายุและสถานะทางสังคม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว เป็นผลมาจากธรรมชาติของมนุษย์ที่จะเดินทางท่องเที่ยวตามความพึงพอใจตามสัญชาตญาณของตนเองอยู่แล้ว ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของมนุษย์ทุกคนจะมีความแตกต่างกันไป ตามระบบเศรษฐกิจ สภาพสังคม และช่วงเวลา ปัจจัยแรงจูงใจที่สำคัญที่กระตุ้นให้คนทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ มีดังต่อไปนี้ 1) ความต้องการผจญภัย ในการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ที่ท้าทาย 2) ความต้องการค้นพบสิ่งแปลกใหม่ให้ตัวเอง เพื่อทำลายความจำเจในชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อ 3) ความต้องการในคุณค่าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการความประทับใจ และคุณค่าเพื่อเป็นกำไรชีวิตในการท่องเที่ยว 4) ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น 5) ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก นักท่องเที่ยวต้องการทราบความเป็นอยู่วิถีชีวิตในแต่ละท้องถิ่น เพื่อที่จะได้ทราบถึงความแตกต่างในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว 6) ความต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคมในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่รู้สึกว่าคุณค่าได้รับการยกย่องและได้รับการยอมรับ 7) ความต้องการความภาคภูมิใจ ในกรณีที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปยังสถานที่แปลกใหม่ที่คนรู้จักหรือญาติพี่น้องของพวกเขายังไม่เคยไป ถือเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับนักท่องเที่ยวเอง 8) ความต้องการยก

ฐานะและเกียรติภูมิ นักท่องเที่ยว ที่มีโอกาสได้เดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อไปทำวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น การเข้าร่วมประชุม การแข่งขันกีฬา การประกอบธุรกิจ การประกอบศาสนกิจ เยี่ยมญาติมิตร เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ทำให้รู้สึกว่ามีเกียรติในสังคม และช่วยยกระดับฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น

2.4.4 พฤติกรรมท่องเที่ยวในการการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่า การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึงปฏิกิริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการให้ข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวเหล่านั้น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากบริษัทการบิน จากญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ที่พัก การคมนาคม ความปลอดภัย ฯลฯ ซึ่งการส่งเสริมทางตลาดทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ทั้งภาครัฐและเอกชน

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มรสชาติสร้างสีสันให้กับชีวิต เช่นเกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครอบครัวถูก การให้บริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจได้เป็น 4 ประเภทคือ

1. สิ่งจูงใจทางด้ายกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่นการอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

2. สิ่งจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลต่างๆ ฯลฯ

3. สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่นเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนายกระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุม การเข้าร่วมแข่งกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวและเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจทำให้เกิดความต้องการในการเดินทาง ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนที่ดีที่สุด โดยคำนึงถึงความสะดวก ปลอดภัย สะดวกสบาย และความสุขที่คาดว่าจะได้รับมากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่นประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายสูงตามด้วย ประเทศสังคมนิยมมีขั้นตอนการเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญต่อไปนี้

- 1) จะไปท่องเที่ยวที่ไหน 2) จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่ 3) จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (บก หรือ อากาศ) 4) จะไปท่องเที่ยวกับใคร 5) จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร 6) จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร 7) จะไปพักโรงแรมในสถานที่ประเภทไหน 8) จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ใด ก็จะต้องกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าเดินทางไปต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก จึงต้องเตรียมค่าใช้จ่ายไว้ จะต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว จะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยว เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวนี้เราสามารถขอความช่วยเหลือจากรูกรักนำมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เราจะไปแล้ว และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นตอนนี้นักท่องเที่ยวต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยัน การเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะๆตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่การเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนถึงที่พัก อาหารการกิน และอื่นๆ เพื่อประเมินผลความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจการเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจบอกต่อให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวตาม

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1) มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์บวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับ หรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

2) ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทักษะคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็เกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดี อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติไม่ดี อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

2.4.5 ทฤษฎีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สุวีร์ณัฐ สุภณศิริ (2554) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้รับบริการที่มากกว่าหรือเท่ากับสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่ง

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ประสบการณ์ในอดีต ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการ ข้อมูลจากเพื่อนฝูงและญาติมิตร และข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ หัวใจหลักของการตลาด คือ ความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งธุรกิจจะสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ ก็เพราะได้รับการสนับสนุนจากลูกค้า จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการและความรู้สึกนึกคิดของลูกค้า เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ความสำคัญของการใช้แรงจูงใจสำหรับผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 1) เพื่อเพิ่มยอดขาย 2) เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ 3) เพื่อรักษาลูกค้าเก่าให้มาใช้บริการสม่ำเสมอ 4) เพื่อช่วยให้ลูกค้าที่สูญเสียไปกลับคืนมา (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539 อ้างอิงใน สิริวิภา จิรวัดนนธ์. 2553)

2.5 ข้อมูลเบื้องต้นด้านความพร้อมของกรุงเทพมหานคร

2.5.1 ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ตั้งอยู่ในภาคกลางประมาณ ละติจูด 13 องศา 44 ลิปดาเหนือ ลองจิจูด 100 องศา 34 ลิปดาตะวันออก อยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 2 เมตร ตั้งอยู่บนเหนือปากอ่าวไทยประมาณ 25 กิโลเมตร มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านกลาง แบ่งกรุงเทพมหานครออกเป็น 2 ฟัน คือฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี รวมแล้วมีเนื้อที่ทั้งสิ้น 1,568.74 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อบริเวณใกล้เคียงดังนี้คือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดนนทบุรี และจังหวัดปทุมธานี

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดสมุทรปราการ และอ่าวไทย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดนครปฐม และจังหวัดสมุทรสาคร (กรมอุตุนิยมวิทยา.

ม.ป.ป)

ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่ เป็นที่ราบลุ่มเหมาะกับการเพาะปลูก สภาพพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีลักษณะเป็นอ่างอยู่ทั่วไป มีอัตราการทรุดตัวของผิวดินสูง จึงทำให้มีน้ำท่วมตลอดในฤดูฝนของแต่ละปี สภาพระน้ำท่วมบางปีครอบคลุมพื้นที่เกือบทุกส่วนของกรุงเทพมหานคร และท่วมเป็นระยะเวลายาวนาน ก่อให้เกิดความเสียหายมากมาย มีแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งเป็นแม่น้ำที่สำคัญของประเทศไทยไหลผ่านกลางกรุงเทพมหานครสู่อ่าวไทย และมีคลองใหญ่-น้อยหลายสายกระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร (กรมอุตุนิยมวิทยา. ม.ป.ป)

กรุงเทพฯ เมืองหลวงของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางความเจริญทุกด้าน โดยแนวนโยบายการพัฒนาในระดับประเทศของภาครัฐ มุ่งเน้นขยายการพัฒนาในด้านต่างๆ ไปในเขตจังหวัดปริมณฑล

ใกล้เคียง 5 จังหวัด คือ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม เนื่องจากพื้นที่ของความเป็นเมืองหลวงและกิจกรรมต่างๆ มีความต่อเนื่องกันจนเรียกได้ว่าเป็นเมืองเดียวกันในทุกด้าน

ด้านเศรษฐกิจ

กรุงเทพฯ และปริมณฑลมีการพัฒนาจนเป็นฐานเศรษฐกิจหลักของประเทศ ทั้งการเป็นศูนย์กลางบริหารทางเศรษฐกิจการเมือง และวัฒนธรรม และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนานาชาติมาโดยตลอดจนกลายเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจและการค้า การบริหารของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ถูกจัดลำดับให้เป็นมหานครที่มีขนาดใหญ่อันดับที่ 15 ของโลกอีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางการเงินนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่งผลให้กรุงเทพฯ และปริมณฑลมีบทบาทสำคัญในเรื่องของผลผลิตรวมของประเทศ และในอนาคตจะเป็นศูนย์กลางการส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้สามารถเปิดเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจนานาชาติ

ด้านสังคม

กรุงเทพฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางสังคม มีสาธารณูปโภคต่างๆ ครบถ้วนการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมและการค้าบริการของกรุงเทพฯ นำมาซึ่งปัญหาการปรับตัวของแรงงานที่ย้ายถิ่นฐานโดยแรงงานที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้สร้างปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย และชุมชนแออัด มีผู้อาศัยในแหล่งเสื่อมโทรมถึงประมาณ 2 ล้านคน รวมทั้งก่อให้เกิดปัญหาด้านคุณภาพชีวิต จึงจำเป็นต้องมีมาตรการช่วยเหลือด้านการจัดหาที่อยู่อาศัย การเพิ่มทักษะความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพ ตลอดจนการขยายบริการพื้นฐานทางสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนยากจนในเขตเมืองให้ดีขึ้น (วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวกรุงเทพ. 2552)

2.5.2 การคมนาคมขนส่งของกรุงเทพมหานคร

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ และสำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม (2556) ได้กล่าวว่าระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลระหว่างปี พ.ศ. 2542-2552 มีการบริการจาก ขสมก. เป็นหลักแต่ปริมาณผู้โดยสาร ขสมก. มีแนวโน้มลดจำนวนลงทุกปีเช่นเดียวกับแนวโน้มปริมาณผู้โดยสารทางรถไฟเนื่องจากมีการใช้พาหนะส่วนบุคคลเพิ่มสูงขึ้นซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาจราจรและส่งผลต่อความเร็วเฉลี่ยในการเดินทางลดลง ถึงแม้ว่าปริมาณผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS และรถไฟฟ้ามหานครเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่โครงข่ายไม่ครอบคลุมพื้นที่อย่างกว้างขวางทำให้ขาดความสะดวกในการเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะอื่นๆ และขาดการบริหารจัดการเชิงพื้นที่โดยรอบสถานี

กระทรวงคมนาคมโดยสำนักนโยบายและแผนการขนส่งและจราจรการรถไฟแห่งประเทศไทยและการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ได้จัดทำแผนการดำเนินโครงการรถไฟฟ้า 10 สายทางเพื่อเร่งประมูลราคาก่อสร้างให้ได้ครบ 10 สาย ภายใน 4 ปีพ.ศ. 2554 ถึง 2558 โดยเปิดให้บริการ

โครงข่ายระบบขนส่งมวลชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลระยะทางรวม 410 กิโลเมตรภายในปีพ.ศ. 2562 และเพิ่มเป็น 464 กิโลเมตรภายในปีพ.ศ. 2562 สรุปรายละเอียดดังนี้

ปัจจุบันมีโครงข่ายรถไฟฟ้าที่เปิดให้บริการในพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 6 โครงการ ระยะทาง 95 กิโลเมตร ประกอบด้วย

1. รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร BTS ช่วงหมอชิต-อ่อนนุชและช่วงสนามกีฬา-สะพานตากสิน ระยะทาง 31 กิโลเมตร
2. รถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคลรถไฟฟ้าใต้ดินช่วงบางซื่อ-หัวลำโพงระยะทาง 20 กิโลเมตร
3. รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ช่วงพญาไท - มักกะสัน - ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิระยะทาง 28.5 กิโลเมตร
4. รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร ส่วนต่อขยาย ช่วงอ่อนนุช - แบริ่ง ระยะทาง 5.3 กิโลเมตร
5. รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร ส่วนต่อขยายช่วงสะพานสิน - วงเวียนใหญ่ ระยะทาง 2.2 กิโลเมตร
6. รถไฟฟ้าสายสีแดง ช่วงบางซื่อ - ตลิ่งชัน ระยะทาง 15 กิโลเมตร

ทั้งนี้ มีโครงข่ายรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างจำนวน 6 โครงการ ระยะทาง 94.1 กิโลเมตร ประกอบด้วย

1. รถไฟฟ้าสายสีแดงเข้ม ช่วงบางซื่อ - รังสิต ระยะทาง 26.3 กิโลเมตร
2. รถไฟฟ้าสายสีเขียว ช่วงแบริ่ง - สมุทรปราการ ระยะทาง 12.8 กิโลเมตร
3. รถไฟฟ้าสายสีเขียวอ่อน ช่วงถนนตากสิน - บางหว้า ระยะทาง 5.3 กิโลเมตร
4. รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงบางซื่อ - ท่าพระ ระยะทาง 13 กิโลเมตร
5. รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงหัวลำโพง - บางแค ระยะทาง 14 กิโลเมตร
6. รถไฟฟ้าสายสีม่วง ช่วงบางใหญ่ - บางซื่อ ระยะทาง 23 กิโลเมตร

การคมนาคมขนส่งทางอากาศ

วิทยาลัยสารพัดช่างพระนคร (ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่า ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นหนึ่งในสนามบินนานาชาติของประเทศไทยที่ให้บริการผู้เดินทางได้จำนวน 35 ล้านคนต่อปี ขนส่งสินค้าได้ 0.09 ล้านตันต่อปี ให้บริการเที่ยวบินได้สูงสุด 60 เที่ยวบินต่อชั่วโมง และจากการที่มีการเพิ่มจำนวนขึ้นของผู้โดยสารเฉลี่ยประมาณ 2 ล้านคนต่อปี ส่งผลให้ในอนาคตท่าอากาศยานดอนเมืองไม่สามารถรองรับผู้โดยสารได้ ซึ่งในปัจจุบันมีสนามบินแห่งที่ 2 แล้ว คือ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งอยู่ห่างจาก

กรุงเทพมหานครไปทางทิศตะวันออก ประมาณ 25 กิโลเมตร มีขนาดใหญ่กว่าสนามบินดอนเมือง ประมาณ 6 เท่า ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

การคมนาคมทางน้ำ

โครงข่ายการคมนาคมขนส่งทางน้ำของกรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.3 ของโครงข่าย การเดินทางทั้งหมด โดยมี 4 ประเภทที่สำคัญ ได้แก่

1) การเดินเรือโดยสารประจำทางในแม่น้ำเจ้าพระยา ดำเนินการโดยบริษัทเรือด่วน เจ้าพระยาจำกัดเพียงบริษัทเดียว มีเส้นทางจากท่าหน้านนทบุรีจังหวัดนนทบุรี – ท่าเรือบึงกิ้ง ในเขต ราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร มีระยะทางประมาณ 35 กิโลเมตร โดยการบริการมีเรือ 3 ประเภท ได้แก่ เรือด่วนธรรมดา เส้นทางระหว่างท่าหน้านนทบุรี - ท่าวัดราชสิงขร มีจุดจอดรับ-ส่งผู้โดยสาร 31 ท่า เรือด่วนธงสีแดง เส้นทางระหว่างท่าหน้านนทบุรี - ท่าสาทร มีจุดจอดรับ - ส่งผู้โดยสาร 12 ท่า และเรือด่วนธงเหลือง เส้นทางระหว่างท่าหน้านนทบุรี - ท่าวัดราชสิงขร มีจุดจอดรับ - ส่งผู้โดยสาร 10 ท่า

2) การเดินเรือยนต์โดยสารข้ามฟากแม่น้ำเจ้าพระยา บริษัท สุภัทรา จำกัด เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ ดำเนินการเดินเรือข้ามฟาก 8 ท่า และมีผู้ประกอบการ รายย่อยอื่นๆ อีกหลาย ราย ซึ่งจากการสำรวจในปี พ.ศ. 2545 โดยกรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม พบว่า จำนวนท่าเรือข้ามฟากในแม่น้ำเจ้าพระยาจากช่วงจังหวัดนนทบุรี - จังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนทั้งหมด 33 ท่า โดยยึดฝั่งพระนครเป็นหลัก

3) การเดินเรือโดยสารประจำทางในคลอง การเดินเรือโดยสารประจำทางในคลองนั้น ปัจจุบันมี 2 คลอง คือ คลองแสนแสบ และคลองพระโขนง โดยการขนส่ง สำนักการจราจรและขนส่ง เป็นหน่วยงานรับผิดชอบ ดำเนินการตั้งแต่เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2537 ซึ่งปัจจุบันมี ผู้โดยสารประจำทางในคลองแสนแสบ ประมาณวันละ 39,687 คน และผู้โดยสารเรือ ประจำคลองพระโขนง ในวันทำการ มีผู้โดยสารประมาณวันละ 1,934 คน และในวันหยุดราชการ มีผู้โดยสารประมาณ วันละ 1,510 คน

4) การเดินเรือยนต์เฟลวาใบจักรยาว ในปัจจุบันมีการเดินเรือยนต์เฟลวาใบจักรยาว เพื่อเสริมเส้นทางเดินเรือโดยสารในแม่น้ำเจ้าพระยา (สายหลัก) เชื่อมตามคลองต่างๆ บริเวณจังหวัด นนทบุรี - กรุงเทพมหานคร จำนวน 20 เส้นทาง ซึ่งจากการสำรวจโดยกรมเจ้าท่า เมื่อเดือน มิถุนายน ปี พ.ศ. 2545 พบว่า มีผู้โดยสารที่เดินทางด้วยเรือยนต์เฟลวาใบจักรยาว เฉลี่ยประมาณ วันละ 16,180 คน โดยท่าเรือที่มีผู้โดยสารมากที่สุด คือ ท่าเรือสาธุประดิษฐ์ - ท่าเรือพระประแดง มีผู้โดยสารรวมวันละ ประมาณ 2,296 คน

