

พฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร  
ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สารนิพนธ์  
ของ  
นางสาวรีนรมย์ บวรธีรกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

กันยายน 2545

ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

338-4791068

ร 555พ

๑.3

พฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร  
ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวรื่นรมย์ บวรธีรกุล

24 ต.ค. 2545

๒๕๔๕

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

กันยายน 2545

๒๕๔๕

รินทร์ บวรธีรกุล. (2545). พฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขต  
กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด).  
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ :  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบัน  
อุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความคิดเห็น  
ในด้านลักษณะทางการท่องเที่ยวและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด  
โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต  
นักศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นิสิต นักศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในสถาบันอุดมศึกษา  
เขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยท่องเที่ยวในประเทศไทยกับบริษัทนำเที่ยว จำนวน 420 คน เครื่องมือที่ใช้ในการ  
เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การ  
ทดสอบไค-สแควร์ การทดสอบค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็น  
รายคู่ใช้ Least Significant Difference (LSD) เพียร์สัน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม  
SPSS For Windows Version 10

ผลการวิจัยพบว่า

1. จากการศึกษ พฤติกรรมของนิสิต นักศึกษาพบว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน  
420 คน ในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) ที่ผ่านมา จำนวนครั้งที่นักศึกษาเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ  
มากกว่า 5 ครั้ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่นักศึกษาชื่นชอบมากที่สุด คือ ทะเล วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวของนักศึกษา คือ เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ นักศึกษานิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบ ไปเอง  
มากที่สุด ส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวกับ เพื่อน มากที่สุด โดยจะเดินทางไปท่องเที่ยวกันประมาณ  
6 คน ขึ้นไป มากที่สุด ช่วงเวลาที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เมษายน – พฤษภาคม จำนวนวันที่  
ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง มากที่สุด คือ 3 – 4 วัน และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือก  
เดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน

2. จากการศึกษาคำความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ที่มีต่อ  
การท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

3. จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมของนิสิต นักศึกษา

3.1 นิสิต นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด มีวัตถุประสงค์

หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และเลือกบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนพฤติกรรมอื่นๆ แตกต่างกันอย่าง  
ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 นิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี  
(ปี 2543) ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลา  
ที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมี



BEHAVIOR AND OPINION OF ACADEMIC STUDENTS IN BANGKOK TOWARD  
THAILAND DOMESTIC TOURISM

AN ABSTRACT  
BY  
MISS.RUENROM BORVORNTEERAKUL

Presented in partial fulfillment of the requirements  
for the Master of Business Administration in Marketing  
at Srinakharinwirot University  
September 2002

Ruenrom Borvornteerakul. (2002). *Student's Academic Behavior and Opinion of Academic Students in Bangkok toward Thailand Domestic Tourism*. Master Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Assist.Prof.Supee Limthai.

The purpose of this research was to study behaviors and opinions of Students in Institution with Thailand Domestic Tourism in Bangkok. and to compare consumption behaviors and opinions towards production, pricing, place and promotion ,classified by sex, age, institution, education , faculty and income of students.

The samples of this research were 420 students who used to travel in domestic with travel agency. A questionnaire was constructed and used as a tool to collect data. Percentage, mean , standard deviation, Chi-Square test, t-test, one way analysis of variance and pair comparison is arranged via Least Significant Difference (LSD). All analysis is processed by SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 10.

The research results were.

1. The study of students' behaviors showed that the number of students were 420 persons The most number of times that went to travel in year ago was more than 5 times. The most like of travel place was sea place. The main objective of tourism was order to relax. Love to travel with themselves. The most of them usually went to travel with friends about more than six persons. The best period of travelling is April until May. The number of days that spent for travelling in 3 – 4 days. And friends were persons who had the most influence for travelling.

2. The study of students' opinions showed that students' travelling opinion is much level in Overall and each aspect.

3. The study of the comparison of students' behaviors.

- 3.1 Students with different sexes showed a difference of behavior with statistical significance .01 level in the most preference of the tourism place , main objective of tourism and reasons to choose person who will go to travel, number of days that used in traveling by times and to choose person who had the most influence to go to travel.

- 3.2 Students with different ages showed a difference of behavior with statistical significance .01 level in number of times that traveled in 2000, reasons to choose person who will go to travel, number of persons who prefer to travel , the most period of travel and to choose person who had the most influence to go to travel. The type of travel was different with a statistical significant at .05 level.

- 3.3 Students with different institutions showed a difference of behavior with statistical significance .01 level to choose person who will go to travel , number of days that used in traveling by times and to choose person who had the most influence to go to travel. Those results agreed with the hypothesis. There were differences with no significance in other behaviors.

3.4 Students with different education showed a difference of behavior with statistical significance .01 level in number of times that traveled in 2000, to choose person who will go to travel, the most period of travel and to choose person who had the most influence to go to travel.

3.5 Students with different faculties showed there were differences with no statistical significance in overall behaviors.

3.6 Students with different incomes showed a difference of behavior with statistical significance .01 level in number of times that traveled in 2000, the most period of travel and to choose person who had the most influence to go to travel.

#### 4. The study of comparison of students' opinions.

4.1 Students with different sexes showed a difference of opinions with no statistical significance in overall and each aspect.

4.2 Students with different ages showed a difference of opinions with statistical significance .01 level in overall aspect and promotion. Considering in each aspect found that was a difference of opinions with statistical significance difference .05 in placing.

4.3 Students with different institutes showed a difference of opinions with statistical significance .01 level in overall and other aspect.

4.4 Students with different education showed a difference of opinions with statistical significance .05 level in overall aspect. Considering in each aspect found that was a difference of opinions with statistical significance .01 in promotion.

4.5 Students with different faculties showed a difference of opinions with no statistical significance in overall and each aspect.

4.6 Students with different incomes showed a difference of opinions with no statistical significance in overall aspect. Considering in each aspect found those were differences of opinions with statistical significance .05 in pricing and promotion.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ  
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....  
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย)

.....กรรมการ  
(อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ)

.....กรรมการ  
(อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กวี วรกวิน)

วันที่ 30. เดือน กันยายน พ.ศ. 2545

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการแก้ไขปรับปรุงให้สารนิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตน์ รองศาสตราจารย์สุภาพพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ และอาจารย์กาญจนา วนันต์อักษรกุล ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ และให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ และขอกราบขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง และอาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่กรุณาเป็นประธานและคณะกรรมการสอบปากเปล่า

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณพี่ ภูริชา เอกการตลาด และเพื่อนร่วมรุ่นทุกท่านที่ให้คำแนะนำ และแสดงความห่วงใยผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อวิทยา บวรธีรกุล และคุณแม่กมลวรรณ บวรธีรกุล ผู้ซึ่งให้ชีวิตความรัก อบรมสั่งสอน และให้กำลังใจมาโดยตลอด

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับบิดามารดา ที่ได้อบรมสั่งสอน ปลูกฝังคุณงามความดี และความมานะอดทน ตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นพื้นฐานสำคัญทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้

รีนรมย์ บวรธีรกุล

## สารบัญ

| บทที่ |                                                                               | หน้า |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1     | บทนำ .....                                                                    | 1    |
|       | ภูมิหลัง .....                                                                | 1    |
|       | ความมุ่งหมายของการวิจัย .....                                                 | 2    |
|       | ความสำคัญของการวิจัย .....                                                    | 2    |
|       | ขอบเขตของการวิจัย .....                                                       | 2    |
|       | ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....                                 | 2    |
|       | ตัวแปรที่ศึกษา .....                                                          | 3    |
|       | นิยามศัพท์เฉพาะ .....                                                         | 4    |
|       | กรอบแนวคิดในการวิจัย .....                                                    | 6    |
|       | สมมุติฐานในการวิจัย .....                                                     | 7    |
| 2     | เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง <i>ฉบับแก้ไข ปรับปรุง และขยาย ๕๐๖๐๖</i> .....  | 8    |
|       | ความหมายและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว .....                                   | 8    |
|       | ความสำคัญของการท่องเที่ยว .....                                               | 14   |
|       | ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การบริโภคของนักท่องเที่ยว <i>นพ</i> ..... | 15   |
|       | แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ .....                                              | 16   |
|       | ลักษณะของตลาดการท่องเที่ยว .....                                              | 18   |
|       | ลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว .....                                    | 19   |
|       | ลักษณะการท่องเที่ยวของนิสิต / นักศึกษา <i>✓</i> .....                         | 20   |
|       | ส่วนผสมทางการตลาด .....                                                       | 20   |
|       | กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค .....                                           | 22   |
|       | กลยุทธ์การบริหารการตลาดยุคใหม่ .....                                          | 24   |
|       | ความหมายและความสำคัญของความคิดเห็น .....                                      | 25   |
|       | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง <i>✓</i> .....                                          | 26   |
| 3     | วิธีดำเนินการวิจัย .....                                                      | 29   |
|       | การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....                                 | 29   |
|       | การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า .....                               | 30   |
|       | การเก็บรวบรวมข้อมูล .....                                                     | 31   |
|       | การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ .....                                        | 31   |
| 4     | ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....                                                    | 35   |
|       | สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....                                     | 35   |
|       | ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....                                                    | 35   |

## สารบัญ(ต่อ)

บทที่

หน้า

|   |                                                                |     |
|---|----------------------------------------------------------------|-----|
| 5 | สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....                           | 84  |
|   | สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า ..... | 84  |
|   | สรุปผลการศึกษาค้นคว้า .....                                    | 87  |
|   | อภิปรายผล .....                                                | 91  |
|   | ข้อเสนอแนะ .....                                               | 97  |
|   | บรรณานุกรม .....                                               | 98  |
|   | ภาคผนวก .....                                                  | 101 |
|   | ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย .....                      | 102 |
|   | หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ .....                            | 110 |
|   | รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม .....                          | 112 |
|   | ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์ .....                                 | 113 |

## บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

- 1 แสดงจำนวนและร้อยละของนิสิต นักศึกษา จำแนกตามเพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน รายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา ... 36
- 2 แสดงจำนวนและร้อยละของนิสิต นักศึกษา จำแนกตามเพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน รายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา  
(ปรับจกตาราง 1) ... 38
- 3 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกาท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ... 40
- 4 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกาท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา  
(ปรับจกตาราง 3) ... 42
- 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ... 44
- 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ  
ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ... 45
- 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ  
ด้านราคา ... 46
- 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ  
ด้านสถานที่ ... 47
- 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ  
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ... 48
- 10 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกาท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีเพศต่างกัน ... 50
- 11 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกาท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีอายุต่างกัน ... 52
- 12 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกาท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน ... 55

## บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง

หน้า

|    |                                                                                                                                                       |    |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 13 | แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกาท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน .พญภัทรมิ หอทอง เลขที่ ๓๗๑๔๕๓๓๒ ๕๗ ๕๕                  | 58 |
| 14 | แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกาท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกัน พญภั ๕๕                                             | 60 |
| 15 | แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกาท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน                                                       | 63 |
| 16 | แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร                                   | 65 |
| 17 | แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน                   | 66 |
| 18 | แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน                  | 67 |
| 19 | แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Least significant difference) โดยจำแนกตามอายุ      | 68 |
| 20 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน | 69 |
| 21 | แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน       | 71 |
| 22 | แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Least significant difference) โดยจำแนกตามสถาบันอุดมศึกษา   | 72 |
| 23 | แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน         | 74 |

## บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง

หน้า

- 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของ  
นิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร  
ที่มีสาขาวิชาที่เรียนแตกต่างกัน..... 75
- 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นัก  
ศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร  
ที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกัน..... 77
- 26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของ  
นิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร  
ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน..... 78
- 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นัก  
ศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร  
ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ..... 79
- 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาดเป็น  
รายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Least significant difference)  
โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 80
- 29 แสดงปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ใน  
สถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ..... 82

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

- 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยในการศึกษาค้นคว้า..... 6
- 2 แสดงระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) ..... 13
- 3 แสดงการกระตุ้น – ตอบสนองของพฤติกรรมการณ์การบริโภคของนักท่องเที่ยว..... 23

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับกิจกรรมหลายประเภททั้งของภาครัฐและภาคเอกชน เป็นกิจกรรมที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศมากเป็นอันดับหนึ่ง ติดต่อกันมาเป็นเวลาหลายปี สิ่งที่สำคัญที่สุดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งถือเป็นวัตถุดิบที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยียน ไม่ว่าจะเป็นสภาพธรรมชาติอันงดงาม โบราณสถาน ศาสนสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ หรืองานสร้างสรรค์ทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนกิจกรรมที่ผสมผสานอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ดำเนินงานตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (2540 – 2544) โดยได้กำหนดนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง คือการส่งเสริมให้คนภายในประเทศหันมาให้ความสนใจการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) ให้มากขึ้น เพราะนอกจากจะมีผลดีทางเศรษฐกิจโดยจะทำให้เงินตราหมุนเวียนอยู่ในประเทศไทย แล้วยังเป็น การให้สวัสดิการทางสังคมของรัฐต่อประชาชน ช่วยพัฒนาโลกทัศน์ ทำให้คนไทยเกิดจิตสำนึก เกิดความภาคภูมิใจในประเทศ และรักหวงแหนทรัพยากรในด้านการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ซึ่งมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลภาพชำระเงิน ทั้งยังมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ และมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธ์ไมตรี และความเข้าใจอันดีเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ผลก็คือความสามัคคีสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ

ความสำคัญของการท่องเที่ยว เริ่มปรากฏชัดในช่วงที่ประเทศประสบปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในจำนวนไม่กี่ธุรกิจที่สามารถใช้วิกฤตมาเป็นโอกาส โดยใช้ความได้เปรียบในเรื่องค่าเงินมาเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญ ส่วนความโดดเด่นในตัวสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวของไทย ก็ยังคงเป็นปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวของไทยยังคงเติบโตและเป็นที่ยอมรับในทุกวันนี้

ในการทำรายงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นไปที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ หากแต่มองเฉพาะภาพรวมของพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นที่กลุ่มนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป เพื่อจะเป็นการช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้ประกอบการนำเที่ยว ได้ใช้ข้อมูลในการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การบริการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพมากขึ้นเพื่อตอบสนองและรองรับความต้องการของกลุ่มนักศึกษา ที่เป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่สำคัญและมีศักยภาพความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิต/นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนิสิต/นักศึกษาที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในด้านลักษณะการเที่ยวและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิต/นักศึกษา โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถาบัน อุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียนและรายได้ต่อเดือนของนิสิต/นักศึกษา
4. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนิสิต/นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านลักษณะการเที่ยวและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต/นักศึกษา
5. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ

## ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยเสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปประยุกต์ใช้ปรับปรุงแผนการตลาด การท่องเที่ยว ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มนิสิต / นักศึกษามากยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ ในด้านการตลาดของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว

## ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต/นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง นิสิต / นักศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไปของสถาบันอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยท่องเที่ยวในประเทศไทยกับบริษัทนำเที่ยว

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง นิสิต / นักศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไปของสถาบันอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยท่องเที่ยวในประเทศไทยกับบริษัทนำเที่ยว จากการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสถาบันอุดมศึกษา 6 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

|                            |             |
|----------------------------|-------------|
| จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย      | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์      | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ | จำนวน 70 คน |

|                        |             |
|------------------------|-------------|
| มหาวิทยาลัยกรุงเทพ     | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต  | จำนวน 70 คน |

2. การเลือกโดยสะดวก (Convenience) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ระบุไว้แล้วข้างต้น

## ตัวแปรที่ศึกษา

### 1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งได้ดังนี้

#### 1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

##### 1.1.1 เพศ

###### 1.1.1.1 เพศหญิง

###### 1.1.1.2 เพศชาย

##### 1.1.2 อายุ

###### 1.1.2.1 ต่ำกว่า 19 ปี

###### 1.1.2.2 19 – 23 ปี

###### 1.1.2.3 24 – 28 ปี

###### 1.1.2.4 29 ปี ขึ้นไป

##### 1.1.3 สถาบันอุดมศึกษา

###### 1.1.3.1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

###### 1.1.3.2 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

###### 1.1.3.3 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

###### 1.1.3.4 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

###### 1.1.3.5 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

###### 1.1.3.6 มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

##### 1.1.4 ระดับการศึกษา

###### 1.1.4.1 ระดับปริญญาตรี

###### 1.1.4.2 สูงกว่าระดับปริญญาตรี

##### 1.1.5 สาขาวิชาที่เรียน

###### 1.1.5.1 วิทยาศาสตร์

###### 1.1.5.2 สังคมศาสตร์

###### 1.1.5.3 มนุษยศาสตร์

###### 1.1.5.4 แพทย์ศาสตร์

###### 1.1.5.5 สถาปัตยกรรมศาสตร์

###### 1.1.5.6 อื่นๆ

### 1.1.6 ระดับรายได้ต่อเดือน

1.1.6.1 ไม่เกิน 5,000 บาท

1.1.6.2 5,001-10,000 บาท

1.1.6.3 10,001-15,000 บาท

1.1.6.4 15,001-20,000 บาท

1.1.6.5 มากกว่า 20,000 บาท

## 1. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

### 2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิต/นักศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในสถาบัน

อุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร

### 2.2 ความคิดเห็นของนิสิต/นักศึกษาที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในด้าน

2.2.1 ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ได้แก่ ความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยว ความเหมาะสมในด้านเวลาของโปรแกรมการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว การบริการของหน่วยงานธุรกิจท่องเที่ยว และขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

2.2.2 ด้านราคา ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาโปรแกรมการท่องเที่ยว การให้ส่วนลดเมื่อเดินทางหลายคนกับบริษัทนำเที่ยว และปริมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง

2.2.3 ด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่เที่ยวที่เป็นที่นิยม สถานที่เที่ยวในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว และความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

2.2.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อวิทยุ การขายโดยพนักงานขายที่มีความรู้และประสบการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยว การให้ส่วนลด ของแถม จากบริษัทนำเที่ยว และการออกบูธ ในงานท่องเที่ยวไทย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นิสิต/นักศึกษา หมายถึง ผู้ศึกษาเล่าเรียนในระดับตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยท่องเที่ยวในประเทศไทยกับบริษัทนำเที่ยว

2. บริษัทนำเที่ยว หมายถึง บริษัทผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการวางแผนและการดำเนินการการท่องเที่ยวที่มีการจัดเตรียม และชำระเงินล่วงหน้า โดยมีตัวแทนบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้เสนอขายแก่นิสิต/นักศึกษา

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิง พักผ่อน ซึ่งเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ทางธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยการเดินทางนี้อาจจะแปรเปลี่ยนไปและเพิ่มขึ้นตามลำดับขั้น จนเกิดเป็นความถี่ในการเดินทาง ว่าเดินทางบ่อยแค่ไหน เดินทางกับใครและเดินทางด้วยพาหนะใด

4. ความคิดเห็นของนิสิต / นักศึกษาที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนิสิต / นักศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ ใน 4 ด้าน คือ

4.1 ความคิดเห็นด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนิสิต/นักศึกษาที่มีต่อความเหมาะสมของการท่องเที่ยวภายในประเทศในด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งได้แก่ ความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยว ความเหมาะสมในด้านเวลาของโปรแกรมการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว การบริการของหน่วยงานธุรกิจท่องเที่ยว และขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

4.2 ความคิดเห็นด้านราคา หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนิสิต/นักศึกษาที่มีต่อความเหมาะสมของการท่องเที่ยวภายในประเทศในด้านราคา ซึ่งได้แก่ ความเหมาะสมของราคาโปรแกรมการท่องเที่ยว การให้ส่วนลดเมื่อเดินทางหลายคนกับบริษัทนำเที่ยว และปริมาณค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง

4.3 ความคิดเห็นด้านสถานที่ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนิสิต/นักศึกษาที่มีต่อความเหมาะสมของการท่องเที่ยวภายในประเทศในด้านสถานที่ ซึ่งได้แก่ สถานที่เที่ยวที่เป็นที่นิยม สถานที่เที่ยวในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว และความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

4.4 ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมทางการตลาด หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนิสิต/นักศึกษาที่มีต่อความเหมาะสมของการท่องเที่ยวภายในประเทศในการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งมีด้วยกัน 4 ด้าน ดังนี้

4.4.1 การโฆษณา หมายถึง ความตั้งใจให้เลือกเดินทางจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ ความชัดเจนในการโฆษณาท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์ ความน่าสนใจจากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์

4.4.2 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความรวดเร็วในการให้ข้อมูลท่องเที่ยวผ่านทางสื่อวิทยุของบริษัทนำเที่ยว

4.4.3 การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมหรือเครื่องมือทางการตลาดอย่างหนึ่งที่กระตุ้นให้นิสิต/นักศึกษา เกิดการซื้อเร็วขึ้น เช่น การลดราคาโปรแกรมการท่องเที่ยว และการแจกของแถม

4.4.4 การขายโดยพนักงานขาย หมายถึง การนำโปรแกรมท่องเที่ยวขายตรงไปยังนิสิต / นักศึกษา โดยอาศัยพนักงานขาย ซึ่งจะต้องมีความรู้ความสามารถทางด้านทฤษฎี กระบวนการเทคนิคการขาย และประสบการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยว จึงสามารถขายโปรแกรมท่องเที่ยววันนั้นได้