2.5.3 การคมนาคมขนส่งในอนาคตของกรุงเทพมหานคร

1) การจราจรแออัด (Congestion)

การเจริญเติบโตและการขยายตัวของเมืองแบบกระจุกตัวอยู่บริเวณศูนย์กลางเมือง ส่งผลให้มีรถโดยสารจำนวนมากแออัดในเวลาเร่งด่วนโดยเฉพาะในช่วงเวลาเช้าและเย็น รวมทั้งการจัดการทางการจราจรนั้นยังไม่มีประสิทธิภาพที่มากพอ ทำให้การจราจรเกิดการติดขัด ส่งผลต่อกระทบด้านลบต่อเศรษฐกิจการค้า และบริการ จึงควรคำนึงถึงความต้องการเดินทางในลักษณะต่างๆ ที่มีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงและเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ตลอดจนการส่งเสริมให้มีการใช้ระบบขนส่งสาธารณะเพิ่มขึ้น และนำมาตรการจัดการความต้องการเดินทาง (Travel Management) มาใช้เพื่อลดความแออัดของสภาพการจราจรบนถนน

2) ความปลอดภัย (Safety)

จากสถิติการเกิดอุบัติเหตุที่อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นทางถนน รองลงมาเป็นอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับการขนส่งทางรถไฟ และอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ก็มีจำนวนสูงเช่นกัน สาเหตุส่วนใหญ่เกิดมาจากพฤติกรรมของบุคคลทั้งสิ้น

3) ความคล่องตัวทางเศรษฐกิจ (Mobility & Accessibility)

การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานต้องมีความสอดคล้องและพอเพียงกับความต้องการเดินทาง เพื่อรักษาระดับการให้บริการและการบรรเทาความแออัดของจราจร ป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมทั้งการแก้ไขปัญหาขาดโครงข่ายเชื่อมโยงระบบขนส่งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงระบบขนส่ง

4) การใช้พลังงานในภาคการขนส่ง (Energy)

ประเทศไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ ในขณะที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในตลาดโลกมีความผันผวนและมีแนวโน้มสูง รวมทั้งมีข้อจำกัดด้านปริมาณการผลิตของประเทศผู้ผลิตน้ำมันชั้นนำของโลก ทั้งนี้การใช้พลังงานในภาคการขนส่งมีสัดส่วนการใช้พลังงานสูงประมาณร้อยละ 35.5 ของการใช้ พลังงานรวมของประเทศแบ่งเป็นการใช้พลังงานในการขนส่งทางบกร้อยละ 75-80 การขนส่งทางอากาศร้อยละ 14-17 และการขนส่งทางน้ำร้อยละ 4-7 ดังนั้นภาคการขนส่งต้องจะคำนึงถึงเรื่องการประหยัดพลังงานการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการใช้พลังงานทางเลือกที่มีความหลากหลายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

5) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการขนส่งและจราจร ได้แก่ ปัญหาการเกิดภาวะโลกร้อนจากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ปัญหามลพิษทางเสียงและอากาศของยานพาหนะจากการขนส่งและจราจรปริมาณควันดำจากยานพาหนะ ซึ่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งมาสู่การขนส่ง

ทางน้ำและทางราง รวมทั้งการส่งเสริมการใช้ยานพาหนะที่ประหยัดพลังงานเทคโนโลยี พลังงานสะอาดและพลังงานทดแทนจะสามารถช่วยลดมลพิษและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากการขนส่งและจราจรได้

6) ชีตความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (Competitiveness)

ประเทศไทยควรเตรียมความพร้อมในการเปิดประเทศ ให้เป็นประเทศเสรีทางการค้าและบริการ ไม่เพียงแต่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การเชื่อมต่อ การเดินทางและการขนส่ง แต่ต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสาขาขนส่ง พัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ปรับปรุงกฎหมายกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจให้ผู้ประกอบการไทยสามารถออกไปแข่งขันในตลาดสากลได้ (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ และสำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม. 2556)

2.5.4 กรุงเทพมหานครกับการท่องเที่ยว

จากการจัดอันดับของนิตยสาร Travel and Leisure (2011 อ้างอิงใน สมบัติ กาญจนกิจ. 2557) ระบุว่า กรุงเทพมหานครได้รับการโหวตเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับ 1 ของโลก ในปี พ.ศ. 2551 พ.ศ. 2553 พ.ศ. 2555 และ พ.ศ. 2556

เกณฑ์ในการจัดอันดับเมืองท่องเที่ยว 10 อันดับที่ดีที่สุดในปี 2011 (World's Best Award) ของนิตยสาร Travel and Leisure นั้น พิจารณาได้จากสถานที่ ทศนียภาพความสวยงามและร่มรื่น ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี อาหารและภัตตาคาร แหล่งช้อปปิ้ง ความเป็นมิตรของผู้คน ความคุ้มค่าของเงิน ซึ่งกรุงเทพมหานครมีศักยภาพตามเกณฑ์ดังกล่าวครบถ้วน

จากสถิติอันดับเมืองท่องเที่ยว 10 อันดับ ในเอเชีย/ แปซิฟิกที่นักท่องเที่ยวนานาชาติมาเยือน ปี 2012 (Asia/Pacific Top 10 Destination Cities by International Visitors 2012) โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด 12.2 ล้านคน จากการสำรวจของ MasterCard Global Destination Cities Index ความนิยมและความมีชื่อเสียงของเมืองหลวงกรุงเทพมหานครและประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวนั้นมีอยู่อย่างมาก จะเห็นได้จากการที่กรุงเทพมหานครและประเทศไทยไม่เพียงแต่ติดอันดับโลกจากนิตยสาร Word Travel and Leisure เท่านั้น แต่ยังคงติดอันดับโลกในด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากแหล่งสำรวจอื่นๆ ด้วย เช่น การติดอันดับ 1 ของกรุงเทพมหานคร

Master Global Destination Cities Index ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเมืองท่องเที่ยว 10 อันดับแรกที่ดีที่สุดในโลกปี 2013 กรุงเทพมหานคร มีคะแนนนำเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในยุโรปและอเมริกา ทั้งกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส และมหานครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา โดยเป็นอันดับ 1 ใน 132 ประเทศทั่วโลกที่มาสเตอร์การ์ดเวิลด์วายด์

จัดอันดับในครั้งนี้ ซึ่งการคว้าแชมป์ในรางวัลนี้กรุงเทพมหานครยังเป็นเมืองในทวีปเอเชียที่ได้อยู่ในอันดับสูงสุดของชาร์ตเป็นครั้งแรกด้วย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยภายในประเทศ

ภาคจิรา แสนใจ และคณะ (2558) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า จังหวัดขอนแก่น มีศักยภาพในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ ดังนี้

1) การเข้าถึงด้วยความเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคจึงสามารถเดินทางเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย แต่การเดินทางด้วยเครื่องบินยังมีจุดที่ต้องพัฒนา คือ สายการบินที่เชื่อมโยงไปยังจังหวัดมีเที่ยวบินน้อย และขาดสายการบินที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศ

2) ด้านสถานที่จัดงานสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มาก มีความคุ้มค่าต่อทุนในการจัดงาน

3) ด้านโรงแรมที่พัก สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวในปริมาณมากและหลากหลายระดับ

4) ร้านอาหารและของที่ระลึก ส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารประเภทท้องถิ่น และร้านของที่ระลึกยังมีจำนวนน้อยและหาซื้อได้ยาก

5) ด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีจำนวนน้อย ขาดความสวยงาม และเอกลักษณ์

6) ด้านธุรกิจท่องเที่ยวในปัจจุบันเริ่มมีการขยายสาขามากขึ้น

7) ด้านความมั่นคงและปลอดภัย มีระบบรักษาความปลอดภัยสูงในสถานที่จัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ แต่ยังไม่ได้รับความน่าเชื่อถือเรื่องความปลอดภัยในการจัดกิจกรรมกลางแจ้งเท่าที่ควร

8) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน ยังไม่สามารถร่วมกันได้อย่างดี ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีของภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

สิริวิภา จิรวัดมนอนันต์ (2553) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า มีความพึงพอใจในด้านต่างๆ ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 พบว่า ด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของโรงแรม โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ด้านความใส่ใจ และ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 การความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4) นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5) นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6) นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และด้านความใส่ใจ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จิรพร จันลา (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ โดยมีวัตถุประสงค์คือศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ จำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที สรุปผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อเข้าร่วมประชุมในจังหวัดขอนแก่น เข้ามามากที่สุดคือเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา รองลงมาคือเพื่อเข้าร่วม

ประชุมระดับชาติ และระดับนานาชาติ โดยในส่วนของการเดินทางจะเดินทางมากับหน่วยงานมากที่สุด และใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จะมีระดับความคาดหวัง และระดับความพึงพอใจสูงสุด 2 อันดับ ได้แก่ อันดับแรกด้านที่พัก และรองลงมาคือด้านสถานที่จัดงาน และมีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย 8 ด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ มี 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน 2) ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด 3) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและภาคเอกชน 4) ด้านการเข้าถึง 5) ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 6) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังน้อยกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ มี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ มี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่จัดงาน โดยในการศึกษารั้งนี้ได้มีการสรุปข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ รวม 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน 2) ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด 3) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและภาคเอกชน 4) ด้านการเข้าถึง 5) ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 6) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ศุภฎี ช้วยสุข และดลฤทัย โกวรรณะกุล (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นเพื่อรองรับการเป็นไมซ์ซิตี้ของประเทศไทย” วิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นเพื่อรองรับการเป็นไมซ์ซิตี้ของประเทศไทย และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ และการพัฒนาศักยภาพเพื่อการเป็นไมซ์ซิตี้ ในส่วนของวิธีการดำเนินการวิจัยนั้น ได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก จากผลการศึกษาจึงพบว่า ในจังหวัดขอนแก่นนั้นมีภาพรวมของศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค ระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่เพียงพอ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีสถานที่จัดงานรองรับได้หลากหลาย พร้อมด้วยธุรกิจโรงแรม อาหารและเครื่องดื่มที่เพียงพอ มีความมั่นคงและความปลอดภัยด้วยการติดตั้งกล้องวงจรปิดในบริเวณที่สำคัญ ด้านที่ตั้งที่อยู่ที่มีระบบการคมนาคม ที่อยู่บนแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก ซึ่งจะส่งผลดีในด้านการคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงไปสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน และในจังหวัดขอนแก่นนั้นยังมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งยังเข้ามามาขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดอีกด้วย รวมทั้งจังหวัดขอนแก่นยังเป็นศูนย์กลางใน ด้านการค้าการลงทุนการศึกษา และการบริการทางการแพทย์ และในด้านภาพรวมของศักยภาพในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า มีความพร้อมและสามารถรองรับการเป็นไมซ์ซิตี้ของประเทศไทย และเพื่อให้จังหวัดขอนแก่นเป็นหนึ่งในไมซ์ซิตี้ของประเทศไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขัน จึงควรที่จะพัฒนาให้

จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองไมซ์ที่มีศักยภาพด้วยการพัฒนาในเรื่อง บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ การยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ การสร้างความร่วมมือในพื้นที่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

นิमित ชุ่มสั้น (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การประเมินคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต” วัตถุประสงค์ของบทความวิจัยนี้ คือ เพื่อที่จะประเมินความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมประเภทโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต การวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพบริการระหว่างผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน และ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการกับความต้องการกลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนั้นจะเป็นผู้ใช้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 384 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน จากผลการศึกษาจึงพบว่า 1) ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการต่ำกว่าระดับความคาดหวัง อย่างน้อยสำคัญทางสถิติแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจต่อคุณภาพการ บริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต 2) ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุม ในจังหวัดภูเก็ตต่างกันในทุกด้าน 3) การรับรู้คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือเพียงด้านเดียวที่มีผลต่อแนวโน้มการกลับมาใช้ซ้ำ สถานที่จัดประชุมใน จังหวัดภูเก็ต ดังนั้นสถานที่จัดประชุมควรมุ่งดำเนินการรักษาความน่าเชื่อถือ การพัฒนารูปลักษณ์ทางกายภาพ การสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า การเพิ่มประสิทธิภาพ พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถพร้อมให้บริการ การตอบสนองการบริการ และการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ

2.6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

นีน่า มิสทิล และ แลรี่ ดิวเยอร์ (Nina Mistills & Larry Dwyer. 1999) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ประตูสู่การท่องเที่ยวและประเทศเศรษฐกิจ จากผลกระทบที่กระจายตัวของไมซ์” (Tourism Gateway and Regional Economies : the Distributional Impact of Mice) ผู้วิจัยได้กล่าวถึงธุรกิจการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดการประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้า หรือเรียกสั้นๆว่าอุตสาหกรรมไมซ์ที่กำลังเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในภาคส่วนของการท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งมีแรงกระตุ้นที่มากมายภายใต้การพัฒนาที่มีส่วนสำคัญมากกว่าข้อตกลงจากผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ จากการที่ภาครัฐได้ทุ่มทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มากมายให้กับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ ทำให้มีข้อได้เปรียบที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจไมซ์และเป้าหมายการเดินทางในรูปแบบไมซ์ทั้งในส่วนภูมิภาคและระดับประเทศ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นจากการกระจายผลประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและภูมิภาคที่อยู่ห่างไกลได้ถูกปล่อยปละละเลย ใน

ปัจจุบันมีข้อบ่งชี้สำหรับการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ในเขตภูมิภาคเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงเป็นตัวอย่างแสดงการใช้เครือข่ายในการเปรียบเทียบผลกระทบทางเศรษฐกิจของการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์และในพื้นที่ระยะไกลๆ ด้วยการนำระบบรวบรวมข้อมูลของออสเตรเลีย โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการทำแบบสอบถามนักท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลีย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศออสเตรเลีย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนออสเตรเลีย แล้วนำมาวิเคราะห์ผ่านโปรแกรม CD-MOTA ซึ่งผลวิจัยโดยสรุปแล้วเป็นการประเมินเฉพาะในพื้นที่ที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจไมซ์และเพื่อก่อตั้งเป็นแนวป้องกันรวมถึงการสร้างนโยบายและการวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ต่อไป

เอ็มมา อบูลิเดห์ และเอสเม็ต ไชแดน (Ammar Abulibdeh & Esmat Zaidan. 2017) ได้ทำการวิเคราะห์ เรื่อง "ทฤษฎีของการค้นหาข้อมูลการข้ามของวัฒนธรรมและพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจ ในกรณีศึกษาของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในเมืองการ์ต้าทางตะวันออกกลาง" (Empirical analysis of the cross-cultural information searching and travel behavior of business travelers: A case study of MICE travels to Qatar in the middle East) นักภูมิศาสตร์ทางการท่องเที่ยวได้ตรวจสอบวิธีการในการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ เพื่อสืบค้นข้อมูลและพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว ตามรูปแบบของวัฒนธรรมและประเทศต้นกำเนิด นอกจากนี้ความสนใจในบางอย่างได้ถูกพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ เพื่อการจัดการปัญหาช่องว่างทางการศึกษา ผู้วิจัยได้ตั้งเป้าหมายเพื่อพิจารณาผลกระทบจากปัจจัยทางวัฒนธรรมจากข้อมูลที่ได้มาเพิ่มเติมและจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์และก็ยังมีการพิจารณาจากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม จากงานวิจัยฐานข้อมูลเบื้องต้นที่มีได้แสดงผลกระทบของวัฒนธรรมในมุมมองของนักท่องเที่ยวได้ถูกรวบรวมผ่านทางกรทำแบบสำรวจ ซึ่งในแบบสำรวจนี้จะประกอบไปด้วย จำนวนประเทศที่อยู่อาศัย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการสืบค้นข้อมูล การจัดการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว สิ่งที่มีผลกระทบต่อจิตใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจและสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ โดยสำรวจจากกลุ่มประชากรตัวอย่างประกอบไปด้วย ชาวจีน ชาวอาหรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารและมีจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวไมซ์ของเอเชียตะวันออกกลาง รวมถึงประชากรในประเทศการ์ต้าด้วย นอกจากนี้ฐานข้อมูลที่สำคัญได้ถูกเก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เข้าร่วมนิทรรศการและประชุมในเมืองDoha ซึ่งเป็นสถานที่หลักในการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ โดยบทวิจัยนี้ได้วางแผนจุดหมายปลายทางการตลาดว่าควรพัฒนาเป้าหมายกลยุทธ์ทางการตลาดตามฐานข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์และพฤติกรรมทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม

กมลลักษณ์ ภูพันธ์ (Kamonluk Phuphan. 2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มไมซ์ในการกลับมาเยี่ยมกรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย อีกครั้ง” (Factors influencing the decision making of foreign MICE visitor to revisit Bangkok, Thailand) ตามผลสำรวจของหนึ่งในนิตยสารชื่อดังของประเทศอเมริกาชื่อว่า “Travel & Leisure magazine” ได้จัดให้กรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของประเทศไทยเป็นอันดับ 1 ในงาน “2012 World’s Best City Awards” เป็นจุดหมายปลายทางหลักในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย นำมาซึ่งความภาคภูมิใจให้กับชาวไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งกรุงเทพมหานครถือได้ว่าเป็นเมืองที่มีเสน่ห์เต็มไปด้วยความพร้อมสำหรับการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ในทุกระดับ ซึ่งหัวข้อในการวิจัยคือ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มไมซ์ในการกลับมาเยี่ยมกรุงเทพมหานครอีกครั้ง ซึ่งเป็นแบบสำรวจวิจัยโดยมีจุดมุ่งหมายดังนี้ 1) การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มไมซ์ที่กลับมากรุงเทพมหานครอีกครั้ง 2) เพื่อสำรวจปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อและมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มไมซ์ในการกลับมากรุงเทพมหานครอีกครั้ง โดยมีระเบียบวิธีการวัดเป็นเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งได้จัดทำการศึกษาสำรวจในกรุงเทพมหานครในระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม ปี 2016 จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มไมซ์ที่กลับมาเยี่ยมกรุงเทพมหานครอีกครั้ง จำนวน 189 คน ได้ถูกสอบถามแล้วนำมาคิดเป็นเปอร์เซ็นต์, หาค่าเฉลี่ย, หาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, ทดสอบ T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และเก็บรวบรวมข้อมูล

กัณฑภพ บัวทอง และเปย ชุน เลี้ยว (Kantapop Buathong & Pei-Chun Lai. 2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การรับรู้คุณลักษณะของการพัฒนาการจัดงานอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ในมุมมองของรัฐสภา, สถานศึกษา, สถานที่จัดงาน และผู้ประกอบการ” (Perceived Attributes of Event Sustainability in the MICE industry in Thailand : A viewpoint from Governmental, Academic, Venue and Practitioner) ผู้วิจัยได้กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการจัดประชุมองค์กร, การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล, การจัดประชุมนานาชาติ, และการจัดงานแสดงสินค้าของอุตสาหกรรมไมซ์ มาได้ไกลและบรรลุผลสำเร็จเทียบเท่ากับเศรษฐกิจ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมถือได้ว่ามีส่วนช่วยทำให้เกิดความหลากหลายของธุรกิจอย่างกว้างขวาง เช่น ธุรกิจการบิน, ธุรกิจเช่ารถ, โรงแรม, ร้านอาหาร, สถานที่จัดงาน และการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว จุดประสงค์ของการทำวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ของการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมของการจัดงาน นั่นคือ การปฏิบัติงานที่พบเจอได้บ่อยๆในอุตสาหกรรมการจัดงานและความเกี่ยวข้องที่สำคัญของการพัฒนาการจัดการประชุมอย่างยั่งยืน เพื่อใช้ในการสำรวจแนวความคิดการพัฒนาการจัดงานอย่างยั่งยืนในเขตเมืองหลวงซึ่งก็คือกรุงเทพมหานคร หลักฐานเชิงประจักษ์การดำเนินงานในประเด็นสำคัญเพื่อการจัด

งานอย่างยั่งยืนได้จัดเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว โดยผลสรุปของวิจัยนี้ คือการแนะนำเพื่อนำไปปรับปรุง การพัฒนาการจัดงานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในประเทศไทยและเสนอแนวทางในอุตสาหกรรมการจัด งานเพื่อให้สามารถพัฒนาศักยภาพที่สามารถเกิดขึ้นได้และเพิ่มคุณสมบัติที่ดีขึ้นในเวทีไมซ์โลก (world MICE stage)

ลิ-ทิง(เกรซ)ยัง และเจิ้ง กู (Li-Ting Grace Yang & Zheng Gu. n.d.) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับที่เหมาะสมในอุตสาหกรรมไมซ์ ในลาสเวกัส” (Determining the Opimal Capacity for the MICE Industry in Las Vegas) โดยผู้วิจัยได้กล่าวถึง อุตสาหกรรมไมซ์เปรียบเสมือนอุตสาหกรรมที่เพิ่งเกิดและถูกจำกัดในการจัดการวิจัยในวงการ อุตสาหกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในผลปฏิบัติงานทางการเงินและมุมมองควบคุมการจัดการ จุดประสงค์ในการศึกษาวิจัย เพื่อเติมช่องว่างโดยการระบุขีดจำกัดในการรองรับที่เหมาะสมตามผล การวิเคราะห์จากผลประโยชน์ทางการเงินและต้นทุนค่าใช้จ่ายของอุตสาหกรรมไมซ์ ในลาสเวกัสในปีที่ ผ่านมา โดยผลลัพธ์ที่ออกมาจากการศึกษาวิจัย ช่วยให้ผู้วิจัยและผู้ประกอบการได้กำหนดแนวโน้ม สถานภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในลาสเวกัสได้ในระยะเวลาที่กำหนดตามประสิทธิภาพในการทำงาน และความสามารถในการทำกำไร นอกจากนี้ผลลัพธ์ที่ได้มาแสดงให้เห็นไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาของ อุตสาหกรรมไมซ์ในลาสเวกัส ที่เพิ่มมากขึ้นหรือลดลงของขีดการรองรับและการจัดการประเมินวัด ปริมาณขีดความสามารถในการรองรับที่มากขึ้นลดลงได้ ในทางวิชาการ การศึกษาวิจัยนี้ช่วย สร้างงานที่ดีสำหรับการหาค่าที่เหมาะสมที่สุดสำหรับความสามารถในการรองรับในงานวิจัยนี้ โดย ถูกนำมาใช้เป็นทฤษฎีต้นแบบในอุตสาหกรรมไมซ์

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การทำวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์หลักเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้หลักวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการเก็บข้อมูลภาคสนาม เพื่อสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวกลุ่มชาวไทยกลุ่มไมซ์จำนวน 385 คน
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 1) ระเบียบวิธีวิจัย
- 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 5) การวิเคราะห์ข้อมูล

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาและสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีวิจัยดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งมีการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเองและใช้สูตรการคำนวณ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการทำแบบสอบถามหรือแบบทดสอบ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การเก็บแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อสอบถามความคิดเห็นซึ่งประกอบไปด้วยพฤติกรรม ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมที่นักท่องเที่ยวพึงประสงค์
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การออกแบบวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการเพิ่มโอกาสในการพัฒนา

โปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลที่จะทำการศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยจะกำหนดประเด็นการสัมภาษณ์ซึ่งจะอิงจากกรอบแนวคิดการวิจัยเป็นสำคัญในการตั้งประเด็นคำถาม และไม่มี การเรียงลำดับประเด็นหรือคำถามก่อนหลังเหมือนที่กำหนดเอาไว้ คำถามจะเป็นแบบปลายเปิด ส่วน ในการตั้งคำถามแบบสัมภาษณ์ที่ตั้งไว้ล่วงหน้าจะทำให้การจัดทำข้อมูลเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

1.1 เชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

1.2 เชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

2. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

2.1 เชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวไทยที่เดินทางเข้ามาใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยใช้ทฤษฎีของคอคแรน (Cochran) กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน 0.05

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{z^2}{4e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 99 % หรือระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า Z = 2.58

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดให้สัดส่วนประชากรเท่ากับ 0.5 ต้องการระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ ร้อยละ 5 สามารถคำนวณได้ดังนี้

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

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05^2)}$$

$$n = \frac{3.8416}{0.01}$$

$$n = 384.16 \approx 385$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 384.16 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ปรับเป็นจำนวน 385 คน คือนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 385 คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่จริง

2.2 เชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนในการกำหนดนโยบาย วางแผน และประกอบการด้านธุรกิจไมซ์ จำนวน 5 คน โดยผู้วิจัยได้เลือกแบบเจาะจง (Purposive selection) ประกอบด้วย

- 1) ตัวแทนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)
- 2) ตัวแทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
- 3) ตัวแทนจากกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
- 4) ตัวแทนจากศูนย์ประชุม
- 5) ตัวแทนจากบริษัททัวร์

3. กระบวนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้หลักวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยทำการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใน 2 สถานที่ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการวิจัยที่มีการจัดงานรูปแบบไมซ์และถือเป็นสถานที่จัดประชุมของจังหวัดกรุงเทพมหานคร คือ งานวิศวกรรมแห่งชาติ 2560 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และการประชุมเภสัชกรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 9 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 แบบสอบถาม ที่ได้สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนด ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่เป็นภาษาไทยเพื่อใช้สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา การเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร บุคคลร่วมเดินทาง โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบคำตอบเดียว ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) นามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวนทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความต้องการเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร โดยเป็นแบบคำถามแบบเลือกตอบได้หลายคำตอบ และแบบเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ ทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert's Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2548) แบ่งเป็น 5 ระดับ และเกณฑ์การประเมินค่าช่วงคะแนนที่ได้จากการวัดประเภทอันตรภาค ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544) โดยมีมาตราวัดความคิดเห็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	เกณฑ์การประเมิน
1.00-1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด	1 คะแนน
1.81-2.60	เห็นด้วยน้อย	2 คะแนน
2.61-3.40	เห็นด้วยปานกลาง	3 คะแนน
3.41-4.20	เห็นด้วยมาก	4 คะแนน
4.21-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด	5 คะแนน

1.2 แบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในการตั้งประเด็นคำถาม โดยคำถามจะมีลักษณะแบบปลายเปิด ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ความต้องการ ความพร้อม การรองรับ และการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

2. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยทดสอบความตรง จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ดังรายละเอียดดังนี้

2.1 ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content Validity)

การทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ทำการตรวจสอบความครอบคลุมและความชัดเจนของเนื้อหาที่ต้องการวัดกับข้อคำถามโดยการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายในการวัด (Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งดัชนี IOC มีหลักการให้คะแนนดังนี้

-1	หมายถึง	ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการที่ต้องการวัด
0	หมายถึง	ไม่อาจตัดสินว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องหรือไม่สอดคล้อง
1	หมายถึง	ข้อคำถามในความสัมพันธ์กับนิยามปฏิบัติการที่ต้องการวัด

การคัดเลือกข้อคำถามนั้นจะเลือกข้อคำถามที่มีดัชนี IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายในการวัด พบว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 0.84 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 จึงถือว่าแบบสอบถามพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ มีความเที่ยงตรงครอบคลุมและชัดเจนของเนื้อหาที่ต้องการวัดสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายการวัด

2.2 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

หลังจากที่นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิคณะกรรมการแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อใช้ทดสอบความเชื่อมั่น (α -Coefficient) ของครอนบัค (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามซึ่งมีผลการทดสอบ โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.89 ซึ่งสูงกว่า 0.6 แสดงว่าแบบสอบถาม มีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในระดับที่เชื่อถือได้ในกาารวัด

แบบสัมภาษณ์ ใช้วิธีผสมผสานระหว่างการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi Structured Interview) กับการสัมภาษณ์แบบตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า ไม่มีการกำหนดข้อคำถามอย่างตายตัว แต่จะกำหนดไว้เพียงกรอบหรือประเด็นที่จะสัมภาษณ์เท่านั้น โดยอาศัยกรอบและแนวคิด เป็นปัจจัยสำคัญในการตั้งประเด็นคำถาม และจะไม่เรียงลำดับคำถามก่อนหลังเหมือนที่กำหนดเอาไว้ โดยคำถามจะมีลักษณะแบบปลายเปิด เกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกาารท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน เมื่อผู้วิจัยรวบรวม

แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 385 ชุด มาจัดกระทำและการวิเคราะห์ หาค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปดังต่อไปนี้

1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา การเดินทางท่องเที่ยวจากรุงเทพมหานคร ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร บุคคลร่วมเดินทาง จำนวน 10 ข้อ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2) แบบสอบถามพฤติกรรมและความต้องการเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ข้อ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3) แบบสอบถามความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ จำนวน 6 ข้อ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

4) การวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ความถี่ของความคิดเห็นในประเด็นที่สอดคล้องกัน นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อพร้อมความถี่

เชิงคุณภาพ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยใช้การถอดความของความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันและสอดคล้องกันมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วจึงสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างและใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยจะแบ่งการเสนอผลการศึกษาเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้ทำการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซีในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซีในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	238	61.8
หญิง	147	38.2
รวม	385	100

จากตาราง 1 พบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย 238 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 และเพศหญิง 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 ดังนั้นผู้ทำแบบสอบถามเพศชายมีจำนวนมากกว่าเพศหญิง 91 คน

ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
15-19 ปี	1	0.3
20-24 ปี	63	16.4
25-29 ปี	82	21.3
30-34 ปี	68	17.6
35-39 ปี	54	14
40-44 ปี	21	5.5
45-49 ปี	30	7.8
50-54 ปี	31	8.0
55-60 ปี	25	6.5
61 ปีขึ้นไป	10	2.6
รวม	385	100

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 25-29 ปี มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ในช่วงอายุ 30-34 ปี มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 และในช่วงอายุ 20-24 ปี มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และพบว่าในช่วงอายุ 15-19 ปี มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตาราง 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	397	74.5
สมรส	86	22.3
หย่าร้าง	9	2.3
หม้าย	3	0.9
รวม	385	100

จากตาราง 3 พบว่า สถานภาพโสด มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด เท่ากับ 397 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 สถานภาพสมรส มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และสถานภาพหย่าร้าง มีผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และพบว่าสถานภาพหม้าย มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด เท่ากับ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตาราง 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	28	7.3
ปริญญาตรี	267	69.3
สูงกว่าปริญญาตรี	90	23.4
รวม	385	100

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เท่ากับ 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตาราง 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	1	0.3
ธุรกิจส่วนตัว	92	23.9
พนักงานภาคเอกชน	170	44.2
พนักงานภาครัฐ/ รัฐวิสาหกิจ	122	31.6
รวม	385	100

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานเอกชน มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานภาครัฐ/ รัฐวิสาหกิจ มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 และผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวนผู้โดยสารมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตาราง 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	13	3.4
15,001-20,000 บาท	62	16.1
20,001-25,000 บาท	51	13.2
25,001-30,000 บาท	75	19.5
30,001-35,000 บาท	42	10.9
35,001-40,000บาท	38	9.9
40,001-50,000 บาท	30	7.8
50,000 บาทขึ้นไป	74	19.2
รวม	385	100

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 25,001-30,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 50,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ย 15,001-20,000 บาท มีจำนวนมาเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

ตาราง 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ภาคกลาง	184	47.8
ภาคเหนือ	42	10.9
ภาคตะวันออก	36	9.4
ภาคตะวันตก	4	1.0
ภาคใต้	48	12.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	71	18.4
รวม	385	100

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง มีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันตก มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตาราง 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เครื่องบิน	82	21.3
รถทัวร์	74	19.2
รถยนต์ส่วนบุคคล	220	57.2
รถไฟ	9	2.3
รวม	385	100

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้วิธีการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลมีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 220 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางโดยเครื่องบิน มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางโดยรถทัวร์ มีจำนวนผู้โดยสารมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางโดยรถไฟ มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตาราง 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามยานพาหนะในการเดินทาง
ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
แท็กซี่	70	18.2
รถประจำทาง	29	7.5
Shuttle bus ของโรงแรม	6	1.6
เดิน	2	0.5
รถยนต์ส่วนบุคคล	170	44.2
รถไฟฟ้า(BTS, MRT)	90	23.4
จักรยานยนต์	8	2.1
รถทัวร์บริษัท	10	2.5
รวม	385	100

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถไฟฟ้า (BTS/MRT) มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้แท็กซี่ มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้วิธีเดิน มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตาราง 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามบุคคลร่วมเดินทาง

บุคคลร่วมเดินทาง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บริษัท	24	6.2
ครอบครัว	125	32.5
คนเดียว	103	26.8
เพื่อน	133	34.5
รวม	385	100

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางร่วมกับเพื่อน มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางร่วมกับครอบครัว มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางคนเดียว มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางร่วมกับบริษัท มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ใน กรุงเทพมหานคร

แสดงจำนวน และร้อยละ ของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ใน กรุงเทพมหานคร

ตาราง 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และเคยไปในกรุงเทพมหานคร *เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แหล่งที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบและเคยไปในกรุงเทพมหานคร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
วัด/โบราณสถาน	200	17.3
ห้างสรรพสินค้า	273	23.7
พิพิธภัณฑ์	125	10.8
สถานบันเทิง	100	8.7
สปา	39	3.4
แหล่งท่องเที่ยวชุมชน	105	9.1
สวนสาธารณะ	123	10.7
ตลาดนัด	188	16.3
รวม	1153	100