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนทฤษฎีและการค้นคว้าจากตำราต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต / นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ สามารถแสดงกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามได้ดังนี้

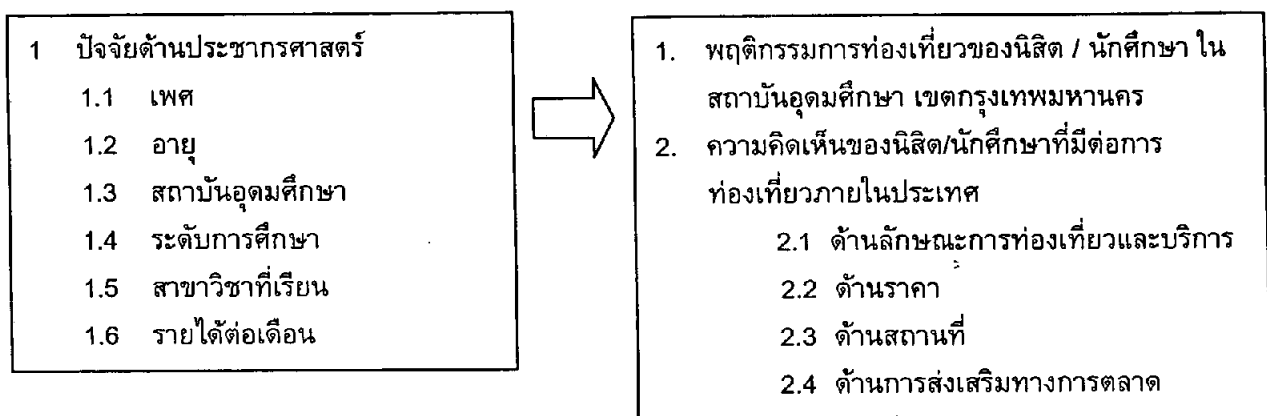
### กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

(Independent Variables)

ตัวแปรตาม

(Dependent Variables)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า

## สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย แบ่งออกเป็น

1. นิสิต / นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
2. นิสิต / นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
3. นิสิต / นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
4. นิสิต / นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
5. นิสิต / นักศึกษาที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
6. นิสิต / นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
7. นิสิต / นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
8. นิสิต / นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
9. นิสิต / นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
10. นิสิต / นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
11. นิสิต / นักศึกษาที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
12. นิสิต / นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องศึกษาข้อมูลโดยอาศัยความคิดและทฤษฎี รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางและทิศทางในการศึกษาพฤติกรรมและการความคิดเห็นของนิสิต / นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งมีประเด็นหัวข้อที่สำคัญดังนี้

1. ความหมายและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว
2. ความสำคัญของการท่องเที่ยว
3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว
4. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
5. ลักษณะของตลาดการท่องเที่ยว
6. ลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว
7. ลักษณะการท่องเที่ยวของนิสิต/นักศึกษา
8. ส่วนประสมทางการตลาด
9. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค
10. กลยุทธ์การบริหารการตลาดยุคใหม่
11. ความหมายและความสำคัญของความคิดเห็น
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความหมายและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

##### ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (Mc Intosh.1972)

การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่น เปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (Mc Intosh and Goeldner.1984)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่างๆ กัน หรือบางครั้งเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมายังสถานที่เดิม (Stevens.1990:3)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง ออกจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่อื่นๆ เช่นการเดินทางออกจากบ้านตามปกติและการเดินทางเพื่อไปอาศัยที่อื่น (Gee,Choy and makens.1984:4)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เดินทางด้วยความสมัครใจ และเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้(ฉลองศรีพิมพ์สมพงศ์. 2542:4)

### เหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยว

ในการเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่ง นั้นย่อมมีเหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทาง ซึ่งเกิดจากเหตุจูงใจดังต่อไปนี้

#### 1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง

นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอีกที่ทึกรีกโครมและดีกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว และอื่นๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางคนไปเที่ยวเพื่อจะได้เปลี่ยนสถานที่พักอาศัยไปเรื่อยๆ ก็มี บางคนมีความภาคภูมิใจที่จะส่งรูปไปรษณียบัตรของเมืองที่ไปเที่ยวไปให้เพื่อนฝูงเป็นเชิงโอ้อวดว่าได้ไปถึงไหนๆ ก็มี จะเห็นได้ว่าเหตุที่ทำให้เกิดสุขขารมณ์ของการท่องเที่ยวประเภทนี้มีหลายอย่างหลายประการ และในหลายกรณีผสมกันมากกว่า 2-3 อย่างเสียด้วย ยิ่งถ้าเอาอุปนิสัยใจคอ รสนิยม ภูมิหลัง และฐานะการเงินเข้าไปเป็นตัวแปรด้วยแล้ว การท่องเที่ยวเพื่อสุขขารมณ์ยิ่งแปรผันไปอย่างกว้างขวางซับซ้อนที่สุด เป็นหน้าที่สำคัญของวิสาหกิจท่องเที่ยวที่จะต้องจัดชอຍบริการให้เป็นไปตามลักษณะปลีกย่อยของการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ดี

#### 2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

นักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนได้แก่พวกที่ใช้วันหยุดงานเพื่อพักโดยไม่ทำอะไร ทั้งนี้เพื่อจัดความเหน็ดเหนื่อยทั้งหลายทั้งปวง ทั้งทางกายและทางจิตที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่ให้ความมั่นใจได้ว่าสงบจริงๆ เช่น ชายหาดไกลๆ ผู้คน หรือบนเขาบนดอยห่างไกลจากความจอแจอีกที่ทึกรีกโครม นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน เช่น อากาศหนาวเย็น อากาศแห้งแล้ง ลมพัดเฉื่อยฉิวอยู่เป็นนิจ พวกเจ็บไข้โดยโรคบางอย่างอาจเลือกไปเที่ยวพักผ่อนที่ศูนย์บำบัดโรคบางอย่างโดยเฉพาะ เช่น พวกที่เป็นโรคเกี่ยวกับทางเดินของลมหายใจจะเลือกไปพักผ่อน ณ ที่ที่มีความชื้นน้อยๆ พวกโรคผิวหนังจะไปพักผ่อนใกล้ๆ บริเวณบ่อน้ำร้อน เป็นต้น

#### 3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาการที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่างๆ ในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของเขา ก็จะต้องเที่ยวไปยังประเทศนั้นๆ เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแหม่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมสิ่งศิลปนานาพรรณในหอศิลป์ เพื่อนมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญๆ เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหรหรรรมและงานฉลอง เพื่อชมการแสดงทางศิลปครั้งสำคัญๆ เช่น ดนตรี ละคร (เช่น ในการเปิดโรงละครโอเปร่าอันสง่างามพิสดารที่เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย เมื่อ ค.ศ 1973) ฯลฯ การเดินทางโดยมีเหตุจูงใจดังกล่าวเรียกว่าเป็นการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และนักธุรกิจท่องเที่ยวมักจะฉวยเอาเป็นโอกาสเพื่อขายทัวร์เป็นพิเศษ เหตุจึงใจอย่างเดียวกันนี้ก็จึงใจให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศมากมายเช่นกัน

#### 4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา

การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาแบ่งได้เป็น 2 ชนิด

ชนิดที่หนึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬารั้วใหญ่ๆ ของโลก เช่น

กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาแหลมทอง การแข่งขันฟุตบอล มวย กอล์ฟ เทนนิส ฯลฯ ซึ่งชมเปี่ยมโลกหรือชมเปี่ยมภาค ฯลฯ การแข่งขันกีฬาเหล่านี้นอกจากจะดึงดูดพวกนักกีฬาที่เกี่ยวข้องให้ไปชม บางทีผู้ติดตามและผู้สนใจยังตามไปชมกันมากกว่านักกีฬาที่ไปแข่งขันเสียอีก การแข่งขันกีฬาประจำปีในประเทศไทย ซึ่งย้ายสถานที่แข่งขันไปตามเมืองใหญ่ๆ นับเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสำคัญ โดยผู้จัดกีฬาเขตอาจไม่รู้ตัวหรือไม่ตั้งใจ และไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในประเทศหรือระหว่างประเทศก็จะมีการแข่งขันกันเป็นเจ้าภาพ เพราะได้เล็งเห็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้จากการที่คนจำนวนมากไปร่วมเล่นกีฬาและไปชมกีฬา

อีกชนิดหนึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้นๆ เช่นในฤดูหนาวซึ่งมีหิมะตกมากก็ไปเล่นสกี พ้นฤดูมรสุมก็เป็นเทศกาลเล่นเรือใบ ในหน้าร้อนก็เป็นฤดูปีนเขา และในฤดูกาลอื่นๆ ที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวก็จะเข้าป่ายังสัตว์ ตกปลา ซี่ม้า แม้แต่ขับรถเที่ยวเล่นโดยไม่มีจุดหมายปลายทาง จะเห็นได้ว่าประเทศที่มีภูมิประเทศที่เหมาะสมสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ไปเล่นกีฬาเหล่านี้ ได้เปรียบในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังที่จะได้เห็นว่ามีอ่าวพิทยาพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งเล่นเรือใบ Lake Placid ในสหรัฐเป็นแหล่งการเล่นสกีเกิดน้ำแข็ง และหุบเขา Alpine ในประเทศต่างๆ เป็นแหล่งเล่นสกี เป็นต้น

#### 5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ

ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะขาดปัจจัยที่

กล่าวว่าการท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรี และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ถ้าถือเคร่งตามทฤษฎีก็น่าจะเป็นเช่นนั้น แต่ที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่นั้นนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็ได้เจียดและจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวแท้ๆ ด้วย ซึ่งอาจเป็นเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวัน หรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน เมื่อสิ้นคาบปฏิบัติธุรกิจแล้ว แต่ในด้านเศรษฐกิจของวิสาหกิจการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจได้นำเงินตราต่างประเทศมาทั้งไว้ในประเทศเจ้าบ้านมากเท่าๆ กับนักท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ นอกจากนั้นถ้าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการเจรจาซื้อขายสินค้า การชมนิทรรศการสินค้า หรือเทคโนโลยี ก็เรียกว่าเป็นการส่งเสริมกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจของประเทศเจ้าบ้านโดยตรง

#### ประเภทของนักท่องเที่ยว

การจัดประเภทนักท่องเที่ยวที่จะกล่าวต่อไปนี้ จัดตามเกณฑ์ต่างๆ หลายเกณฑ์ละกัน ดังนี้

##### 1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล

ได้แก่การท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นภายในประเทศหรือต่างประเทศที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัวหรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อนฝูงโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือเช่ารถขับไปกันเอง โดยกำหนดเอาว่าจะไปไหนบ้าง ไปเมื่อใด หยุดท่องเที่ยวที่ไหนบ้าง หรือจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ทำได้ตามที่ปรารถนา บริการต่างๆ ระหว่างทางและปลายทางก็จัดหาเอาเองโดยไม่ต้องพึ่งผู้ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว หรือพึ่งเพียงในบางเรื่อง

## 2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือแบบนำเที่ยว

ได้แก่ การท่องเที่ยวของคนหนึ่งคนหรือกี่คนก็ตาม ซึ่งมีได้นัดกัน ไปเสียเงินจำนวนหนึ่งให้แก่ ผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว ผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวก็จะจัดการเรื่องยานพาหนะ โรงแรม และบริการอื่นๆให้ โดยกำหนดไว้เป็นรายการแน่นอน นักท่องเที่ยวไม่ต้องทำอะไรอีกเลย ตั้งหน้าตั้งตาท่องเที่ยวตามที่บริษัทนำเที่ยวได้กำหนดไว้ในรายการเท่านั้น การท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวมักเสียเงินน้อยกว่าแต่ก็ขาดอิสระเสรีไปบ้างในเรื่องสถานที่ที่อยากจะไปเที่ยวและต้องกระทำการต่างๆ ตามกำหนดเวลา ซึ่งสำหรับบุคคลบางจำพวกอาจรู้สึกว่าเป็นการเร่งรัด ปัจจุบันนี้นิยมเรียกการท่องเที่ยวประเภทนี้ว่า group tour

อย่างไรก็ดี บริษัทหรือตัวแทนนำเที่ยวอาจรับจัดแผนการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเล็กๆ 2-3 คน หรือ 1 ครอบครัว โดยจัดซื้อตั๋วโดยสาร จองที่พักโรงแรม หามัคคุเทศก์ไว้ให้ ฯลฯ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ นั้นเสียเงินเหมาจำนวนหนึ่งให้แก่บริษัทหรือตัวแทนนำเที่ยว

## 3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว

ได้แก่ การท่องเที่ยวคาบเวลายาว การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น และการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเยือนกลับอย่างที WTO เรียกว่า excursion หรือทัศนจร

3.1 การท่องเที่ยวคาบเวลายาว ซึ่งถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมหรือการศึกษาก็จะหมายถึง การพักอยู่ ณ ที่หนึ่งทีใดเป็นคาบเวลายาวเป็นสัปดาห์ๆ หรือเป็นเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุก คาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่ท่องเที่ยวเปลี่ยนไปเรื่อยๆ เช่น อาจใช้เวลา 2-3 เดือนสำหรับท่องเที่ยว 11-12 ประเทศ ในยุโรป เป็นต้น

3.2 การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2-3 วัน ถึงประมาณ 10 วัน ถ้ามีจำนวนนักท่องเที่ยวแบบนี้มาก ความสำคัญทางเศรษฐกิจก็เป็นเรื่องที่ต้องคิดถึง แต่ในทางสังคมวิทยาแล้วมีความสำคัญมากสำหรับผู้ที่ไม่มีโอกาสจะไปเที่ยวพักผ่อนได้นานๆ ในปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวประเภทนี้มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด

3.3 การท่องเที่ยวแบบทัศนจรหรือที่ WTO เรียกว่า excursion และได้กำหนดบทนิยามว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีการพักค้างคืน การทัศนจรมีความสำคัญเป็นพิเศษสำหรับผู้มีถิ่นที่อยู่ใกล้ๆ พรอมแดน โดยเฉพาะเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนหรืออัตราภาษีให้ความได้เปรียบแก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ก็จะมีการทัศนจรข้ามพรอมแดนเพียง เพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว การท่องเที่ยวแบบเข้าไปเยือนกลับเป็นส่วนสำคัญยิ่งของการท่องเที่ยวภายในประเทศ

## 4. การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว

หมายถึงการท่องเที่ยวแบบใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ รถยนต์ส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสาร ในประเทศที่มีพรอมแดนติดกัน การท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์เป็นพาหนะ เป็นการกระทำกันอย่างเป็นปกติธรรมดาทีเดียว การท่องเที่ยวแบบคาราวานซึ่งประกอบด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลหลายสิบคัน แต่ละคันบรรทุกนักท่องเที่ยวกลุ่มละ 3-4 คน ซึ่งอาจเป็นเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัว ก็เป็นที่นิยมกันมากในประเทศที่มีพรอมแดนติดกัน การเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศที่ใกล้ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยวก็กระทำกันไม่น้อย

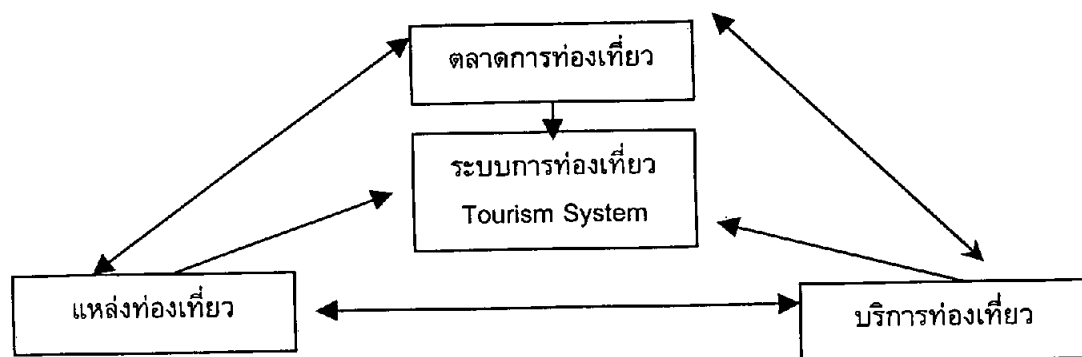
## 5. การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour)

ปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายกันมากพอที่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องเอาใจใส่ การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายหมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้แก่บริษัทนำเที่ยวให้พอเพียงอย่างน้อยที่สุดสำหรับค่าเดินทาง ค่าที่พักแรม และค่าอาหาร อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่จะเรียกเช่นนั้นได้อย่างเต็มภาคภูมิ “ควรจะรวมค่าใช้จ่ายสำหรับรายการพิเศษอย่างใดอย่างหนึ่งไว้ด้วย เช่น การพาชมโบราณสถานหรือสิ่งนาดู การพาเข้าไนท์คลับ การเช่าเรือใบ ตัวตุลละคร หรือโอเปร่า หรืออย่างใดอย่างหนึ่งที่นอกเหนือไปจากปัจจัยแท้ๆ ของการท่องเที่ยว อันได้แก่การเดินทาง การพักแรม และการกิน การคิดราคาสำหรับการท่องเที่ยวแบบนี้มักจะคิดเป็นรายบุคคลหรือคิดเป็นคู่ต่อหนึ่งห้องคู่ และบางทีก็คิดอัตราพิเศษเพิ่มขึ้นเล็กน้อยสำหรับนักท่องเที่ยว 1 คน ที่ประสงค์จะอยู่ห้องคู่ นักท่องเที่ยวแบบนี้นักจะเป็นคู่บ่าวสาวที่ไปฮันนีมูน หรือสามีภรรยาที่จะไปฮันนีมูนครั้งที่สอง คณะไปเล่นกอล์ฟ คณะไปท่องเที่ยวในวันสุดสัปดาห์ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ใหญ่นักที่จะไปสนุกสนานประเภทเดียวกัน ณ จุดท่องเที่ยวปลายทาง การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายแทบทั้งสิ้นเป็นงานของบริษัทนำเที่ยว

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลักสามด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง

ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้งสามเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใดๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้นการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากร และอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่างๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ในทางกลับกัน สิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่นๆ เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรมองค์กรและกฎหมาย เป็นต้น ดังแสดงในรูปภาพประกอบ



ภาพประกอบ 2 แสดงระบบการท่องเที่ยว (Tourism System)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 3 ด้าน มีดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่ง Peter (1969) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้คือ

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีลักษณะเด่น แปลก สวยงาม มีคุณค่าต่อการเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจหรือแสวงหาความรู้ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอาจจัดแบ่งย่อยออกตามประเภทของแหล่งทรัพยากรธรรมชาติได้ 2 อย่างคือ (สมพร อิศวิลานนท์, 2538: 3-8)

1.1.1 ทรัพยากรที่เสริมสร้างขึ้นใหม่ได้ตามขบวนการธรรมชาติ(Renewable)  
ทรัพยากรประเภทนี้เมื่อใช้แล้ว ก็สร้างเสริมขึ้นใหม่ได้ โดยการคืนรูปตามขบวนการธรรมชาติ แต่อาจสูญสิ้นได้ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า หน้าผา ถ้ำ น้ำตก หาดทราย เกาะ ฯลฯ

1.1.2 ทรัพยากรที่เสริมสร้างขึ้นใหม่ได้ และไม่มีการสูญสิ้น เช่น แสงแดด อากาศ กระแสน้ำ พลังงานจากแสงอาทิตย์ พลังงานลม ฯลฯ

1.2 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเหตุผลต่างๆ กัน เช่น เพื่อการศึกษา การพักผ่อน การรักษาสภาพ ศาสนสถาน ระลึกถึงเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ หรือด้านศิลปวัฒนธรรมอื่นๆ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างแบ่งได้เป็น 2 อย่างคือ

1.2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของชุมชนนั้นๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ พิธีกรรมต่างๆ ที่เกิดจากความเชื่อของบุคคลในชุมชน

1.2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงประวัติความเป็นมาในอดีต หรือเพื่อระลึกถึงเหตุการณ์ในอดีตของสังคมมนุษย์ในสมัยนั้นๆ ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ได้แก่ เมืองโบราณ เจดีย์ วัด สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ ฯลฯ

2. บริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายๆ สินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรม และบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

## 2. ความสำคัญของการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว(Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านที่พักและอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจการค้าของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้จะขายบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น โดยแบ่งความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ดังต่อไปนี้

### 1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อ เศรษฐกิจของประเทศ มีดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศดีขึ้น

1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่าสองเท่าตัว

1.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบทการพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมินาณนั้นๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายๆ รูปแบบ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ อย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

1.4 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนบริการในท้องถิ่นนั้นๆ

1.5 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาสุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

1.6 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ

## 2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม มีดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริม ความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดี ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

2.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึก และตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

2.4 การท่องเที่ยวช่วยจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยจัดปัญหาการหลังไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

2.5 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปแบบของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือน เป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

## 3. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมืองมีดังนี้

3.1 การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคงปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

3.2 การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะรู้จักทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก กันเคย รู้ปัญหา พึ่งพาอาศัยกัน เป็นการสร้างความรักสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธ์ไมตรี และความสงบสันติสุขในโลก