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้างสรรพสินค้า มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 273 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกวัด/โบราณสถาน มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 200 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตลาดนัด มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 188 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกสปา มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 39 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

ตาราง 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ

ประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โรงแรม	171	44.4
โฮสเทล	26	6.8
ที่พักในมหาวิทยาลัย	10	2.6
บ้านเพื่อน	38	9.9
บ้านญาติ	76	19.7
ไม่พักแรม	64	16.6
รวม	385	100

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการโรงแรม มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกพักแรมที่บ้านญาติ มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกไม่พักแรม มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการในที่พักมหาวิทยาลัย มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตาราง 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณที่ใช้จ่ายต่อวันใน กรุงเทพมหานคร

งบประมาณที่ใช้จ่ายต่อวันในกรุงเทพมหานคร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 บาท	108	28.1
501-1,000 บาท	140	36.4
1,001-1,500 บาท	45	11.7
1,501-2,000 บาท	51	13.2
2,001 บาทขึ้นไป	41	10.6
รวม	385	100

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้งบประมาณในการใช้จ่ายต่อวัน 501-1,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้งบประมาณในการใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า 500 บาท มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้งบประมาณในการใช้จ่ายต่อวัน 1,501-2,000 บาท มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้งบประมาณในการใช้จ่ายต่อวัน 2,001 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6

ตาราง 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามจำนวนวันที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร

จำนวนวันที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ครึ่งวัน	66	17.1
1-2 วัน	131	34.0
3-4 วัน	120	31.2
5-6 วัน	32	8.3
7 วันขึ้นไป	36	9.4
รวม	385	100

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกจำนวน 1-2 วัน มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกจำนวน 3-4 วัน มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกครึ่งวัน มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกจำนวน 5-6 วัน มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตาราง 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร

เวลาที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ครึ่งวัน	35	9.1
1-2 วัน	176	45.7
3-4 วัน	124	32.2
5-6 วัน	24	6.2
7 วันขึ้นไป	26	6.8
รวม	385	100

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกจำนวน 1-2 วัน มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกจำนวน 3-4 วัน มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกครึ่งวัน มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกจำนวน 5-6 วัน มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

ตาราง 16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณที่สามารถจ่ายได้ สำหรับการท่องเที่ยว

งบประมาณที่สามารถจ่ายได้สำหรับการท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 บาท	1	0.3
501-1,000 บาท	21	5.5
1,001-1,500 บาท	50	13.0
1,501-2,000 บาท	64	16.6
2,000 บาทขึ้นไป	249	64.6
รวม	385	100

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกงบประมาณในการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว 2,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 249 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกงบประมาณในการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว 1,501-2,000 บาท มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกงบประมาณในการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว 1,001-1,500 บาท มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สาม เท่ากับ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกงบประมาณในการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว น้อยกว่า 500 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครทั้ง 4 ด้าน

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.67	0.57	เห็นด้วยมาก
ด้านกิจกรรม	3.55	0.77	เห็นด้วยมาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.24	0.78	เห็นด้วยปานกลาง
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.54	0.69	เห็นด้วยมาก
รวม	3.50	0.55	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในประเด็นด้านแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคือ 3.67 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57 รองลงมาคือ ประเด็นด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยคือ 3.55 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ประเด็นด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.54 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.69 และผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลางในประเด็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.78

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มขนาดใหญ่	3.89	0.86	เห็นด้วยมาก
2. ความสวยงามของทัศนียภาพ	3.84	0.82	เห็นด้วยมาก
3. ความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยว	3.19	0.92	เห็นด้วยปานกลาง
4. ได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยว	3.45	0.87	เห็นด้วยมาก
5. มีประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย	3.98	0.87	เห็นด้วยมาก
รวม	3.67	0.50	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในประเด็นด้านความสามารถแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยคือ 3.98 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 รองลงมาคือ ประเด็นด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มขนาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ยคือ 3.89 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 ประเด็นความสวยงามของทัศนียภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 และผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลางในประเด็นความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.92

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครด้านกิจกรรม

ด้านกิจกรรม	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. มีกิจกรรมที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	3.70	0.84	เห็นด้วยมาก
2. มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ใหม่ๆ สามารถตอบสนองกับนักท่องเที่ยว	3.68	1.78	เห็นด้วยมาก
3. มีกิจกรรมที่เสริมสร้างทักษะและศักยภาพให้กับนักท่องเที่ยว	3.38	0.85	เห็นด้วยปานกลาง
4. มีกิจกรรมที่สร้างคุณค่าทางด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม	3.43	0.91	เห็นด้วยมาก
รวม	3.55	0.77	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในประเด็นกิจกรรมที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีค่าเฉลี่ยคือ 3.70 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 รองลงมา คือประเด็นด้านกิจกรรมที่สร้างสรรค์ใหม่ๆ สามารถตอบสนองกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคือ 3.68 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.78 ประเด็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าทางด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 และผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลางในประเด็นกิจกรรมที่เสริมสร้างทักษะและศักยภาพให้กับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.85

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครด้านสิ่งแวดล้อม

ด้านสิ่งแวดล้อม	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. มีการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน	3.58	0.93	เห็นด้วยมาก
2. มีป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	3.54	0.96	เห็นด้วยมาก
3. มีเจ้าหน้าที่คอยบริการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว	3.29	0.98	เห็นด้วยปานกลาง
4. มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตฟรี ในแหล่งท่องเที่ยว	2.81	1.14	เห็นด้วยปานกลาง
5. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการภาษาที่สามให้กับนักท่องเที่ยว	2.97	1.04	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	3.24	0.78	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในประเด็นการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยคือ 3.58 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 รองลงมาคือประเด็นด้านบริการป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีค่าเฉลี่ยคือ 3.54 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลางในประเด็นมีเจ้าหน้าที่คอยบริการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 และผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลางในประเด็นมีจุดบริการอินเทอร์เน็ตฟรี ในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 1.14

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เวลานั้นสั้นได้	3.18	1.09	เห็นด้วยปานกลาง
2. สามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้	3.50	0.94	เห็นด้วยมาก
3. แหล่งท่องเที่ยวใกล้กับย่านธุรกิจ	3.82	0.84	เห็นด้วยมาก
4. สามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพมหานคร เช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT)	3.84	0.89	เห็นด้วยมาก
5. การคมนาคมขนส่งมีความปลอดภัย	3.34	1.46	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	3.54	0.69	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในประเด็นด้านความสามารถเข้าถึงโดยระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพมหานคร เช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) มีค่าเฉลี่ยคือ 3.84 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 รองลงมาคือ ประเด็นด้านแหล่งท่องเที่ยวใกล้กับย่านธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยคือ 3.82 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 ประเด็นความสามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94 และผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลางในประเด็นความสามารถในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เวลานั้นสั้นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 1.09

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ เป็นความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผล ดังตารางที่ 22

ตาราง 22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน	1	10.0
การจัดการความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4	40.0
การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	2	20.0
ปัญหาการจราจรติดขัด	2	20.0
การส่งเสริมและพัฒนาด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	1	10.0
รวม	10	100

จากตาราง 22 สามารถสรุปประเด็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีการพัฒนาและปรับปรุงได้ดังนี้ ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การจัดการความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีจำนวนเท่ากับ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ ปัญหาการจราจรติดขัด มีจำนวนเท่ากับ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนเท่ากับ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีจำนวนเท่ากับ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และการส่งเสริมและการพัฒนาด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว มีจำนวนเท่ากับ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในแบบสัมภาษณ์

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน เกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ รวมถึงความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ และแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่มีต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

จากประเด็นเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ผู้วิจัยพบว่า สิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การบริการและการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ซึ่ง มรกต ภูมิพานิช (2560: สัมภาษณ์) ได้ยกตัวอย่างว่า “การต้อนรับ การบริการรถรับส่งไปยังสถานที่ต่างๆ สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ” และ ชาติชาย เทพแบ่ง (2560: สัมภาษณ์) ได้กล่าวไว้ว่า “อุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งด้านที่พัก ด้านร้านอาหาร และด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายและราคาไม่แพง” อีกทั้ง รติวัฒน์ บุญประคอง (2560: สัมภาษณ์) ได้ระบุว่า “สถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน และมีแหล่งที่ให้ศึกษาดูงาน เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการอีก” ในขณะที่ ณัฐวุฒิ คงศรี (2560: สัมภาษณ์) ระบุว่า “ความคุ้มค่าของราคา เป็นสิ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มากที่สุด” ในส่วนของประเด็นที่สร้างความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ปัญหาด้านภาษา และ “การเอาใจเอาเปรียบ” (ชาติชาย เทพแบ่ง. 2560: สัมภาษณ์) รวมถึง “ปัจจัยภายนอก เช่น สภาพอากาศ และปัญหาการจราจรติดขัด” (มรกต ภูมิพานิช. 2560: สัมภาษณ์)

การเดินทางมาร่วมงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

ประเด็นในเรื่องของช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ส่วนมากเดินทางมาร่วมงานธุรกิจไมซ์ ผู้วิจัยพบว่า การเดินทางเข้าร่วมงานของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ “ไม่ได้ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในการจัดงาน เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ไมใช่นักท่องเที่ยวทั่วไป มีเป้าหมายในการเดินทางคือ เพื่อมาประชุม จะมาเป็นกลุ่ม มีกำหนดการในการเข้าประชุมที่แน่นอน” มรกต ภูมิพานิช (2560: สัมภาษณ์) ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ รติวัฒน์ บุญประคอง (2560: สัมภาษณ์) ที่ระบุว่า “นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จะเดินทางมาพร้อมกับหน่วยงาน และมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้ามาศึกษาเรียนรู้จากแหล่งท่องเที่ยวที่ตนไป เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอด” และ “นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เดินทางมาเข้าร่วมงานอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยตลอดปี ซึ่งเป็นการเดินทางที่ไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลทางการท่องเที่ยว” (ชาติชาย เทพแบ่ง.

2560: สัมภาษณ์) ในขณะที่ ญัฐวุฒิ คงศรี (2560: สัมภาษณ์) ได้ระบุว่า “นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เดินทางมามากที่สุดคือช่วง High season ตั้งแต่ พฤศจิกายน-มีนาคม”

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

ศักยภาพของบุคลากรในองค์กรในการรองรับและตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

จากประเด็นในเรื่องของศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์มีเพียงพอที่จะรองรับและตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ผู้วิจัยพบว่า ศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์มีเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ “เนื่องจากมีบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ครบทุกฝ่าย” (ชาติชาย เทพแปง, 2560: สัมภาษณ์) และ “บุคลากรมีประสบการณ์มากพอในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์” (ญัฐวุฒิ คงศรี, 2560: สัมภาษณ์) ในขณะที่ มรกต ภูมิพานิช (2560: สัมภาษณ์) ระบุว่า “ไม่เพียงพอ เพราะไมซ์เป็นศาสตร์ที่เฉพาะ และยังมีบุคลากรที่ขาดความรู้ด้านไมซ์โดยตรงอยู่มาก ดังนั้นบุคลากรต้องได้รับการอบรมเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน”

ศักยภาพและความพร้อมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

ประเด็นเรื่องศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยพบว่า อุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครมีศักยภาพและความพร้อมเพียงพอ เนื่องจาก “กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมหานครแห่งไมซ์ในประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครจึงมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์” ชาติชาย เทพแปง (2560: สัมภาษณ์) และมรกต ภูมิพานิช (2560: สัมภาษณ์) ได้ระบุว่า “โดยส่วนมากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ต้องการศูนย์ประชุมและโรงแรมที่มีสถานที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้ ซึ่งสถานที่ในการรองรับการจัดงานไมซ์ในกรุงเทพมหานครที่มีความพร้อม ได้แก่ ศูนย์เยาวชนกรุงเทพมหานคร (ไทย-ญี่ปุ่น) หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร, พิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานครแห่งที่ 1 จตุจักร สวนสาธารณะ (สวนลุมพินี/สวนเบญจกิติ/สวนสราญรมย์) สนามหลวง สวนสยาม วังสวนผักกาด, ไปรษณีย์กลางบางรัก, สถานที่ศึกษาดูงาน มิวเซียมสยาม, นิทรรศ-รัตนโกสินทร์” ในประเด็นที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ควรปรับปรุงและพัฒนา รติวัฒน์ บุญประคอง (2560: สัมภาษณ์) ได้กล่าวว่า “ผู้ประกอบการควรวางแผนในการส่งเสริมการตลาดในระยะยาว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและเพียงพอต่อการรองรับ”

การพัฒนาและปรับปรุงอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

สำหรับประเด็นที่อุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครควรที่จะพัฒนาและปรับปรุงเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ผู้วิจัยพบว่า อุตสาหกรรมไมซ์ใน

กรุงเทพมหานครยังคงขาดแคลนในด้านความรู้ความสามารถของบุคลากร รวมถึงในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรได้รับการปรับปรุง ดังที่ มรกต ภูมิพานิช (2560: สัมภาษณ์) ได้ระบุว่า “กรุงเทพมหานครยังคงขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ด้านไอซี และยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในเรื่องนี้ โดยเฉพาะ รวมถึงขาดความต่อเนื่องในการวางแผนงานระยะยาวในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไอซีร่วมกัน โดยจะต้องได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการในระดับภาค และการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไอซี ทางออนไลน์ ผ่านสื่อ Social media ที่จำเป็นจะต้องมีความทันสมัยมากขึ้น” และณัฐวุฒิ คงศรี (2560: สัมภาษณ์) ได้กล่าวไว้ว่า “ความสามารถด้านภาษา มีความสำคัญที่สุดรวมไปถึงภาษาที่สามด้วย” รวมถึง ชาติชาย เทพแบ่ง (2560: สัมภาษณ์) และณัฐวุฒิ คงศรี (2560: สัมภาษณ์) มีความเห็นตรงกันว่า “มาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยเป็นประเด็นที่ควรพัฒนาและปรับปรุง”

การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไอซีเพื่อยกระดับภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประเทศไทย

ประเด็นที่อุตสาหกรรมไอซีควรพัฒนาเพื่อยกระดับภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประเทศไทย ผู้วิจัยพบว่า ณัฐวุฒิ คงศรี (2560: สัมภาษณ์) ระบุว่า “ภาพลักษณ์ของประเทศไทยมีความเปราะบางดังนั้นมาตรฐานความปลอดภัยเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศไทย” ในขณะที่ ชาติชาย เทพแบ่ง (2560: สัมภาษณ์) ได้กล่าวว่า “มาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกและความเป็นมืออาชีพของบุคลากร ทั้งนี้บุคลากรจำเป็นต้องมีความรู้จึงจะยกระดับภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประเทศไทยได้” และมรกต ภูมิพานิช (2560: สัมภาษณ์) ได้กล่าวว่า “จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจเรื่องไอซีให้กับคนไทยให้มากกว่านี้ รวมถึงการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไอซีจะต้องสร้างให้เกิดผลดีในระดับชาติ และควรมีการโปรโมทโดยการนำผู้ที่มีชื่อเสียงในประเทศ และในระดับโลก มาช่วยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไอซีให้มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี”

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม

สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไอซีเดินทางไปท่องเที่ยวหลังจากประชุมเสร็จ

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไอซีเดินทางไปท่องเที่ยวหลังประชุมเสร็จ ผู้วิจัยพบว่า สถานที่ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มไอซีมากที่สุด โดยส่วนมากมักจะเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพมหานคร ซึ่ง ณัฐวุฒิ คงศรี (2560: สัมภาษณ์) และชาติชาย เทพแบ่ง (2560: สัมภาษณ์) รวมถึง มรกต ภูมิพานิช (2560: สัมภาษณ์) มีความเห็นตรงกันว่า “วัดที่มีชื่อเสียงของกรุงเทพมหานคร เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร เป็นต้น และการท่องเที่ยวแบบไนท์ไลฟ์ตามสถานที่ขึ้นชื่อของกรุงเทพฯ เช่น Sky Bar @

Le Bua State Tower และ Bar & Restaurant ทองหล่อ เป็นต้น รวมถึงการล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา” เป็นสถานที่ และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มักเดินทางไปท่องเที่ยวหลังการประชุม นอกจากนี้ มรกต ภูมิพานิช (2560: สัมภาษณ์) ได้ระบุไว้ว่า “สถานที่ประเภท Street Food เช่น ถนนเยาวราช และการท่องเที่ยวในรูปแบบเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน รวมถึงสถานที่ประเภทศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น Central World The Platinum Fashion Mall และ Siam Paragon เป็นต้น” ก็เป็นอีกสถานที่ที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

สำหรับข้อเสนอแนะในการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยพบว่า ในการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมจะต้องคำนึงความเหมาะสมของกิจกรรม ความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับ การวางแผนการดำเนินงานและปัจจัยอื่นๆ ดังที่ ชาตศิลา เทพแบ่ง (2560: สัมภาษณ์) ได้กล่าวไว้ว่า “ความเหมาะสมและความหลากหลายในด้านกิจกรรม เช่น การท่องเที่ยวก่อนและหลังประชุม จำเป็นต้องมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่หลากหลายและครบถ้วน” และ “ควรคำนึงถึงความต้องการในการเดินทางของ กลุ่มเป้าหมาย ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดประชุม รวมถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ และต้องคำนึงถึงงบประมาณในการบริหารจัดการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการจัดโปรแกรมการนำเที่ยว ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ เวลา และจำนวนคน ต้องมีการวางแผนและจัดการอย่างเป็นระบบ” (มรกต ภูมิพานิช. 2560: สัมภาษณ์) ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ ญัฐวุฒิ คงศรี (2560: สัมภาษณ์) ที่ระบุถึง “ความสามารถในการรองรับปริมาณของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์” ทั้งนี้ รติวัฒน์ บุญประคอง (2560: สัมภาษณ์) ได้กล่าวว่า “การสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ต้องจัดสัดส่วนในเรื่องของการประชุม หรือการศึกษาดูงาน และการพักผ่อนให้สมดุลกัน และจัดโปรแกรมที่ช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ เกาะกระแสการท่องเที่ยวต่างๆ” นอกจากนี้ กัญญาวรรณ ยุกตะนันท์ (2560: สัมภาษณ์) ได้เสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเลือกสถานที่ในการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ “ควรเป็นสถานที่ต่างๆ ที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพมหานคร เช่น ถนนเยาวราช ถนนข้าวสาร วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร พิพิธภัณฑ์ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่างๆ การแสดงโชว์ต่างๆ เช่น มวยไทย และศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น”

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ประกอบด้วย การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ศึกษาความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานครได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเชิงปริมาณ ทำการศึกษาความคิดเห็น และความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวไทย รวมทั้งสิ้น 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 5 คน ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และแปลผล เพื่อให้ทราบศักยภาพความพร้อมของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ต่อไป ซึ่งสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 238 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 และเพศหญิง 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2

1.2 อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25-29 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมา คือช่วงอายุ 30-34 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 และในช่วงอายุ 20-24 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4

1.3 สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น สถานภาพโสด จำนวน 397 คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

1.4 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3

1.5 อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น พนักงานเอกชน มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 จำนวน รองลงมา คือ พนักงานภาครัฐ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 และ ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น รายได้เฉลี่ย 25,001-30,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ย 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 รายได้เฉลี่ย 15,001-20,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1

1.7 ภูมิภาค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น ภาคกลางจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และ ภาคใต้ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

1.8 วิธีเดินทางมายังกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น รถยนต์ส่วนบุคคลมีจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา คือ เครื่องบินจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และ รถทัวร์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2

1.9 ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมา คือ รถไฟฟ้า (BTS/MRT) จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และ แท็กซี่ มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

1.10 บุคคลร่วมเดินทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เดินทางร่วมกับเพื่อนจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา คือ เดินทางร่วมกับครอบครัว จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และ เดินทางคนเดียว จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.1 แหล่งที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบและเคยไปในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น ห้างสรรพสินค้า จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 รองลงมา คือ วัด/โบราณสถาน จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และ ตลาดนัด จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

2.2 ประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น โรงแรม จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมา คือ ที่พักที่บ้านญาติ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และ ไม่พักแรม จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6

2.3 งบประมาณที่ใช้จ่ายต่อวันในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 501-1,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมา คือ น้อยกว่า 500 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และ 1,501-2,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2

2.4 จำนวนวันที่ใช้เวลาอยู่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น 1-2 วัน จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา คือ จำนวน 3-4 วัน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 และ ครึ่งวัน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1

2.5 เวลาที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น 1-2 วัน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมา คือ 3-4 วัน จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 และ ครึ่งวัน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

2.6 งบประมาณที่สามารถจ่ายได้สำหรับการท่องเที่ยว (ต่อทริป) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น ค่าใช้จ่าย 2,000 บาทขึ้นไป จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมา คือ 1,501-2,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และ 1,001-1,500 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

3.1 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.57) รองลงมา ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.77) และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.69) ตามลำดับ

3.2 องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีประเภทแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.87) รองลงมา คือ ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มขนาดใหญ่ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.86) และ ความสวยงามของทัศนียภาพ ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

3.3 องค์ประกอบด้านกิจกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีกิจกรรมที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.84) รองลงมา คือ มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ใหม่ๆ สามารถตอบสนองกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 1.78) และ มีกิจกรรมที่สร้างคุณค่าทางด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ

3.4 องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.93) รองลงมา คือ มีป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.96) และมีเจ้าหน้าที่คอยบริการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ

3.5 องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพมหานคร เช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.89) รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวใกล้กับย่านธุรกิจ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.84) และ สามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซีในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงข้อเสนอแนะ การจัดการความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว จำนวนคน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ปัญหาการจราจรติดขัด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ การส่งเสริมและสนับสนุน

จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 การส่งเสริมและพัฒนาด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงข้อเสนอแนะ การสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมจะต้องคำนึงความเหมาะสมของกิจกรรม ความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย การเดินทาง การวางแผนการดำเนินงาน และปัจจัยอื่นๆ ความเหมาะสมและความหลากหลายในด้านกิจกรรม เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่หลากหลายและครบถ้วน และควรคำนึงถึงความต้องการในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดประชุม ระยะเวลาในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นต้องเหมาะสม รวมถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ และงบประมาณในการบริหารจัดการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการจัดโปรแกรมการนำเที่ยว ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ เวลา และจำนวนคน ต้องมีการวางแผน และจัดการอย่างเป็นระบบให้ดี และมีประสิทธิภาพมากที่สุด คำนึงถึงความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เป็นหลัก รวมถึงความสามารถในการรองรับปริมาณของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ทั้งด้านสถานที่ บุคลากรในให้บริการ รวมทั้งคุณภาพที่เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่ควรนำไปจัดเป็นโปรแกรมนำเที่ยว ควรเป็นสถานที่ต่างๆ ที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพมหานคร และมีหลากหลายเส้นทางให้นักท่องเที่ยวได้เลือกตามความสนใจไม่ว่าจะเป็นสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร รวมถึงในช่วงเทศกาลที่มีความเป็นเอกลักษณ์น่าสนใจ เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง เทศกาลปีใหม่ไทย หรือเส้นทาง Nightlife และ Bar & Restaurant เช่น ทองหล่อ สุขุมวิท เอกมัย ถนนข้าวสาร เส้นทางที่เน้นไปทาง Street food เช่น เยาวราช เส้นทางท่องเที่ยววิถีชุมชนและวิถีชีวิตริมน้ำ เช่น ล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยา (Dinner cruise) ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำริมคลองลัดมะยม และสถานที่อื่นๆ ที่ให้ความรู้และความเพลิดเพลินกับนักท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่างๆ การแสดงโชว์ต่างๆ เช่น มวยไทย และศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ ศูนย์บำบัดฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ยังควรมีการจัดทำเป็นหนังสือเดินทาง และแผนที่ ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกและเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.8 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด อายุอยู่ในช่วง 25-29 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.3 รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.5 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.8 และพบว่าการศึกษายู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 69.3 และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 25,001-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ฉันทัช วรณณอม (2552) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ที่เข้าร่วมงานนิทรรศการนานาชาติ ซึ่งรวมทั้งผู้ไปออกงานนิทรรศการและผู้เข้าร่วมชมงาน มักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและมีความสามารถในการใช้จ่ายมาก อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นคนที่มีการศึกษาระดับสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554) ที่ได้กล่าวว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์นั้นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงและเป็นผู้นำด้านความคิด

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพมหานคร จะเป็นสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้กล่าวไว้ว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาใน 6 ด้านด้วยกันคือ 1) ประเภทของการคมนาคมขนส่งที่จะให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาว่าจะใช้การขนส่งประเภทใดเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ จึงจะเหมาะสม หรือจะใช้ขนส่งหลายประเภทร่วมกันไป เช่น การขนส่งด้วยรถยนต์ การขนส่งด้วยรถไฟ การขนส่งด้วยเรือ การขนส่งด้วยเครื่องบิน เป็นต้น 2) เส้นทาง การขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงสภาพการเดินทาง ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และมาตรฐานในระดับสากลของเส้นทาง 3) การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงจำนวนที่เพียงพอ มีคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความปลอดภัยของรถสาธารณะและรถนำเที่ยวที่ให้บริการ 4) แบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยพิจารณาถึงยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ และการเดินทางแบบส่วนตัวและแบบครอบครัว 5) บริเวณอำนวยความสะดวกให้แก่ยานพาหนะ เช่น สถานีขนส่ง ที่จอดรถ ที่ล้างรถ เป็นต้น 6) ปัญหาการจราจรที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงปัญหาการจราจรที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาที่จอดรถ ปัญหาจราจรติดขัด ปัญหาเรื่องเสียงรบกวนนักท่องเที่ยว ปัญหาอากาศเป็นพิษ เป็นต้น

จากข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ พบว่า การเดินทางเข้าร่วมงานในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและฤดูกาล เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ไม่ใช่นักท่องเที่ยวทั่วไป มีเป้าหมายในการเดินทางคือ เพื่อมาประชุม และมีกำหนดการในการเข้าประชุมที่แน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ สมบัติ กุสุมาวดี และคณะ (2551) ได้กล่าวไว้ว่า การประชุมสามารถจัดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาเป็นครั้งๆ ไปหรืออาจมีขึ้นเป็นประจำในช่วงเวลาที่แน่นอน เช่น การประชุมประจำวัน หรือการประชุมประจำปี เป็นต้น

การศึกษาความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มขนาดใหญ่ค่อนข้างดี นอกจากนี้ยังมีความหลากหลายของกิจกรรมที่สามารถตอบสนองกับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ กฤษ เตชะประเสริฐ (2556) ได้กล่าวไว้ว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ วายน้ำ หรือ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดูนก กิจกรรมส่องสัตว์ และกิจกรรมแสง สีเสียง ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น และผู้วิจัยยังพบว่า สิ่งที่คุณประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ควรที่จะมุ่งเน้นการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์อย่างครบถ้วนให้มากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษ เตชะประเสริฐ (2556) ที่ได้กล่าวว่า ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก มาตรฐานในเรื่องที่พักและอาหารแก่นักท่องเที่ยว การติดต่อเข้าใจในภาษา การให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

จากข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครมีศักยภาพและความพร้อมในการรองรับที่เพียงพอ เนื่องจาก กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมหานครแห่งไมซ์ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุษฎี ช้วยสุข และดลฤทัย โกววรรณกุล (2558) ได้กล่าวว่า ด้านภาพรวมของศักยภาพในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมและสามารถรองรับการเป็นไมซ์ซิตี้

การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานครได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชื่นชอบมากที่สุด คือ ห้างสรรพสินค้า โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ฉันทัช วรรณถนอม (2552) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน นั้นเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ที่แตกต่างออกไปจากในชีวิตประจำวันที่ทำอยู่ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการที่จะหนีหนีจากสภาพชีวิตประจำวันที่จำเจและเร่งรีบของนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชื่นชอบรองลงมาคือ วัดและโบราณสถาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติ สวรรค์ และวารีย์ (1976 อ้างอิงใน จุฑามาศ ไชยศร. 2536) ซึ่งได้เสนอ เหนือในการวัดความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศตุรกีไว้ 17 ตัวแปร แล้วรวมเป็น 5 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มธรรมชาติ ได้แก่ ความงามทางธรรมชาติ และสภาพภูมิอากาศ 2) กลุ่มสังคม ได้แก่ งานประเพณี ลักษณะเด่นของพื้นที่บ้าน 3) กลุ่มทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ซากโบราณ ความสำคัญทางศาสนา และเอกลักษณ์ความเด่นชัดทางประวัติศาสตร์ 4) ด้านความบันเทิงและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ 5) โครงสร้างพื้นฐานอาหารและที่พัก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ประเภทที่พักที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เลือกใช้บริการมากที่สุด คือ โรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ เจริญ หล่อวิมล (2549 อ้างอิงใน สุทธาสินี จำปาจี. 2556) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจมีแนวโน้มจะใช้บริการของโรงแรมในระดับดีถึงดีมาก ซึ่งก่อให้เกิดการจ้างงานและรายได้เพิ่มมากขึ้น

ในขณะที่ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ พบว่า สถานที่ที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร และห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2532 อ้างอิงใน จุฑามาศ ไชยศร. 2536) ได้เสนอถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลักๆ ดังนี้ 1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความเก่าแก่ของประวัติความเป็นมา สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ เป็นต้น 2) สภาพการเข้าถึง เช่น สภาพของเส้นทาง ระยะเส้นทาง จากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น 3) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น 4) สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ เป็นต้น 5) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดทางพื้นที่ ข้อจำกัดทางการบริการ เป็นต้น 6) การเป็นที่รู้จักในปัจจุบัน ได้แก่ การเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ

นิตยสาร Travel and Leisure (2011 อ้างอิงใน สมบัติ กาญจนกิจ . 2557) ที่ได้ระบุว่า กรุงเทพมหานครได้รับการโหวตเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับ 1 ของโลก ในปี พ.ศ. 2551 พ.ศ. 2553 พ.ศ. 2555 และ พ.ศ. 2556 ซึ่งมีเกณฑ์ในการจัดอันดับเมืองท่องเที่ยว 10 อันดับที่ดีที่สุดในปี 2011 (World's Best Award) ของนิตยสาร Travel and Leisure นั้น พิจารณาได้จากสถานที่ ทัศนียภาพ ความสวยงามและร่มรื่น ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี อาหารและภัตตาคาร แหล่งช้อปปิ้ง ความเป็นมิตรของผู้คน ความคุ้มค่าของเงิน ซึ่งกรุงเทพมหานครมีศักยภาพตามเกณฑ์ดังกล่าวครบถ้วน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สร้างโปรแกรมท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 4 เส้นทาง คือ 1) เส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ประกอบด้วย สวนเบญจ-สิริ ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ ศูนย์การค้าเทอมินอล 21 เฮลท์แลนด์ และเยาวราช 2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย วัดราชนันทารามมหาวิหาร นิทรรศรัตนโกสินทร์ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร มิวเซียมสยาม วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร และล่องเรือสำราญ 3) เส้นทางท่องเที่ยวยามราตรี ประกอบด้วย เอเชียทีคเดอะริเวอร์ฟรอนท์ และ Siroco&Sky Bar @Lebua At State Tower 4) เส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย ภูมิเงิน คลองบางหลวง ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดวังหลัง และท่ามหาราช ดังนี้



ONE DAY TRIP RELAXING ROUTE

การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน

สวนเบญจสิริ - Emquartier – Terminal 21- Health land – เยาวราช

9.00 น. สวนเบญจสิริ เป็นสวนสาธารณะที่ให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนตามอัธยาศัย

10.00 น. ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ เป็นศูนย์การค้าที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ และได้รวบรวมร้านค้าแบรนด์เนมชั้นนำระดับโลก และชั้นนำของไทย มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียง หลากหลายสัญชาติ ภายในห้างนั้นยังมีสวนลอยฟ้าที่สามารถให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมได้อีกด้วย

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน

13.00 น. ศูนย์การค้าเทอร์มินอล 21 โศภค เป็นศูนย์การค้าที่ภายในมีการผสมผสานการตกแต่งตามบรรยากาศของเมืองที่สำคัญของโลก เช่น ฮิสตันบูล โตเกียว ซานฟรานซิสโก เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศที่แปลกใหม่ในรูปแบบของศูนย์การค้า

15.00 น. เฮลท์ แลนด์ เป็นสถานที่ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ผ่อนคลายไปการนวดแผนไทย นวดอโรมา และการทำสปาต่างๆ เพื่อลดความเมื่อยล้าไปกับการเดินทางเที่ยว

18.00 น. เติมน้ะ ไซม วิลล์ บนถนนเยาวราชนั้นขึ้นชื่อเรื่องของกินอร่อย ตั้งแต่ต้นจนสุดปลายถนน เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวสามารถ เข้ามาลิ้มชิมรสอาหารจีนแบบต้นตำรับ แต่นอกจากอาหารจีนแล้วยังมีของกินอร่อยทั้งคาวหวานอีกมากมาย




ภาพที่ 1

ชื่อ One Day Trip Relaxing Route การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน

ที่มา ผู้วิจัย (2560)



ONE DAY TRIP
CULTURAL ROUTE
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วัดราชบัณฑิตยสถาน - นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ - วัดพระศรีรัตนศาสดาราม - วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
วัดราชบัณฑิตยสถาน - มิวเซียมสยาม - วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร - ล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยา

9.00 น. วัดราชบัณฑิตยสถาน เป็นวัดที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 เพื่อเยี่ยมชมโลหะปราสาท ซึ่งเป็นโลหะปราสาทองค์แรกและองค์เดียวของประเทศไทยและถือเป็นองค์ที่สามของโลก

10.00 น. นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ เป็นศูนย์กลางเรียนรู้ข้อมูล และแหล่งรวบรวมความรู้ทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม ของยุคกรุงรัตนโกสินทร์ ที่สมบูรณ์แบบที่สุดในประเทศไทย

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน

13.00 น. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม เป็นวัดที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 1 ที่ตั้งอยู่ในเขตพระบรมมหาราชวัง พร้อมกับกราบสักการะ พระพุทธรูปสำคัญรัตนปฏิมากร หรือ พระแก้วมรกต เพื่อความเป็นสิริมงคลให้กับตนเอง

14.00 น. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ที่เป็นวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศไทย และได้รับการขึ้นทะเบียนจาก ยูเนสโกให้เป็นมรดกความทรงจำโลกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เนื่องจากเป็นที่รวมจารึกสรรพวิชา หลายแขนง อาทิ เช่น หมวดตำรายาแพทย์โบราณ หมวดวรรณคดีไทย หมวดสุภาพชน หมวด พระพุทธศาสนา เป็นต้น พร้อมกับสักการะพระพุทธรูปที่สำคัญ ซึ่งเป็นพระพุทธรูปที่มีขนาดใหญ่เป็น อันดับ 3 ของประเทศ

15.00 น. มิวเซียมสยาม เป็นพิพิธภัณฑ์แห่งการเรียนรู้ เกี่ยวกับความเป็นมาของชนชาติไทย มีการนำเสนอ ผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ

17.00 น. มังเรือข้ามฟากไปยังวัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร เป็นวัดที่สร้างในสมัยกรุงธนบุรี โดยพระเจ้าตากสินมหาราช ภายในวัดนั้นมีพระปรางค์ที่สูงที่สุดในประเทศ และเป็นวัดที่ได้รับการจัด อันดับให้เป็น 1 ใน 10 สถานที่ทางพระพุทธศาสนาที่มีชื่อเสียงที่สุดในประเทศไทยอีกด้วย พร้อมทั้ง ชมพระอาทิตย์ตกยามเย็นริมแม่น้ำเจ้าพระยา

18.00 น. ล่องเรือสำราญรับประทานอาหารมื้อค่ำริมแม่น้ำเจ้าพระยา พร้อมชมบรรยากาศยามค่ำคืน ของกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 2

ชื่อ One Day Trip Cultural Route การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ที่มา ผู้วิจัย (2560)



- 18.00 น. พานักท่องเที่ยวมาที่ เอเชียทีกดเดอะริเวอร์ฟรอนท์ เป็นโครงการริมน้ำขนาดใหญ่ที่แรกของกรุงเทพฯ ที่รวมแหล่งช้อปปิ้ง อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ภายในสถานที่เดียวกัน ภายใต้วัฒนธรรมที่แข็งแกร่งนั่นคือสิ่งที่ทำให้แตกต่างจากห้างสรรพสินค้าอื่นๆ ที่ยังคงความสมดุลระหว่างประเพณีดั้งเดิมและความทันสมัย โดยกิจกรรมไฮไลท์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วม คือ
- Asiatique Sky ให้นักท่องเที่ยวได้ขึ้นชิงช้าสวรรค์ยักษ์สูงกว่า 60 เมตร เพื่อขึ้นไปชื่นชมกับทัศนียภาพมุมสูงยามเย็นหรือยามค่ำคืนของแม่น้ำเจ้าพระยา
 - Muay Thai Live: The Legend Lives โชว์การแสดงศิลปะการต่อสู้มวยไทยผ่านเรื่องราวการต่อสู้ของฮีโร่มวยไทยคนสำคัญในยุคโบราณ มาสู่ยุคของการต่อสู้มวยไทยในปัจจุบันผสมผสานเข้ากับศิลปะการแสดงร่วมสมัย เกิดเป็นเรื่องราวความบันเทิงแบบครบรส
- 21.00 น. พานักท่องเที่ยวมารับประทานอาหารมื้อค่ำที่ Sirocco & Sky Bar @ Lebua at state tower ร้านอาหารสุดหรูที่ตั้งอยู่บนชั้น 63 ของโรงแรมเลอบัวแอกเสตททาวเวอร์ ซึ่งความงดงามของ Sirocco นั้นเคยได้รับการจัดอันดับเป็นภัตตาคารบนตาดฟ้าที่น่าอัศจรรย์อันดับ 2 ของโลก รองจาก Luna Roof Top Tapas Bar ของเม็กซิโก สามารถดื่มด่ำกับบรรยากาศริมน้ำเจ้าพระยาและวิวกรุงเทพมหานครได้แบบ 360 องศา



ภาพที่ 3

ชื่อ Half-Day Trip Nightlife Route การท่องเที่ยวยามราตรี

ที่มา ผู้วิจัย (2560)



ONE DAY TRIP
Community Route
การท่องเที่ยวชุมชน

กุฎีจีน - คลองบางหลวง - ตลาดน้ำตลิ่งชัน - ตลาดวังหลัง - ท่ามหาราช

9.00 น. พานักท่องเที่ยวมายังชุมชนกุฎีจีน ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานครที่ยังคงความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีการผสมผสานระหว่างศาสนา ทั้ง 3 ศาสนาเข้าด้วยกัน คือ พุทธ คริสต์ และอิสลาม โดยภายในชุมชนนั้นจะมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชม ได้แก่ โบสถ์ซางตาครูส พิพิธภัณฑ์บ้านกุฎีจีน ศาลเจ้าเกียนอันเกง และวัดกัลยาณมิตร และกิจกรรมหลักคือให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองขนมขึ้นชื่อของชุมชน คือ ขนมฝรั่งกุฎีจีน ซึ่งเป็นขนมโบราณอายุมากกว่า 200 ปี ซึ่งเล่าต่อกันมาว่าได้รับอิทธิพลมาจากขนมต้นตำรับของชาวโปรตุเกส

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน

13.00 น. พานักท่องเที่ยวมายังชุมชนคลองบางหลวง คือชุมชนเก่าแก่ริมน้ำ ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา คลองบางหลวง หรือ คลองบางกอกใหญ่ เดิมเคยเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาสายเดิมมาก่อน ภายในชุมชนนั้น มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ คือ บ้านศิลปิน ซึ่งเป็นบ้านเก่าของ "ตระกูลรักสำราจ" เป็นตระกูลช่างทองเก่าแก่ เป็นอาคารไม้ทรงมะนิลารูปตัวแอลที่สร้างล้อมรอบเจดีย์เก่า ซึ่งภายในนั้นจะมีการจัดแสดงเกี่ยวกับงานศิลปะต่างๆของศิลปิน

14.30 น. พานักท่องเที่ยวมาเลือกซื้อสินค้าจากชุมชนที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นตลาดน้ำใจกลางเมืองกรุง ถือว่าเป็นตลาดน้ำที่ยังคงวิถีชีวิตความเป็นชาวสวนริมคลองและยังคงรักษารมรชาติเอาไว้ด้วยกันอย่างลงตัว ภายในตลาดจะมีพืชและผลไม้ที่คนในชุมชนนั้นปลูกเพื่อนำจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ

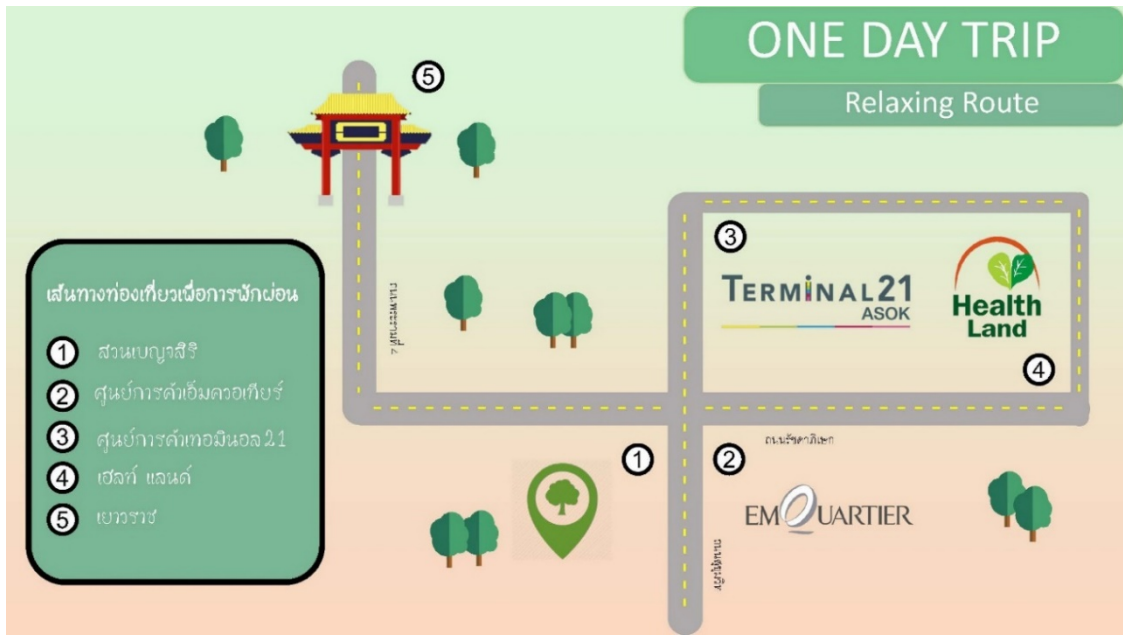
16.30 น. พานักท่องเที่ยวเลือกซื้อของกินที่ตลาดวังหลัง ซึ่งถือว่าเป็นตลาดที่มีความสำคัญมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ภายในตลาดนั้นจะมีสินค้ามือสอง รวมถึงของกินต่างๆที่ขึ้นชื่อในตลาดแห่งนี้ เช่น วังหลังเบเกอรี่ อรทัยซูชิ เป็นต้น

18.00 น. พานักท่องเที่ยวข้ามฟากกลับมาที่ท่ามหาราช เป็นคอมมูนิตี้มอลล์ที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา โดยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่อุดมไปด้วยศิลปะ และมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน พร้อมให้นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารมื้อเย็นพร้อมชมบรรยากาศพระอาทิตย์ตกดินแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งว่าเป็นจุดชมวิวยอดนิยมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 4

ชื่อ One Day Trip Community Route การท่องเที่ยวชุมชน

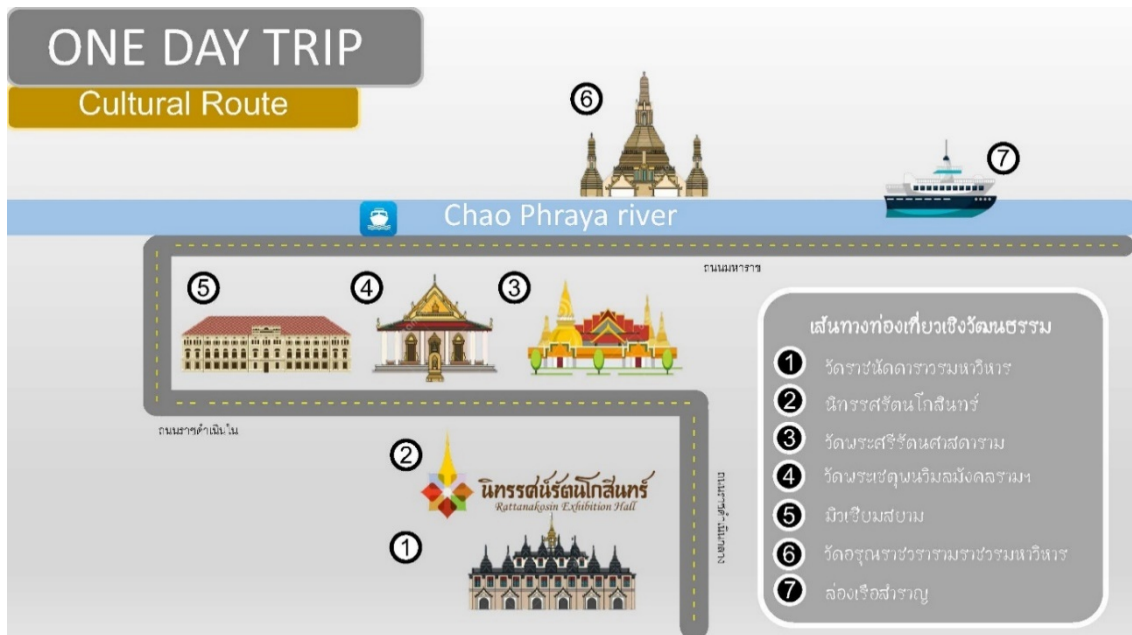
ที่มา ผู้วิจัย (2560)



ภาพที่ 5

ชื่อ เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน Relaxing Route

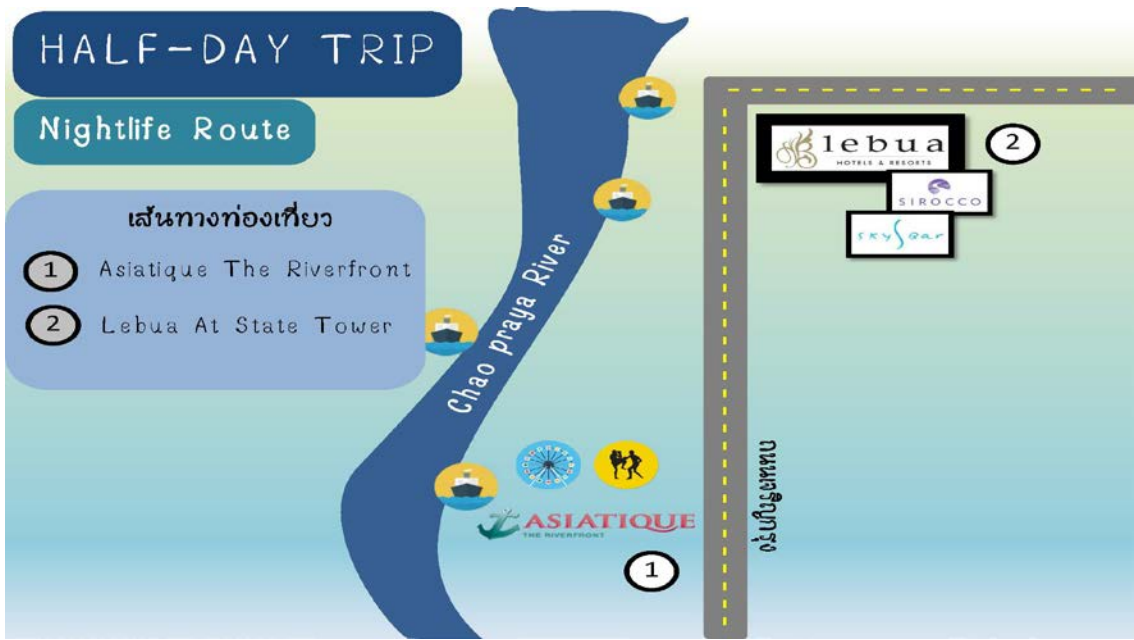
ที่มา ผู้วิจัย (2560)



ภาพที่ 6

ชื่อ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Cultural Route

ที่มา ผู้วิจัย (2560)



ภาพที่ 7

ชื่อ เส้นทางท่องเที่ยวยามราตรี Nightlife Route

ที่มา ผู้วิจัย (2560)



ภาพที่ 8

ชื่อ เส้นทางท่องเที่ยวชุมชน Community Route

ที่มา ผู้วิจัย (2560)

ข้อเสนอแนะของการวิจัย

ข้อเสนอแนะ APPLICATIONS

แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE

- A = Attraction การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ
- P = Planning การวางแผนและการจัดการการดำเนินการการท่องเที่ยว
- P = Personnel การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้ ความสามารถ และการบริการที่เป็นมืออาชีพ
- L = Language การส่งเสริมทักษะด้านภาษาให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- I = Innovation การนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
- C = Cleanness การให้ความสำคัญกับความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
- A = Activity การเสริมสร้างกิจกรรมที่มีประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว
- T = Traffic การยกระดับแนวทางในการแก้ไขปัญหาการจราจรติดขัด
- I = Information การประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์อย่างทั่วถึง
- O = Organization การส่งเสริมให้องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์
- N = Networking การพัฒนาระบบเครือข่ายออนไลน์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง
- S = Safety การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในกรุงเทพมหานคร

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ (Attraction)

- 1.1 พัฒนาความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวควรมีความหลากหลาย

2. การวางแผนและการจัดการการดำเนินการการท่องเที่ยว (Planning)

- 2.1 วางแผนและกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน
- 2.2 วางแผนการบริหารจัดการโปรแกรมนำเที่ยวอย่างเป็นระบบ
- 2.3 วางแผนการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ให้สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม

3. การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้ ความสามารถ และการบริการที่เป็นมืออาชีพ (Personnel)