## 3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง บุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่แสดงออกซึ่งสิทธิที่จะต้องการและบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในตลาด ผู้บริโภคอาจซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง ครอบครัว หรือเพื่อสร้างความพอใจให้กับกลุ่มสังคมที่ตนอาศัยอยู่ แต่อย่างไรก็ตามในแง่ของนักการตลาดไม่สามารถสรุปว่าทุกคนคือผู้บริโภคของกิจการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องกำหนดองค์ประกอบของผู้บริโภคที่จะเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย 4 ประการ คือ (บุทธนา ธรรมเจริญ, 2541:5)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีความต้องการ (Needs)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมในการซื้อ (Purchasing Behavior)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการบริโภค (Consumption Behavior)

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของนิสิต/นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการท่องเที่ยว (ศิริวรรณ และคณะ. 2537 : 29) สามารถใช้คำถามในการศึกษาพฤติกรรมได้ ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) คำตอบที่ได้จะทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน ประชากรศาสตร์ เช่น เพศ รายได้ สถาบันการศึกษา ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และ พฤติกรรมการบริโภค
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) คำตอบที่ได้จะทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ในงานวิจัยนี้ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา ป่าไม้ เป็นต้น
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) คำตอบที่ได้จะทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อบริการการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน สนุกสนาน และศึกษาหาความรู้เป็นประสบการณ์
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participates) คำตอบที่ได้จะทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และ ผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) คำตอบที่ได้จะทราบถึงโอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงวันหยุด เทศกาลต่างๆ หรือไม่แน่นอนแล้วแต่ความสะดวก
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) คำตอบที่ได้จะทราบว่านักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวที่ไหน ในบรรยากาศใด
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) คำตอบที่ได้จะทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้า

รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

การเลือกบริโภคขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล รูปแบบการดำรงชีพจะควบคู่ไป กับค่านิยมของสังคม กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ จะนิยมพักในโรงแรม

ความไม่เอื้ออำนวยที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ ทักษะคิด เป็นพลังที่สำคัญและมีอิทธิพล

#### 4. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ หรือความคิด ทัศนคติ เป็นสิ่งที่จะชักนำบุคคลให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกำหนดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือชักนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ซึ่งจะมีผลชักนำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า (ดร.เสรี วงศ์มณฑา. 2542:106)

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่าสิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น โปรแกรมท่องเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว การบริการ ราคา การโฆษณา การส่งเสริมการขาย

ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งสะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา (Attitudes are a learned predisposition) สิ่งที่มีสมองสะสม ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม มีการตกลงกันว่าทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น เพื่อนๆ นิยมไปท่องเที่ยว กับบริษัทนาฬิกาที่ขายชื่อดัง ก็เรียนรู้และเชื่อว่าไปกับบริษัทดังกล่าว ต้องได้รับความสนุกในการเดินทาง

ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลงมีแนวโน้มจะคงเส้นคงวา (Attitudes have consistency) คือ ทัศนคติในทุกๆ เรื่องมีความสอดคล้องกันเป็นไปในทางเดียวกัน เช่น ถ้าเชื่อเรื่องความอิสระเสรีก็จะไม่ชอบให้ใครบังคับและเมื่อใดก็ตามที่ทัศนคติเกิดความไม่สอดคล้องกันเขาจะเกิดความหงุดหงิดถ้าไม่เกิดความหงุดหงิด พฤติกรรมกับทัศนคติต้องสอดคล้องกันและมีผลต่อจิตใจมาก ลักษณะของทัศนคติก็คือ ความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรเสมอไปสามารถจะเปลี่ยนแปลงได้

ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สภาวะแวดล้อม (Attitudes occur within a situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้เหตุการณ์และสถานการณ์ที่สิ่งแวดล้อมถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์(Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะด้านเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้

#### แหล่งอิทธิพลซึ่งมีผลต่อการกำหนดทัศนคติ

การกำหนดทัศนคติต่อบุคคล สิ่งของ หรือความคิดใดความคิดหนึ่งนั้น ได้รับอิทธิพลจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

ประสบการณ์โดยตรงและประสบการณ์ในอดีต(Direct and past experience) โดยทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์จะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวตามคำแนะนำของเพื่อน เหตุการณ์นี้ถือเป็นประสบการณ์ของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้บริโภคได้ไปใช้บริการด้วยตนเองแล้ว พบว่าแหล่งบริการการท่องเที่ยวไม่เป็นไปตามที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ ผู้บริโภคก็จะไม่ใช้บริการนั้นอีกต่อไป

อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน (Influence of family and friends) ครอบครัวและเพื่อนเป็นแหล่งที่สำคัญต่อการสร้างค่านิยม และความเชื่อของบุคคล ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อหรือใช้ สินค้า โดยเฉพาะในวัยเด็กและวัยรุ่น ในงานวิจัยนี้ จะรวมหมายถึง กลุ่มนิสิต นักศึกษา ด้วย

การตลาดเจาะตรง (Direct marketing) เป็นวิธีการที่นักการตลาดใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด เจาะกลุ่มเป้าหมายส่วนเล็ก เพื่อให้เกิดการตอบสนองที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น การใช้จดหมายตรง การโทรศัพท์ เป็นต้น ซึ่งในงานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง คือ กลุ่มนิสิต / นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับต่อสื่อมวลชน (Exposure to mass media) สื่อมวลชนต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติ

## 5. ลักษณะของตลาดการท่องเที่ยว

ตลาดการท่องเที่ยวเป็นตลาดบริการที่ลูกค้ามีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด องค์ประกอบของตลาดมีลักษณะเฉพาะดังนี้

1. ผู้ซื้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนอาจร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงสูงมาก เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ราคาการท่องเที่ยว ฤดูกาล สมัยนิยม รสนิยม ทักษะคติ ประสบการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว และเหตุการณ์สำคัญอื่นๆ ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ แต่อาจคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะมีผลกระทบอะไรบ้างต่อตลาดการท่องเที่ยวและทำให้การวางแผนการตลาดมีความลำบากมากขึ้น ผู้วางแผนงานจำเป็นต้องศึกษา ความต้องการของตลาด (Market Demand) และเตรียมกิจกรรมทางการตลาด เพื่อแก้ไขสถานการณ์ทางการตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงไป

ความต้องการการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Mathieson and Wall, 1996: 16-17)

1.1 ความต้องการปัจจุบัน (Actual Demand) หมายถึง ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว มีความพร้อม และเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการประเภทนี้พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการ และเดินทางทันที

1.2 ความต้องการที่มีแนวโน้ม (Potential Demand) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเดินทาง เพราะมีความต้องการอยู่แล้ว แต่ขาดองค์ประกอบอื่น เช่น เงิน เวลา และการจัดการเพื่อเดินทาง ซึ่งความต้องการแบบนี้สามารถโน้มน้าวให้เป็น Actual Demand ได้โดยอาศัยการพัฒนาการให้บริการและระบบการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

1.3 ความต้องการที่อาจเกิดขึ้นได้ (Deferred Demand) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีความรู้ หรือไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ ความต้องการแบบนี้อาจชักจูงให้เกิดขึ้นได้ โดยอาศัยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อต่างๆ ตลอดจนพัฒนาระบบข้อมูล ก็อาจกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้โดยไม่ยากนัก

นักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มการเดินทางที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น ต้องการที่พักที่สะดวกสบาย เรียบง่าย และสะอาด สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น เช่น การล่องแพ ไร่ชา ความต้องการการท่องเที่ยวและพักผ่อนมีมากมายหลายรูปแบบและมีความต้องการการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น

2. ผู้ขาย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว (Travel Suppliers) ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคในการแปรรูปสินค้าและบริการ เช่น ที่พักในโรงแรม การเดินทางโดยเครื่องบิน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การเข้าชมการแสดงในสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สินค้าและบริการอื่นๆ ในสายของสินค้าเดียวกัน และขายสินค้าให้แก่กลุ่มผู้ซื้อดังนี้

- ขายตรงให้แก่นักท่องเที่ยว (Direct Sales)
- ขายให้แก่ผู้ผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Tour Operator)
- ขายให้แก่บริษัทตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent)

ผู้ผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย และบริษัทตัวแทนจำหน่ายจะเป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในเวลาเดียวกัน จึงจำเป็นต้องศึกษาและวิจัยเพื่อทำความเข้าใจ เข้าใจความต้องการนักท่องเที่ยวและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และจิตวิทยาในการบริโภค มีความรู้ถึงลักษณะและรูปแบบที่แตกต่างกันของการเดินทางท่องเที่ยว และสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจเนื่องจาก

ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ผสมสินค้าและบริการสายเดียวกันและต่างประเภทเข้าด้วยกัน ความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจจะสร้างความมั่นคงให้แก่ธุรกิจในการลงทุน อำนาจการต่อรอง การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ และการเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกันในรายละเอียดส่วนย่อยอื่นๆ เช่น การกันที่นั่งของสายการบินไว้ให้แก่ลูกค้าของบริษัทสายการบินที่ร่วมมืออยู่ หรือการให้ห้องพักแก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีความร่วมมือกัน ซึ่งจะทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเจริญเติบโต ผู้ซื้อได้รับสินค้าและบริการที่ถูกต้องและยุติธรรม

3. สินค้าและบริการ สินค้าในตลาดการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

3.1 สินค้าที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างๆ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล เขตรักษาพันธุ์พืช และสัตว์ป่า ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ฯลฯ

3.2 สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกเป็นหลายชนิด ได้แก่

3.2.1 สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ทางประวัติศาสตร์ วัด โบสถ์ สถานที่สำคัญทางศาสนา ศิลปะ สถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ สวนสนุก ท่าเรือ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการคมนาคมขนส่ง ฯลฯ

3.2.2 สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมและสังคม ทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น ศาสนา ภาษา เทศกาล ประเพณี ศิลปะหัตถกรรม สิ่งบันเทิงต่างๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม อาหาร การแต่งกาย ทัศนคติ ความเชื่อ ฯลฯ

3.2.3 สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สายการบินและการขนส่ง ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม การจัดหาเที่ยว สินค้าของที่ระลึก กิจกรรมการท่องเที่ยว บ้านพักและพักผ่อน ฯลฯ

## 6. ลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิด หรือตัวต่อตัว เช่น พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ประชาสัมพันธ์โรงแรม มัคคุเทศก์ การบริการแบบใกล้ชิดจะทำให้ลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจทันทีในขณะที่รับบริการ การบริการที่ดี และถูกใจสร้างได้ยาก เพราะขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ดังนั้นผู้ผลิตในตลาดการท่องเที่ยว จึงไม่สามารถควบคุมคุณภาพของการบริการให้คงที่ได้เสมอไป

2. การบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานานๆ และพร้อมเสมอที่จะให้บริการทันที เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ห้องพักรวมโรงแรม ถ้าไม่มีผู้มาใช้บริการ การบริการที่เตรียมไว้ก็สูญไปเลย และการเพิ่มการบริการเป็นไปไม่ได้มากนักในกรณีที่เกิดความต้องการอย่างเร่งด่วน

3. การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะรูปแบบ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการรับบริการบริการสั้นมาก เช่น การพักรวม 1-2 คืน การรับประทานอาหาร 1-2 ชั่วโมง การโดยสารเครื่องบิน 1-12 ชั่วโมง ทั้งนี้อาจใช้บริการพร้อมกัน หรือหมุนเวียนกัน ผู้ให้บริการจึงมีเวลาสั้นมากในการให้บริการอย่างเสมอภาค ถูกต้อง และน่าประทับใจ

4. ใช้แรงคนในการให้บริการ ไม่สามารถหรือไม่นิยมเอาเครื่องจักรใดๆ มาให้บริการแทน จึงเกิดมีปัญหาระงาณอยู่เสมอ เช่น คุณวุฒิ คุณสมบัติ ความรู้ความสามารถ และค่าจ้าง เครื่องมือ เครื่องใช้ในสำนักงานเป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานบริการทำงานสะดวกและรวดเร็วขึ้นเท่านั้น

## 7. ลักษณะการท่องเที่ยวของนิสิต/นักศึกษา

ลักษณะการท่องเที่ยวในตลาดการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

4.1 สินค้าที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างๆ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล เขตรักษาพันธุ์พืช และสัตว์ป่า ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ฯลฯ

4.2 สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกเป็นหลายชนิด ได้แก่

4.2.1 สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ทางประวัติศาสตร์ วัด โบสถ์ สถานที่สำคัญทางศาสนา ศิลป สถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ สวนสนุก ท่าเรือ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางการคมนาคมขนส่ง ฯลฯ

4.2.2 สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมและสังคม ทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น ศาสนา ภาษา เทศกาล ประเพณี ศิลปหัตถกรรม สิ่งบันเทิงต่างๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม อาหาร การแต่งกาย ทัศนคติ ความเชื่อ ฯลฯ

4.2.3 สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สายการบิน และการขนส่ง ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม การจัดนำเที่ยว สินค้าของที่ระลึก กิจกรรมการท่องเที่ยว บันเทิง และพักผ่อน ฯลฯ

ในงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยวของนิสิต/นักศึกษา ส่วนใหญ่กลุ่มนิสิต/นักศึกษา จัดเป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ธรรมชาติ จึงมักนิยมเดินทางท่องเที่ยวทางภูเขา ทะเล น้ำตก โดยการท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะเป็นการท่องเที่ยวแบบพักแรม 2 – 3 คืน ถ้าเป็นนิสิต/นักศึกษา กลุ่มประมาณ 4 – 5 คน ก็จะเดินทางโดยใช้พาหนะส่วนตัวเอง แต่ถ้าเป็นหมู่คณะตั้งแต่ 15 คนขึ้นไป ก็จะเดินทางกับบริษัทจัดนำเที่ยว โดยใช้พาหนะรถโดยสารประจำทาง ช่วงเวลาการเดินทางที่นิสิต/นักศึกษาใช้ในการเดินทางคือ ช่วงเทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ที่หยุดต่อเนื่องกับวันเสาร์ - อาทิตย์

## 8. ส่วนผสมทางการตลาด

การจัดวางการตลาดจำเป็นต้องกำหนดงบประมาณในการตลาด เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดอัตราส่วนของงบประมาณการตลาดต่อยอดขาย (Marketing Budget To Sales Ratio) และจะต้องแบ่งงบประมาณการตลาดที่ใช้ในด้านต่างๆ ซึ่งเรียกกันว่า ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) ส่วนผสมที่สำคัญที่สุดของการตลาด ก็คือผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) ซึ่งจะต้องมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และราคา (Price) เป็นเครื่องมือของส่วนผสมทางการตลาดที่จะกำหนดการขายทั้งผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) และราคา (Price) จะถูกเสนอผ่าน ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ไปยังลูกค้า

### การแข่งขันในการตลาด

ในธุรกิจมักจะมีผู้ผลิตซึ่งเสนอสินค้าประเภทเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันหรืออาจทดแทนกันได้ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน โดยทั่วไปมักจะเน้นที่โครงสร้างต้นทุน การดำเนินธุรกิจ ครบวงจรหรือการขยายเครือข่ายทั่วโลก ซึ่ง PORTER ได้เสนอแนวความคิดในการซื้อกลยุทธ์คู่แข่งที่เรียกว่า กลุ่มกลยุทธ์ (Strategic Group) ในธุรกิจ

แต่ที่จริงแล้วลูกค้าเองไม่สามารถทราบถึงคุณภาพของการบริการจนกว่าเขาจะได้รับการบริการ แต่การบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะต้องตัดสินใจเลือกก่อนที่จะซื้อ ดังนั้นส่วนใหญ่จึงขึ้นอยู่กับประสบการณ์

ANDREW VLADIMIR ได้กล่าวว่าโดยทั่วไปเราจะใช้เครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า 4 P's ในการวิเคราะห์การตลาดที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ (Product Or Service) คำว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการในความหมายของการท่องเที่ยว นั้น สำหรับธุรกิจการขนส่งโดยสาร เราจะหมายถึง เส้นทางเดินทาง และหมายกำหนดการเดินทาง สำหรับธุรกิจโรงแรมเราจะหมายถึง อาคารและบริการ สำหรับร้านอาหาร เราจะหมายถึง การตกแต่งและรายการอาหาร สำหรับบริษัทท่องเที่ยว นั้น หมายถึง ขอบเขตของผลิตภัณฑ์และบริการ อันได้แก่ การจัดทำเช็คเดินทาง ระบบคอมพิวเตอร์ในการจองสายการบิน โปรแกรมการเดินทาง
  2. ราคา (Price) สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว นั้น กลยุทธ์ด้านราคา เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ดังนั้นการตั้งราคาเพื่อที่จะให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าจึงเป็นการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดทางการตลาด การตั้งราคาขายส่ง (Wholesale Price) ราคาขายปลีก (Retail Sale) ราคาตามฤดูกาล (Seasonal Price) จึงมีความสำคัญมาก
  3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว นั้น หมายถึง ระบบการจำหน่ายสำนักงานตัวแทน ที่สามารถจองห้อง หรือขายตั๋วการบิน เป็นช่องทางการจำหน่ายที่สำคัญ เนื่องจากนักเดินทางและท่องเที่ยว มักจะมาติดต่อที่เคาเตอร์บริษัทการท่องเที่ยว เพื่อจองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรม จองโปรแกรมการท่องเที่ยว จองรถเช่า
  4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) การส่งเสริมการขายนั้นในตลาดการท่องเที่ยว มักจะทำโดยการให้พนักงานขายติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น พนักงานโรงแรม ติดต่อขายห้องโดยตรงกับบริษัทนำเที่ยวและบริษัทท่องเที่ยวในตลาดต่างประเทศไว้แล้ว นอกจากนั้นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายก็มีส่วนในการดึงดูดลูกค้า เข้ามาในวงการขาย
- พฤติกรรมในการซื้อบริการการท่องเที่ยว นั้น จะขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ต้องการจะท่องเที่ยวจะได้รับ หรือสามารถได้ทันทีเพื่อการตัดสินใจ ดังนั้นการให้ข่าวสารการท่องเที่ยวต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จึงมีความสำคัญมากในแง่การปฏิบัติ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การทำแผนพับแนะนำการท่องเที่ยว การลงข่าวสารคดีการท่องเที่ยว จะทำให้ข่าวสารการท่องเที่ยวอยู่ในตลาดเสมอ ในระยะหลังได้มีการจัดทำ วีดีโอ การท่องเที่ยวจัดจำหน่าย หรือฉายตามโรงแรมในช่องทีวีของโรงแรมทำให้ข่าวสารอยู่บนตลาดได้อย่างหนึ่งด้วย จะสร้างทั้งภาพพจน์และตำนาน ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว

h152114 8.3

## 9. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

บทบาทของผู้บริโภคที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2542:46) มีดังนี้

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นผู้เสนอ หรือแนะนำความความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์เป็น คนแรก
2. ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้กระตุ้น หรือชักจูงว่าควรซื้อ หรือไม่ควรซื้อสินค้าและบริการ
3. ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อ หรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ เช่น พ่อบ้าน แม่บ้าน
4. ผู้ซื้อ (Buyer) เป็นผู้ไปทำการซื้อ หรือลงมือซื้อโดยนำเงินไปแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าและบริการ
5. ผู้ใช้ (User) เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ

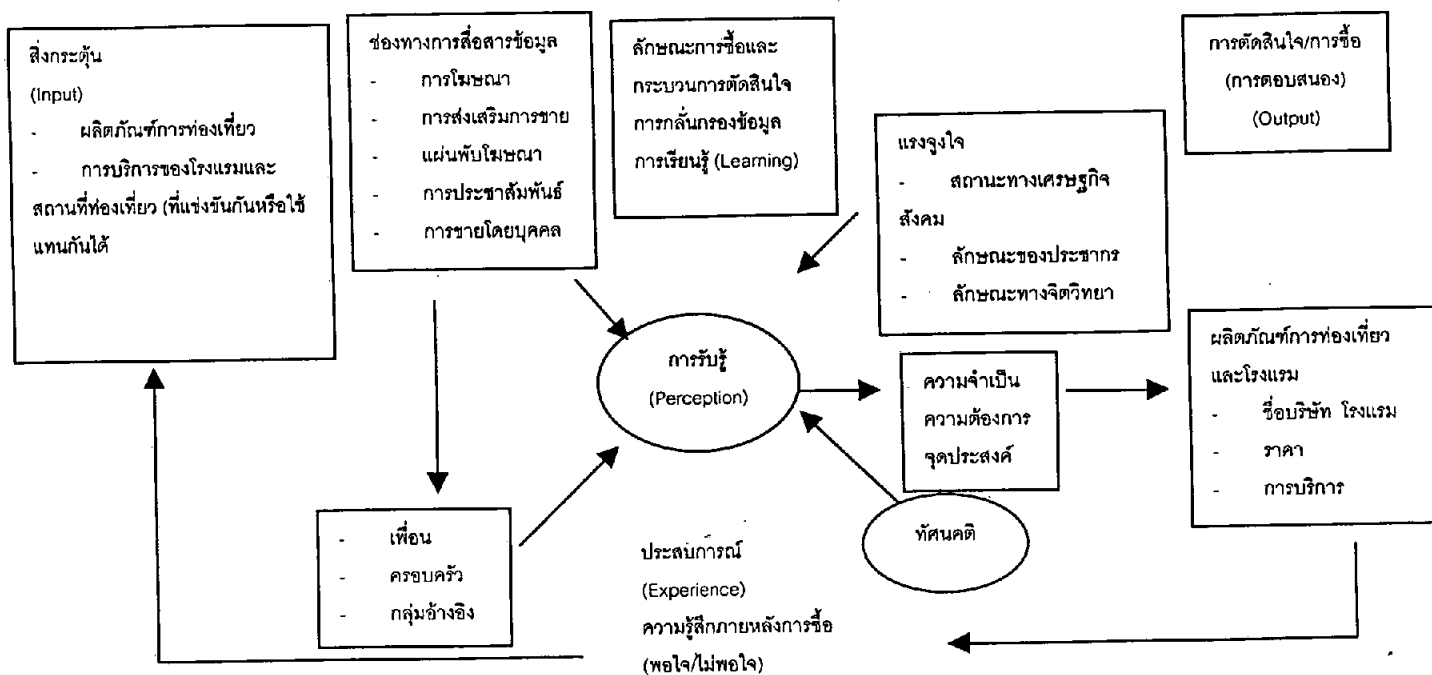
**กระบวนการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อดังนี้**