- 3.1 ส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และมีความเชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.2 ส่งเสริมให้บุคลากรมีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และมีโอกาสในการพัฒนาความสามารถของตน
- 3.3 ส่งเสริมให้บุคลากรมีใจรักในการบริการและให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ

4. การส่งเสริมทักษะด้านภาษาให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Language)

- 4.1 อบรมและพัฒนาทักษะความรู้ด้านภาษา ทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นๆ แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 4.2 จัดสรรบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านภาษามาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

5. การนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (Innovation)

- 5.1 นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่มสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น การสร้างสรรค์แอปพลิเคชันที่สามารถบอกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว หรือการจับจองสถานที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางระบบออนไลน์ หรือแอปพลิเคชัน เป็นต้น
- 5.2 สนับสนุนให้มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสิ่งดึงดูดใจและความแปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเปิดโครงการ การใช้เทคโนโลยี หรือการสร้างสิ่งประดิษฐ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ซึ่งสามารถสร้างความโดดเด่นให้แก่แหล่งท่องเที่ยวได้

6. การให้ความสำคัญกับความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (Cleanness)

6.1 รมรณรงค์ให้เกิดการปลูกจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดภายในแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

6.2 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดการด้านความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว

6.3 สนับสนุนให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดสรรบุคลากรในการจัดการและสร้างทัศนียภาพที่สวยงามให้แก่แหล่งท่องเที่ยว

7. การเสริมสร้างกิจกรรมที่มีประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว (Activity)

7.1 ส่งเสริมความหลากหลายทางด้านกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว

7.2 รมรณรงค์ให้มีการจัดกิจกรรมที่สามารถส่งเสริมให้เกิดทักษะและพัฒนาศักยภาพแก่นักท่องเที่ยว

7.3 สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมที่สร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ

8. การยกระดับแนวทางในการแก้ไขปัญหาการจราจรติดขัด (Traffic)

8.1 รมรณรงค์ให้เกิดการจัดการด้านการจราจรให้มีความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว

8.2 สนับสนุนให้มีการใช้ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ เพื่อลดปัญหาการจราจรติดขัด

8.3 สนับสนุนให้มีการหลีกเลี่ยงเส้นทางที่มีการจราจรติดขัด โดยการเลือกใช้เส้นทางที่ได้รับผลกระทบจากการจราจรน้อยที่สุด

9. การประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์อย่างทั่วถึง (Information)

9.1 ส่งเสริมให้มีการจัดเตรียมและนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปอย่างครอบคลุม

9.2 สนับสนุนให้มีป้ายประชาสัมพันธ์หรือป้ายสื่อความหมายในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

9.3 ส่งเสริมการนำเสนอความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ผ่านสื่อต่างๆ

10. การส่งเสริมให้องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (Organization)

10.1 รมรณรงค์ให้องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนให้ความช่วยเหลือในด้านของการประสานงานระหว่างธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

10.2 กระตุ้นให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญและส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ เพื่อให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันในระดับโลก

11. การพัฒนาระบบเครือข่ายออนไลน์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง (Networking)

- 11.1 ส่งเสริมให้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท
- 11.2 พัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเสถียรและมีประสิทธิภาพ
- 11.3 ส่งเสริมให้มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตในแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

12. การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในกรุงเทพมหานคร (Safety)

- 12.1 พัฒนาการจัดการระบบความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ตรงตามมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล เพื่อรักษาความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
- 12.2 พัฒนาหน่วยงานและบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบความปลอดภัยด้านการตรวจคนเข้าเมืองอย่างเคร่งครัด เพื่อลดความเสี่ยงของการเกิดอาชญากรรมในประเทศ
- 12.3 พัฒนาความปลอดภัยในด้านระบบการขนส่งในกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ศึกษาความต้องการและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่
3. ศึกษาแนวทางการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในกรุงเทพมหานคร
4. ศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนามาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ
5. ส่งเสริมแนวทางในการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้ ความสามารถ ในด้านอุตสาหกรรมใหม่ และมีทักษะทางด้านภาษาเพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- จิรพร จันลา. (2556). แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2556/b180591.pdf>
- จุฑามาศ ไชยสร. (2536). การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวใน จังหวัดแม่ฮ่องสอน (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2547). การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้าพรินติ้ง.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- ดุษฎี ช่วยสุข, และดลฤทัย โกววรรณะกุล. (2558). การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นเพื่อรองรับการเป็นไมซ์ฮับที่ดีของประเทศไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 10(1). สืบค้น 20 กันยายน 2560, จาก <https://archives.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/download/35504/29511>
- ทวีป ศิริวิธมี, และอภิรักษ์ ปัญญาภาพ. (2549). การเปรียบเทียบความต้องการใช้บริการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของพนักงานในอุตสาหกรรมรถยนต์และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ: กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ทีมข่าวฐานเศรษฐกิจ. (2560, 19 กรกฎาคม). ผอ.ทีเส็บคนใหม่ ชู 4 แนวทางยกระดับ “ไมซ์”. **ฐานเศรษฐกิจ**. สืบค้นจาก <http://www.thansettakij.com/content/182038>
- นิมิต ชุ่มสั้น. (2558). การประเมินคุณภาพการบริการของสถานที่จัดประชุมในจังหวัดภูเก็ต. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**, 11(2). สืบค้น 20 กันยายน 2560, จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/download/65759/53755+&cd=1>
- นิตา ชัชกุล. (2555). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วี.พรินท์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2554). **ธุรกิจไมซ์**. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- ภาคจิรา แสนใจ, และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2558). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว
รูปแบบไมซ์ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 11(1).
สืบค้น 20 กันยายน 2560, จาก <http://gstm.nida.ac.th/jitt/images/255814.pdf>
- วัลย์พร ริวตระกูลไพบูลย์. (2557). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิทย์ เทียงบูรณธรรม. (2537). **พจนานุกรมไทย-อังกฤษ**. กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.
- วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวกรุงเทพ. (ม.ป.ป.). **ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์ของ
กรุงเทพมหานคร**. สืบค้น 25 กันยายน 2560, จาก
http://www.bcbat.ac.th/pdf_st/pdatacenter1/social.pdf
- วิทยาลัยสารพัดช่างพระนคร. (ม.ป.ป.). **ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร**.
สืบค้น 20 กันยายน 2560, จาก <http://itcenter.bpc.ac.th/data/province.pdf>
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคณะ. (2548). **การวิจัยการตลาด ฉบับมาตรฐาน**. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อินฟอส-
ซิเน็ตเวิร์ล.
- ศรีประภา ชัยวรวัฒน์. (2545). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง** (สารนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2557). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ขอนแก่น: ห้างหุ้นส่วนโรงพิมพ์คลัง นานา-
วิทยา.
- ศูนย์ภูมิอากาศ สำนักพัฒนาอุตุนิยมวิทยา. (ม.ป.ป.). **ภูมิอากาศกรุงเทพมหานคร**. สืบค้น 25
กันยายน 2560, จาก [http://climate.tmd.go.th/data/province/กลาง/ภูมิอากาศ
กรุงเทพมหานคร.pdf](http://climate.tmd.go.th/data/province/กลาง/ภูมิอากาศ
กรุงเทพมหานคร.pdf)
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2557). **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมบัติ กุสุมาวลี และคณะ. (2551). **โครงการจัดทำบทสรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์ความ
เหมาะสมในการก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่**.
กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ และสำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม (2556). **แผนกลยุทธ์กระทรวง
คมนาคม พ.ศ. 2554-2558 (ฉบับปรับปรุง)**. สืบค้น 25 กันยายน 2560, จาก
http://www.mot.go.th/file_upload/2558/Draf_mot_plan2554-2558.pdf

สิริกร เลิศลักษณ์ธาร. (2559). **รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

สิริวิภา จิรวัดน์อนันต์. (2553). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สิริวิภา จิรวัดน์อนันต์. (2553). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก http://ir.swu.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/3478/Sirivipa_J.pdf?sequence=1

สุทธาสินี จำปาจี. (2556). **การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของการจัดประชุมวิชาการระดับนานาชาติ จังหวัดขอนแก่น** (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2556/SUTASINEE%20%20JAMPAJE/E/01_cov.pdf

สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล. (2548). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดชุมพร** (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุวีร์ณัฐ ใสภณศิริ. (2554). **การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: บริษัท ที คิว พี จำกัด.

ไสว รักษาชาติ. (2551). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ทั่วไปอิสระเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Abulibdeh, A., & Zaidan, E. (2017, August). Empirical analysis of the cross-cultural information searching and travel behavior of business travelers: A case study of MICE travelers to Qatar in the Middle East. *Applied Geography*, 85, 152-162.

- Buathong, K., & Chun Lai, P. (2017, July). Perceived Attributes of Event Sustainability in the MICE Industry in Thailand: A Viewpoint from Governmental, Academic, Venue and Practitioner. *Sustainability*, 9(1151), 1-20.
- Mistilis, N., & Dwyer, L. (1999, November). Tourism gateways and regional economies: the distributional impacts of MICE. *International Journal of Tourism Research*, 1(6), 441-457.
- Phophan, K. (2017, March). Factors Influencing the Decision Making of Foreign Mice Visitors to Revisit. *Faculty of Humanities and Social Sciences*, 1-5.
- Thailand Convention & Exhibition Bureau. (2015). **Mice in Asean**. Retrieved October 1, 2017, from <https://www.businesseventsthailand.com/fileadmin/>
- Thailand Convention & Exhibition Bureau. (2015). **Convention and Exhibition Centres in Bangkok include**. Retrieved October 1, 2017, from https://www.businesseventsthailand.com/fileadmin/user_upload/documents/mice-journal/MICE_Journal_Issue_5.pdf
- Ting Yang, L., & Gu, Z. (2011, November). Determining the Optimal Capacity for the MICE Industry in Las Vegas. *William F. Harrah College of Hotel Administration*, 1-12.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมืองานวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมืองานวิจัย

1. อาจารย์ ดร.กฤติกา สายณะวัตรชัย อาจารย์ประจำ
สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะพัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.กิงกนก เสาวภาวงศ์ อาจารย์ประจำ
สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะพัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา อาจารย์ประจำ
สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะพัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. อาจารย์ ดร.จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด อาจารย์ประจำ
สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะพัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. อาจารย์ อัญชัญ ตัณฑเทศ อาจารย์ประจำ
สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะพัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

1. คุณกัญญวรรณ ยุกตะนันท์ ผู้อำนวยการฝ่ายบริการลูกค้า ศูนย์การประชุมแห่งชาติ-
สิริกิติ์
2. คุณชาติชาย เทพแปง ผู้อำนวยการฝ่ายสำนักงานผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริม
การจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)
3. คุณณัฐวุฒิ คงศิริ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท Easy Tours
4. คุณมรกต ภูมิพานิช นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ กองการท่องเที่ยว
กรุงเทพมหานคร
5. คุณรติวัฒน์ บุญประคอง หัวหน้างานพัฒนาและส่งเสริมการตลาดภาคตะวันออกเฉียง
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม
ไมซ์
ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษารายวิชาพื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

2. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ด้านความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

3. กรุณาตรวจสอบว่าท่านได้ตอบแบบสอบถามได้อย่างครบถ้วนก่อนส่งแบบสอบถามคืน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำหรับความอนุเคราะห์ของท่านในครั้งนี้

นิสิตคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามชุดที่

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้ โดยใช้เครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างซึ่งข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อนำไปใช้ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ 15-19 ปี 20-24 ปี 25-29 ปี 30-34 ปี 35-39 ปี
 40-44 ปี 45-49 ปี 50-54 ปี 55-60 ปี 61 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง หม้าย
4. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว พนักงานภาคเอกชน
 พนักงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001-20,000 บาท
 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท
 30,001-35,000 บาท 35,001- 40,000 บาท
 40,001-50,000 บาท 50,000 บาทขึ้นไป
7. ภูมิลำเนา ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก
 ภาคตะวันตก ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

8. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครด้วยวิธีใด
- เครื่องบิน รถทัวร์ รถยนต์ส่วนบุคคล
- รถไฟ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
9. ท่านใช้ยานพาหนะใดในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
- แท็กซี่ รถประจำทาง Shuttle bus ของโรงแรม
- เดิน รถยนต์ส่วนบุคคล รถไฟฟ้า (BTS, MRT)
- รถสามล้อ จักรยานยนต์ รถทัวร์บริษัท
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. บุคคลร่วมเดินทาง บริษัท ครอบครัว คนเดียว
- เพื่อน อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

1. แหล่งที่ท่องเที่ยวที่ท่านชื่นชอบและเคยไปในกรุงเทพมหานคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- วัด/โบราณสถาน ห้างสรรพสินค้า พิพิธภัณฑ์
- สถานบันเทิง สปา แหล่งท่องเที่ยวชุมชน
- สวนสาธารณะ ตลาดนัด อื่นๆ (โปรดระบุ).....
2. ประเภทที่พักที่ท่านเลือกใช้บริการ
- โรงแรม โฮสเทล ที่พักในมหาวิทยาลัย บ้านเพื่อน
- บ้านญาติ ไม่พักแรม
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
3. งบประมาณที่ท่านใช้จ่ายต่อวันในกรุงเทพมหานคร
- น้อยกว่า 500 บาท 500 บาท 501-1,000 บาท
- 1,001-1,500 บาท 1,501-2,000 บาท 2,001 บาทขึ้นไป
4. ท่านใช้เวลาอยู่ในกรุงเทพมหานครกี่วัน
- ครึ่งวัน 1-2 วัน 3-4 วัน
- 5-6 วัน 7 วันขึ้นไป
5. เวลาที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของท่าน
- ครึ่งวัน 1-2 วัน 3-4 วัน
- 5-6 วัน 7 วันขึ้นไป

6. งบประมาณที่ท่านสามารถจ่ายได้สำหรับการท่องเที่ยว (ต่อทริป)

- น้อยกว่า 500 บาท 501-1,000 บาท 1,001-1,500 บาท
 1,501-2,000 บาท 2,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

(เลือกระดับความคิดเห็นจาก 5 – 1 เรียงจากมากไปน้อย)

ประเด็น	5	4	3	2	1
แหล่งท่องเที่ยว					
1. ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มขนาดใหญ่					
2. ความสวยงามของทัศนียภาพ					
3. ความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยว					
4. ได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยว					
5. มีประเภทแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
กิจกรรม					
1. มีกิจกรรมที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ					
2. มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ใหม่ๆ สามารถตอบสนองกับนักท่องเที่ยว					
3. มีกิจกรรมที่เสริมสร้างทักษะและศักยภาพให้กับนักท่องเที่ยว					
4. มีกิจกรรมที่สร้างคุณค่าทางด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม					
สิ่งอำนวยความสะดวก					
1. มีการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน					
2. มีป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ					
3. มีเจ้าหน้าที่คอยบริการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว					
4. มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตฟรี ในแหล่งท่องเที่ยว					
5. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการภาษาที่สามให้กับนักท่องเที่ยว					

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
1. สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เวลานั้นสั้นได้					
2. สามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้					
3. แหล่งท่องเที่ยวใกล้กับย่านธุรกิจ					
4. สามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพมหานคร เช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT)					
5. การคมนาคมขนส่งมีความปลอดภัย					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ง

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร
เพื่อการวิจัยเรื่อง การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม
สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

หน่วยงาน/องค์กร.....

วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์.....

เริ่มการสัมภาษณ์เวลา.....น. จบการสัมภาษณ์เวลา.....น.

1. หน่วยงานของท่านเคยมีการจัดประชุมรูปแบบไมซ์เกี่ยวกับด้านใดบ้างและมีผู้ให้ความสนใจ
มากน้อยเพียงใด

.....
.....
.....

2. จากหน่วยงานของท่าน ท่านเคยมีโอกาสดำรงรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์หรือไม่ และสามารถ
ตอบสนอง ความต้องการได้หรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....

3. สำหรับหน่วยงานของท่าน ท่านคิดว่าศักยภาพของบุคลากรในองค์กรเพียงพอที่จะรองรับและ
ตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้หรือไม่

.....
.....
.....

4. จากที่เคยรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มาพบปัญหาในด้านใดมากที่สุด และมีแนวทางแก้ไข ปัญหาอย่างไร

.....

.....

.....

.....

5. อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีความรู้สึกพึงพอใจมากที่สุดและน้อยที่สุด

.....

.....

.....

.....

6. นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ส่วนมากเดินทางมาร่วมงานธุรกิจไมซ์ในช่วงใดมากที่สุด และทางหน่วยงานของท่านมีการรับมืออย่างไร

.....

.....

.....

.....

7. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์กลับมาใช้บริการซ้ำอีก

.....

.....

.....

.....