1. การรับรู้ความต้องการ (Need Awareness) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก
  - สิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายและจิตใจ และการรับรู้ ความต้องการของตน ฯลฯ
  - สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ
2. การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ (Information Search) ในกรณีที่ไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการนั้น ๆ ก็จะถูกสะสมมากขึ้น พร้อมกับความพยายามหาข้อมูลไปด้วย

**แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อ**

1. แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน ญาติ คนรู้จัก
  2. แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การแสดงสินค้าการท่องเที่ยว
  3. แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์การคุ้มครองผู้บริโภค
  4. แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์
3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นพฤติกรรมการประเมินผลโดยให้ความสนใจลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าและบริการ เช่น ชื่อบริษัท ตราสินค้า สายการบินที่ให้บริการรวดเร็ว สะอาด ปลอดภัย โรงแรมที่สะอาด บรรยากาศดี ที่ตั้งเหมาะสม และเมื่อคุณสมบัติแล้วก็นำมาจัดลำดับความสำคัญของคุณสมบัติต่าง ๆ แล้วนำมาเป็นตัวประเมินผลเพื่อพิจารณาเป็นทางเลือกต่อไป
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากรับรู้ความต้องการ ได้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตลอดจนเวลา และวิธีการชำระเงินแล้วก็ตัดสินใจซื้อ ซึ่งบางครั้งอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในขณะนั้นด้วย เช่น การคาดคะเนภาวะทางเศรษฐกิจ ทศนคติทั้งบวกและลบของบุคคลอื่น ตลอดจนสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนมาก่อน เช่น ความไม่พอใจลักษณะการขายของผู้ขายอาจทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงได้

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behaviour) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ ภายหลังการซื้อ ความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ จงรักภักดีต่อบริษัท หรือซื้อเสียงของบริษัทถ้าไม่พอใจก็ ไม่กลับมาใช้บริการอีก ซึ่งนักการตลาดควรให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่งเพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจต่อไป



ภาพประกอบ 3 แสดงการกระตุ้น – ตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว

จากรูปแบบแสดงการกระตุ้น – ตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว สิ่งกระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจ สินค้าและบริการเหล่านี้มีการแข่งขันสูง และเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ แสวงหาข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ตลอดจนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ประกอบกับการเรียนรู้ แรงจูงใจ ประสบการณ์ และทัศนคติของตน การกลั่นกรองข้อมูล ซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ ทำให้เกิดการรับรู้ (Perception) และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการและจำเป็นของตน โดยการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและโรงแรมที่เลือกสรรแล้ว การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนับว่าเป็นการตอบสนอง (Output) จากสิ่งกระตุ้นและกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่ต้น และถ้าสินค้าและบริการตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้ นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจ จะเพิ่มประสบการณ์ทางบวกมากขึ้น และทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (เดินทางมาเที่ยวและใช้บริการอีก) แต่ถ้าไม่พอใจก็จะกลายเป็นประสบการณ์ลบ จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ยาก จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มาก

## 10. กลยุทธ์การบริหารการตลาดยุคใหม่

### กลยุทธ์การตลาด

PROFESSOR PHILIP KOTLER ได้ให้คำจำกัดความการตลาดว่า

“การตลาดเป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหารซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับสิ่งที่เขาต้องการโดยการสร้างการเสนอ และการแลกเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีคุณค่า ตามความต้องการ

การตลาดจึงเป็นเรื่องของการค้นคว้าหาความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคโดยการสำรวจ แล้วจึงวางแผนพัฒนาสินค้า หรือบริการเพื่อให้สนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยจะต้องตัดสินใจในเรื่องตลาดเป้าหมาย การวางตัวการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจำหน่าย ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค การส่งเสริมการขาย โดยแท้ที่จริงแล้วแนวความคิดที่สำคัญของการตลาดก็คือ การตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่อง ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสม กับกลุ่มลูกค้า (Product – Market Focus)

การตลาดจำเป็นที่จะต้องทำการวิเคราะห์โอกาสระยะยาว ในตลาดโดยเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทั้งระดับมหภาคและจุลภาค เพื่อทำความเข้าใจถึงลักษณะตลาดผู้บริโภคว่าในอนาคตเขาเหล่านั้นต้องการอะไร เป็นปริมาณเท่าไร ใครเป็นผู้จำหน่าย และกลุ่มใดเป็นผู้ซื้อ ต้องการซื้อเท่าใด และซื้อจากใคร มีคู่แข่งอยู่ในตลาดแบบไหน และคู่แข่งดังกล่าวนั้นได้ทำการตลาด และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างไร

ไม่เพียงแต่เท่านั้นยังจำเป็นต้องศึกษาตลาดของกลุ่มธุรกิจ (Business Market) ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจในขนาดใหญ่ หรือบริษัทขนาดย่อย หรือส่วนราชการ เพื่อศึกษาว่ากลุ่มเหล่านี้ทำการตัดสินใจในการซื้อสินค้าอย่างไร เช่นเดียวกับที่เราศึกษาในตลาดผู้บริโภค

การศึกษาในเรื่องการตลาดยังไม่เพียงพอในการที่จะกำหนดกลยุทธ์การตลาด เราจำเป็นต้องศึกษาถึงคู่แข่งขั้นเพื่อที่จะชี้ว่าใครคือคู่แข่งขั้นในตลาดใด และมีพฤติกรรมทางด้านราคาและสินค้า หรือวิธีทำการตลาดอย่างไร ในการที่จะเพิ่มสัดส่วนทางการตลาด ซึ่งแนวความคิดในการวิเคราะห์สินค้าของตนเอง ผู้บริโภค ผู้แข่งขันเราเรียกว่า การวิเคราะห์โดยอาศัยสามเหลี่ยมกลยุทธ์ ในที่สุดเราสามารถที่จะกำหนดเป้าหมายผลิตภัณฑ์และตลาด (Product - Market Focus) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ตารางผลิตภัณฑ์และตลาด (Product Market Grid) ซึ่งในที่สุดก็เป็นการกำหนดตลาดเป้าหมาย (Target Market) นั้นเอง พร้อมกันนั้นจะพัฒนาแผนที่การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning Map) พร้อมกับการเลือกส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

หัวใจสำคัญของการทำกลยุทธ์การตลาดก็คือ การหาส่วนตลาด (Segmenting) การกำหนดเป้า (Targeting) และการวางตำแหน่ง สินค้าหรือบริการ (Positioning) ซึ่งจะทำให้เราสามารถเสนอกลยุทธ์การตลาดสำหรับการกระจายสายการผลิต (Differentiation) และติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละส่วนตลาด (Segment) ได้

## 11. ความหมายและความสำคัญของความคิดเห็น

### ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของแต่ละคนในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายและคำนิยามของความคิดเห็นไว้ดังนี้

สุชา จันทรเอม และสุรางค์ จันทรเอม (2520:104) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดเห็นหมายถึง ความคิดเห็นยากที่จะแยกออกเจตคติได้โดยเด็ดขาด เพราะทั้งความคิดเห็นและเจตคติมีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่ลักษณะของความคิดเห็นนั้นจะไม่ลึกซึ้งเหมือนกับเจตคติ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526:13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดเห็นหมายถึง การแสดงออกด้านเจตคติอย่างหนึ่ง แต่การลงความคิดเห็นนั้น มักมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็นส่วนที่พร้อมที่จะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

กมลรัตน์ หล้าสูงษ์ ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดเห็นหมายถึง การแสดงออกโดยการพูดหรือเขียนเกี่ยวกับ เจตคติ ความเชื่อ หรือค่านิยมของบุคคล ความคิดเห็นไม่เหมือนเจตคติตรงที่ไม่จำเป็นที่จะต้องแสดงความรู้สึก อารมณ์ หรือแม้กระทั่งการแสดงพฤติกรรมที่จะตอบสนองหรือไม่ตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นเพียงคำพูดพร้อมเหตุผลที่บุคคลคิดขึ้นมา และถ้ามีคนไม่เห็นด้วย บุคคลนั้นก็อาจจะเปลี่ยนคำพูดดังกล่าวได้ (อภิชัย ชำชุม. 2538:11 ; อ้างอิงจาก กมลรัตน์ หล้าสูงษ์. 2527. จิตวิทยาสังคม. : 174)

จากคำจำกัดความต่างๆ พอจะสรุปได้ว่าความคิดเห็นหมายถึง การแสดงออก ทางด้านความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม การยอมรับ และการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจใช้การพูด หรือ การเขียน ให้สอดคล้องกับความรู้สึกภายในของตนเอง ซึ่งอาจจะมาจากประสบการณ์ หรือสภาพความเป็นจริงในขณะนั้น

ดังนั้นความคิดเห็นของนิสิต/นักศึกษาที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ จึงเป็นการแสดงถึงความรู้สึก ความเชื่อ การยอมรับ และการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยอาศัยประสบการณ์ และสภาพความเป็นจริง มาประกอบการแสดงออกนั้นๆ

### ความสำคัญของความคิดเห็น

การศึกษาความคิดเห็นเป็นการศึกษาความรู้สึกของบุคคล กลุ่มคน ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ละคนจะแสดงความรู้สึก และความรู้สึกใดๆ ออกมาโดยการพูด การเขียน เป็นต้น ความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงาน การกำหนดนโยบาย แผนงานโครงการต่างๆ หรือการเปลี่ยนแปลงระบบงานการดำเนินงาน รวมทั้งการฝึกหัดการทำงานด้วย เพราะจะทำให้แนวทางการดำเนินงานต่างๆ บรรลุตามวัตถุประสงค์ด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามความพอใจของผู้ร่วมงาน (ลาวัญญ์ จักรานุกัณณ์. 2540:9)

## 12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยได้พยายามค้นคว้างานวิจัยที่ใกล้เคียงกับเรื่องพฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีดังนี้