8. ท่านคิดว่าองค์กรธุรกิจไมซีมีการแข่งขันสูงมากน้อยเพียงใด รวมถึงแนวโน้มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมไมซีในอนาคตของประเทศไทยจะเป็นอย่างไร และหน่วยงานของท่านมีการเตรียมความพร้อมอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

9. ความคิดเห็นในเรื่องของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซีในกรุงเทพมหานคร มีศักยภาพและความพร้อมด้านใดบ้างที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซีได้

.....

.....

.....

.....

10. อะไรคือจุดเด่นของอุตสาหกรรมไมซีในกรุงเทพมหานคร ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซีให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ

.....

.....

.....

.....

11. สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแห่งใดบ้าง ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซีเดินทางไปท่องเที่ยวหลังจากเสร็จการประชุม

.....

.....

.....

.....

12. หน่วยงานของท่านเคยมีโปรแกรมแนะนำการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์บ้างหรือ
ใหม่

.....
.....
.....
.....

13. อุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ควรที่จะเพิ่มเติมในประเด็นไหนบ้างที่จะสามารถตอบ
โจทย์ให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

.....
.....
.....
.....

14. ท่านคิดว่าธุรกิจไมซ์ควรพัฒนาศักยภาพในด้านใดเพิ่มเติมเพื่อยกระดับภาพลักษณ์และสร้าง
ความเชื่อมั่นให้แก่ประเทศไทย

.....
.....
.....
.....

15. ท่านคิดเห็นอย่างไรกับความเป็นไปได้และผลตอบรับ ในกรณีที่มีการจัดนำเที่ยวสำหรับ
นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

.....
.....
.....
.....

16. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรสำหรับการสร้างโปรแกรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซีใน
กรุงเทพมหานคร

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก จ

แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
ที่มีต่อตัวชี้วัดในแบบสอบถามงานวิจัย

**ผลการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ
งานวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุมสำหรับ
นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร**

ตาราง 23 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านข้อมูลทั่วไป

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น					ค่า IOC	หมาย เหตุ
	ของผู้ทรงคุณวุฒิ						
	1	2	3	4	5		
1. ด้านข้อมูลทั่วไป							
1.1 เพศ	1	1	1	1	1	1.0	
1.2 อายุ	1	1	0	1	1	0.8	
1.3 สถานภาพ	1	1	1	0	1	0.8	
1.4 ระดับการศึกษา	1	1	1	1	1	1.0	
1.5 อาชีพ	1	1	1	1	1	1.0	
1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	1	0	1	1	0.8	
1.7 ภูมิภาค	1	1	1	0	1	0.8	
1.8 ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีใด	1	1	1	1	1	1.0	
1.9 ท่านใช้ยานพาหนะใดในการเดินทาง ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	1	1	1	0	1	0.8	
1.10 บุคคลร่วมเดินทาง	1	1	1	1	1	1.0	

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 1 ด้านข้อมูลทั่วไป

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{1+0.8+0.8+1+1+0.8+0.8+1+0.8+1}{10} \\ &= 0.90 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.90 แปลว่าผ่าน

ตาราง 24 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ					ค่า IOC	หมายเหตุ
	1	2	3	4	5		
2. ด้านพฤติกรรมและความต้องการของ นักท่องเที่ยว							
2.1 ท่านจะท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครก่อนและ หลังการประชุมหรือไม่	0	1	0	1	0	0.4	ข้อนี้ถูก ตัดออก
2.2 ก่อนและหลังการประชุมท่านนิยมเที่ยวแบบใด	0	1	0	0	1	0.4	ข้อนี้ถูก ตัดออก
2.3 แหล่งที่ท่องเที่ยวที่ท่านชื่นชอบและเคยไปใน กรุงเทพมหานคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1	0	1	0	1	0.6	
2.4 ประเภทที่พักที่ท่านเลือกใช้บริการ	1	1	0	0	1	0.6	
2.5 งบประมาณที่ท่านใช้จ่ายต่อวันใน กรุงเทพมหานคร	1	1	0	1	1	0.8	
2.6 ท่านใช้เวลาอยู่ในกรุงเทพมหานครกี่วัน	1	1	1	0	1	0.8	
2.7 ประเภทสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านสนใจใน กรุงเทพมหานคร	0	1	1	0	0	0.4	ข้อนี้ถูก ตัดออก
2.8 เวลาที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครของท่าน	1	1	1	1	1	1.0	
2.9 งบประมาณที่ท่านสามารถจ่ายได้สำหรับการ ท่องเที่ยว (ต่อทริป)	1	1	1	1	1	1.0	

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 2 ด้านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

$$\text{ค่า IOC} = \frac{0.4+0.4+0.6+0.6+0.8+0.8+0.4+1+1}{9} = 0.66$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.66 แปลว่าผ่าน

ตาราง 25 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น					ค่า IOC	หมายเหตุ
	ของผู้ทรงคุณวุฒิ						
	1	2	3	4	5		
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยว							
3.1 ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว กลุ่มขนาดใหญ่	1	1	1	1	1	1.0	
3.2 ความสวยงามของทัศนียภาพ	1	1	1	1	1	1.0	
3.3 ความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	1.0	
3.4 สิ่งที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว	1	1	-1	1	1	0.6	
3.5 มีประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย	1	1	1	1	1	1.0	

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{1+1+1+0.6+1}{5} \\ &= 0.92 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.92 แปลว่าผ่าน

ตาราง 26 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านกิจกรรม

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ					ค่า IOC	หมายเหตุ
	1	2	3	4	5		
4. ด้านกิจกรรม							
4.1 มีกิจกรรมที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	1	1	1	1	1	1.0	
4.2 มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ใหม่ๆ สามารถ ตอบสนองกับนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	1.0	
4.3 มีกิจกรรมที่เสริมสร้างทักษะและศักยภาพ ให้กับนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	1.0	
4.4 มีกิจกรรมที่สร้างคุณค่าทางด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม	1	0	0	1	1	0.6	
4.5 กิจกรรมที่ไม่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมของแหล่ง ท่องเที่ยว	1	1	-1	0	1	0.4	ข้อนี้ถูก ตัดออก

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 4 ด้านกิจกรรม

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{1+1+1+0.6+0.4}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.8 แปลว่าผ่าน

ตาราง 27 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น					ค่า IOC	หมายเหตุ
	ของผู้ทรงคุณวุฒิ						
	1	2	3	4	5		
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก							
5.1 การให้ข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว	1	1	0	1	1	0.8	
5.2 มีป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ	1	1	1	1	1	1.0	
5.3 มีเจ้าหน้าที่คอยบริการให้ความช่วยเหลือแก่ นักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	1.0	
5.4 มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตฟรี ในแหล่ง ท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	1.0	
5.5 มีเจ้าหน้าที่ให้บริการภาษาที่สามให้กับ นักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	1.0	

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{0.8+1+1+1+1}{5} \\ &= 0.96 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.96 แปลว่าผ่าน

ตาราง 28 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น					ค่า IOC	หมายเหตุ
	ของผู้ทรงคุณวุฒิ						
	1	2	3	4	5		
6. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว							
6.1 สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เวลานับได้	1	1	1	0	1	0.8	
6.2 สามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้	1	1	0	1	1	0.8	
6.3 แหล่งท่องเที่ยวใกล้กับย่านธุรกิจ	1	1	1	1	1	1.0	
6.4 สามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพมหานคร เช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT)	1	1	1	1	1	1.0	
6.5 การคมนาคมขนส่งมีความปลอดภัย	1	1	1	1	1	1.0	

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 6 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{0.8+0.8+1+1+1}{5} \\ &= 0.92 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.92 แปลว่าผ่าน

ภาคผนวก จ

รูปภาพขณะเก็บแบบสอบถามและสัมภาษณ์

รูปภาพขณะเก็บรวบรวมข้อมูล



สัมภาษณ์ คุณณัฐวุฒิ คงศรี เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ.2560



สัมภาษณ์ คุณชาติชาย เทพแปง เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ.2560



สัมภาษณ์ คุณกัญญวรรณ ยุกตะนันท์ เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ.2560





สัมภาษณ์ คุณมรกต ภูมิพานิช เมื่อวันศุกร์ที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ.2560



สัมภาษณ์ คุณรวีวรรณ บุญประคอง เมื่อวันอังคารที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ.2560



แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่งานการประชุมเภสัชกรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 9 เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ.2560



แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่งานวิศวกรรมแห่งชาติ 2560 เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2560

ภาคผนวก ช
หนังสือขอความอนุเคราะห์

หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อทำการวิจัย

ที่ ศธ 6911(3)/ 14



มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

2 พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์บุคลากรในสังกัดท่านเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)

ด้วย สาขาท่องเที่ยว คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมีอาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จ่านงชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ซึ่งได้มอบหมายให้นิสิตทำการศึกษาและเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์บุคลากรในสังกัดท่าน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและพฤติกรรมตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ในวันที่ 7 พฤศจิกายน 2560 โดยมี นางสาวรมิตา ยูวะกนิษฐ์ เป็นนิสิตผู้ประสานงาน โทร. 091-7382680

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา)
รักษาการแทน หัวหน้าสาขาท่องเที่ยว

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โทรศัพท์ 0 2649 5000 ต่อ 11320 โทรสาร 0 2260 2903

ที่ ศธ 6911(3)/ 44

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

๑ พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์บุคลากรในสังกัดท่านเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
เรียน ผู้อำนวยการกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ด้วย สาขาท่องเที่ยว คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมีอาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จ้านงชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ซึ่งได้มอบหมายให้นิสิตทำการศึกษาและเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์บุคลากรในสังกัดท่าน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและพฤติกรรมตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย ณ กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ในวันที่ 6 พฤศจิกายน 2560 โดยมี นางสาวมิตา ยุวะกนิษฐ์ เป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย โทร. 091-7382680

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา)
รักษาการแทน หัวหน้าสาขาท่องเที่ยวคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โทรศัพท์ 0 2649 5000 ต่อ 11320 โทรสาร 0 2260 2903

ที่ ศธ ๖๙๑๑(๓)/ ๑๖



คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ตัวแทนจากหน่วยงานของท่านเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
เรียน คุณณัฐวดี คงศรี General Manager Easy Tours of Asia Co.,Ltd

ด้วย สาขาวิชาวัฒนธรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชานงท ๓๒๒ พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมีอาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จ่านงชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ซึ่งได้มอบหมายให้นิสิตทำการศึกษาและลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ตัวแทนจากหน่วยงานของท่าน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและพฤติกรรมตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ในวันที่ ๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ โดยมี นางสาวรมิดา ยุวะกนิษฐ์ เป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย โทร. ๐๙๑-๗๓๘๒๖๘๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.คมลธิ์ เกียนวัฒนา)
รักษาการแทน หัวหน้าสาขาท่องเที่ยว

สาขาท่องเที่ยว
โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๙ ๕๐๐๐ ต่อ ๑๑๓๒๐
โทรสาร ๐ ๒๒๖๐ ๒๙๐๓

ที่ ศธ ๖๔๑๑(๓)/



คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
เรียน คุณรติวัฒน์ บุญประคอง หัวหน้างานพัฒนาและส่งเสริมการตลาดภาคตะวันออก

ด้วย สาขาวิชาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชานจ๓๒๒ พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมีอาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จำนงชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ซึ่งได้มอบหมายให้นิสิตทำการศึกษาและลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ในกรุงเทพมหานคร

ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์เข้าพบเพื่อสัมภาษณ์ตัวแทนจากหน่วยงานของท่าน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและพฤติกรรมตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ในวันที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ หรือ วันเวลาที่ท่านสะดวก โดยมีนางสาวรมิตา ยูวะกนิษฐ์ เป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย โทร. ๐๙๑-๗๓๘๒๖๘๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา)
รักษาการแทน หัวหน้าสาขาท่องเที่ยว

สาขาท่องเที่ยว
โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๙ ๕๐๐๐ ต่อ ๑๑๓๒๐
โทรสาร ๐ ๒๒๖๐ ๒๙๐๓

ที่ ศธ 6911(3)/ 15

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

๒ พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
เรียน ผู้จัดการสำนักงานวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย

ด้วย สาขาท่องเที่ยว คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมีอาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จำนงชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ซึ่งได้มอบหมายให้นิสิตทำการศึกษาและเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซีในกรุงเทพมหานคร นั้น

ในการนี้จึงขอความอนุเคราะห์ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัยในงาน 35th Conference of the ASEAN Federation of Engineering ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ระหว่างวันที่ 16-18 พฤศจิกายน 2560 โดยมี นางสาวมิตา ยูวะกนิษฐ์ เป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย โทร. 091-7382680

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา)
รักษาการแทน หัวหน้าสาขาท่องเที่ยว

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โทรศัพท์ 0 2649 5000 ต่อ 11320 โทรสาร 0 2260 2903

ที่ ศธ ๖๔๑๑(๑)/ ๑๓๕

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่ผลงานที่เก็บแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
เรียน เลขาธิการสมาคมเภสัชกรรมโรงพยาบาล (ประเทศไทย)

ด้วย สาขาวิชาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรม
สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชา
นท๒๒ พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมีอาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จันทงชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา
โครงการวิจัย ซึ่งได้มอบหมายให้นิสิตทำการศึกษาและลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง
การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์
ในกรุงเทพมหานคร นั้น

ในการนี้จึงขออนุญาตเผยแพร่ผลงานที่เก็บแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
ในงานการประชุมเภสัชกรรมแห่งชาติ ครั้งที่ ๙ ณ ศูนย์นิทรรศการและการจัดประชุมไบเทค ระหว่างวันที่
๑๗-๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ โดยมี นางสาวมิตา ยุวะกนิษฐ์ เป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย
โทร. ๐๙๑-๗๓๘๒๖๘๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรินทร์ ชัยวิสุทธางกูร)

รักษาการแทน คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๔ ๕๐๐๐ ต่อ ๑๑๓๒๐

โทรสาร ๐ ๒๒๖๐ ๒๕๐๓

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	รณิดา ยุวະกนิษฐี
วันเดือนปีเกิด	17 กรกฎาคม พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	74/3 ซ.4 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท จ.กรุงเทพฯ 10400
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2557	โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายมัธยม)
ปัจจุบัน	สาขาวิศวกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะ วิศวกรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	จักรพงษ์ ฉัตรชวลิต
วันเดือนปีเกิด	16 เมษายน พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	479/123 ซ.ประชาสงเคราะห์ 2 เขตดินแดง แขวงดินแดง จ. กรุงเทพฯ 10400
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนศรีอยุธยา ในพระอุปถัมภ์ฯ
ปัจจุบัน	สาขาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะ วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	ชนิกานต์ สงค์หิรัญ
วันเดือนปีเกิด	29 ธันวาคม พ.ศ.2538
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1442/17 ถ.นครไชยศรี แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต จ.กรุงเทพฯ 10300
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย
ปัจจุบัน	สาขาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะ วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	ชมพูนุท เจริญเพชรนาค
วันเดือนปีเกิด	2 มกราคม พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	475/10 ซ.สุทธิพร เขตดินแดง แขวงดินแดง จ.กรุงเทพฯ 10400
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียน ศรีอยุธยาในพระอุปถัมภ์ฯ
ปัจจุบัน	สาขาบริหารการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะ พัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นุชสรา ธีระกุมาร
วันเดือนปีเกิด	26 สิงหาคม พ.ศ.2538
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	การเคหะ บ้านเลขที่ 24 ซ.48 ถนนนวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ จ.กรุงเทพฯ 10240
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนบางกะปิ
ปัจจุบัน	สาขาวิศวกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะ วิศวกรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	มานิดา พิสิทธิ์พร
วันเดือนปีเกิด	14 มกราคม พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	204 ซ.จุฬาฯ 50 ถนนพระรามที่ 4 เขตปทุมวัน แขวง วังใหม่ จ. กรุงเทพฯ 10330
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนกุหลาบวิทยา
ปัจจุบัน	สาขาบริหารการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะ พัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	อิสริย์ ลีลาอภิพัฒน์
วันเดือนปีเกิด	1 กันยายน 2539
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	458/355 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม จ.กรุงเทพฯ 10160
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2557	โรงเรียนปัญญาารคุณ
ปัจจุบัน	สาขาวิศวกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะ วิศวกรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	ชลรดา ไทยสง่า
วันเดือนปีเกิด	21 เมษายน พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดราชบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	131/25 หมู่บ้านเจริญค้าหัวโป่ง ซ.15 ต.ปากแรต อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี 71120
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2557	โรงเรียนนารีวุฒิ
ปัจจุบัน	สาขาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะ วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	อัฐพล เลิศประเสริฐกิจ
วันเดือนปีเกิด	9 กรกฎาคม พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	43/1-20 ซ.สวนมะลิ ถนนนรจักร แขวงเทพศิรินทร์ เขตป้อมปราบฯ จ.กรุงเทพฯ 10100
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2557	โรงเรียนเทพศิรินทร์
ปัจจุบัน	สาขาวิศวกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะ วิศวกรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรี นครินทร์วิโรฒ