ยุทธนา หวังสัมพันธ์(2542.บพคัตย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศและความคิดเห็นที่มีต่อโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของนิสิต นักศึกษา พบว่า เกณฑ์ที่สำคัญในการที่ใช้ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างพบว่าเกณฑ์เรื่อง สภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนิสิต มักใช้พาหนะประเภท รถยนต์ส่วนบุคคล พักแรมในสถานที่ที่เป็นโรงแรมสูงที่สุด และจะเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 7-8 คน โดยจะท่องเที่ยวในระยะเวลาประมาณ 2 – 3 วัน

ชัชพันธ์ เปลียนดี(2542. บพคัตย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนิสิต นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวคือ เพื่อพักผ่อน และสัมผัสธรรมชาติ นิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการไปกันเองกับกลุ่มเพื่อน 6 – 10 คน ใช้เวลาประมาณ 3 – 4 วัน ส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภททะเล และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทเดินป่าศึกษาธรรมชาติมากที่สุด

สุชาดา วรรณมานี (2542. บพคัตย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(Ecotourism) กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักศึกษาที่เข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมในมหาวิทยาลัย จะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่านักศึกษาที่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมในมหาวิทยาลัย และนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเอกชน จะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่านักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยปิดของรัฐ อาจเนื่องมาจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้กิจกรรมต่างๆ เป็นตัวที่จะก่อให้เกิดความรู้หรือความเข้าใจในธรรมชาติ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศบางครั้งต้องใช้พาหนะหรืออุปกรณ์พิเศษในการสัมผัสธรรมชาติ เช่น การดำน้ำดูปะการัง การล่องแก่ง ฯลฯ จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอาจจะสูงกว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมๆ ดังนั้น นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเอกชน ส่วนใหญ่มาจากครอบครัวที่มีฐานะดี จึงอาจทำให้สามารถจ่ายเงินสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้มากกว่านักศึกษาที่อยู่ในมหาวิทยาลัยปิดของรัฐ

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ(2538. บพคัตย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว ด้วยวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ การพักผ่อน เยี่ยมญาติ และปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวที่ไปมากเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์การค้า ตลาดในเมือง วัด ภูเขา น้ำตก ทะเล และเกาะ โดยสิ่งจูงใจที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือ ผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่นๆ และอาศัยช่วงเวลาที่มีย่อยเที่ยวไปด้วย รองลงมาคือ ค่าชวนของเพื่อนและญาติ โดยจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ตามระดับอายุ ดังนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยจะไปทัศนศึกษามากกว่ากลุ่มกลางคนจะไปประชุมสัมมนามากกว่า และกลุ่มสูงอายุจะไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนามากกว่า

พิษณุ วัชรวิทย์ (2542. บทคัดย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า คุณภาพในการบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการให้บริการกับราคาค่าบริการมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าด้านอื่น นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญในคุณค่าของเงิน จึงต้องการให้ได้รับความคุ้มค่ามากที่สุดในจำนวนเงินที่ได้จ่ายไป

สุริพร ภักธพรนันท์ (2541. บทคัดย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติ ในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ระดับปานกลาง โดยมีความรู้เรื่องเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มากกว่าความรู้เรื่องการจัดการ การมีส่วนร่วมของประชาชน และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอุทยานแห่งชาติ มีความแตกต่างกัน ที่ระดับการศึกษาต่างกัน แต่ไม่แตกต่างกันในเรื่องของเพศ อายุ และรายได้

ณัฐกานต์ โรจนดมะ (2542. บทคัดย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร คือ รายได้ของครอบครัว นักท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทาง โดยรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ส่วนรูปแบบการเดินทางที่มีบทบาทในการกำหนดอุปสงค์ดังกล่าวคือ รูปแบบการเดินทางด้วยตนเอง แต่เมื่อพิจารณาในกรอบเวลาที่ลดลง พบว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญลดลง และมีปัจจัยตัวอื่นๆ ที่มีผลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คือ ฤดูกาลและขนาดของครอบครัว สำหรับตัวแปรอื่นๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ไม่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์

วิธินี วรรณสกล (2542. บทคัดย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจจากสื่อประเภทต่างๆ ต่างกัน อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตต่างกัน

ศิริลักษณ์ อริยบุญญทัต (2540. บทคัดย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารทั่วไป กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ นิตยสารสวัสดี สดิกเกอร์ แผ่นพับ จุลสาร วีดีโอ ซีดีรอม และอินเตอร์เน็ต กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่โครงการ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศิริสา สอนศรี (2541. บทคัดย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับ ข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมชาติ สกฤตยานันท์ (2533. บทคัดย่อ) เป็นการศึกษาถึงเรื่องความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่สถานภาพสมรส และขนาดของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย เพศ อายุ สถานภาพสมรส และการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในขณะที่ขนาดของครอบครัว อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ เพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ขนาดครอบครัว การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต / นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ” มุ่งศึกษาเฉพาะในด้านความรู้ความเข้าใจ ความชอบ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มนิสิต / นักศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไปในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร โดยมีสาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับสารดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

#### 1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชาย และเพศหญิง ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนิสิต / นักศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไปในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีพฤติกรรมชอบเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรม หรือเป็นการพักผ่อน โดยจะเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาเพียง 6 แห่ง คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของกลุ่มนิสิต / นักศึกษา ในแต่ละสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (นราศรี ชุติกดิ์. 2540 : 104) จากสูตร ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

โดยกำหนดให้

$n$  = จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  = 1.96 สำหรับระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % (ระดับ 0.05)

$P$  = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม โดยกำหนดสัดส่วนของนิสิต / นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร มีค่าเท่ากับ 0.5

$E$  = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตร ดังนั้นจะได้

$$n = (0.5)(1 - 0.5)(1.96)^2 / (0.05)^2$$

$$= \sim 384.16 = 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ฉะนั้นจากสูตรคำนวณข้างต้นกำหนดขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 35 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 420 ตัวอย่าง

### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน (Two- stage random sampling)

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Judgement sampling / Purposive sampling)

โดยเลือกสถาบันอุดมศึกษา 6 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

|                            |             |
|----------------------------|-------------|
| จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย      | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์      | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยกรุงเทพ         | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย     | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต      | จำนวน 70 คน |

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างโดยสะดวก (Convenience) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มนิสิต / นักศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการใช้เครื่องมือในการทำการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิด ซึ่งทางผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการรวบรวมข้อมูลในทฤษฎีและข้อมูลจากความต้องการของกลุ่มที่ต้องการทราบถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของกลุ่มนิสิต / นักศึกษา ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งนำมาประยุกต์เพื่อจัดทำเป็นข้อคำถาม เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษาระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือน โดยคำถามจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแสดงข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีลักษณะคำถามปลายปิด จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแสดงข้อมูลด้านความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งจะมีลักษณะคำถามปลายเปิด จำนวน 39 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามแสดงข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งจะมีลักษณะคำถามปลายเปิด

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ร่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามที่เกี่ยวข้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในการทำวิจัย พร้อมทั้งกำหนดแต่ละตัวแปรว่าใช้ Scale ใดในการวัดค่าตัวแปรเหล่านั้น
3. สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีลักษณะคำถามปลายปิด ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด
4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้นก่อนนำไปทดลองใช้จริง
6. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try out) กับนิสิต นักศึกษา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน จากนั้นนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538 : 125-126) จากการทดลองใช้แบบสอบถาม ได้ผลการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับได้ค่า  $\alpha = .8625$

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับนิสิต / นักศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป เขตกรุงเทพมหานคร ในสถาบันอุดมศึกษาทั้ง 6 แห่ง เป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต โดยจัดส่งแบบสอบถามเป็นกลุ่มสถาบันละ 70 ชุด และจะใช้เวลาดำเนินการในช่วงวันที่ 15 มิถุนายน - 20 กรกฎาคม พ.ศ 2545

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

#### วิธีจัดการกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS / PC

นำข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือน มาคิดเป็นร้อยละ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ

ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต/นักศึกษา ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยใช้สเกลวัดทัศนคติแบบลิเคิร์ต (Likert, 1970:175) แบ่งเป็น

|                    |   |       |
|--------------------|---|-------|
| เห็นด้วยมากที่สุด  | 5 | คะแนน |
| เห็นด้วยมาก        | 4 | คะแนน |
| เห็นด้วยปานกลาง    | 3 | คะแนน |
| เห็นด้วยน้อย       | 2 | คะแนน |
| เห็นด้วยน้อยที่สุด | 1 | คะแนน |

เกณฑ์การประเมินผล โดยใช้เกณฑ์การประเมินดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 เป็นระดับเห็นด้วยมากที่สุด หมายถึงนักศึกษา เห็นว่าเหมาะสมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 เป็นระดับเห็นด้วยมาก หมายถึงนักศึกษา เห็นว่าเหมาะสมมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 เป็นระดับเห็นด้วยปานกลาง หมายถึงนักศึกษา เห็นว่าเหมาะสมปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 เป็นระดับเห็นด้วยน้อย หมายถึงนักศึกษา เห็นว่าเหมาะสมน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 เป็นระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด หมายถึงนักศึกษา เห็นว่าเหมาะสมน้อยที่สุด

เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้ การทดสอบไค-สแควร์ (Chi-square test)

เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม โดยใช้ t-test และมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การ

วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Scheffe' หากยังไม่พบความแตกต่างจึงใช้วิธีของ Tukey และหากยังไม่พบความแตกต่างอีกจึงใช้วิธี LSD (Least significant difference)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติและอักษรย่อดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ร้อยละ

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic mean หรือ  $\bar{X}$ ) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541:40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$N$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541:65)

$$S = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ  $S$  แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum X)^2$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum X^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$N$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## 2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126)

$$\alpha = \frac{n}{n - 1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ  $\alpha$  แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

$n$  แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$  แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

$S_t^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

## 3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การทดสอบสมมติฐาน ข้อ 1-6 ใช้การทดสอบไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) (Chi-square test) (นรา ศรี ไวนิชกุลและชูศักดิ์ อุดมศรี. 2537 : 214-215)

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

$$\text{ความถี่ที่คาดหวัง } E = \frac{R \times C}{N}$$

เมื่อ  $\chi^2$  แทน ค่าไค-สแควร์

$O$  แทน ความถี่ที่ได้จากการสังเกต

$E$  แทน ความถี่ที่คาดหวังไว้ หรือความถี่ที่ควรจะเป็นตามทฤษฎี

$R$  แทน ผลรวมของความถี่ในแนวนั้น

$C$  แทน ผลรวมของความถี่ตามคอลัมน์

$N$  แทน ผลรวมของความถี่ทั้งหมด

การทดสอบโดยใช้ Chi-square เป็นการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติด้วย ซึ่งในการวิจัยนี้จะใช้ Chi-square เพื่อทดสอบความถูกต้องของสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร t-test (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2534 : 178)

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

|       |                  |     |                                        |
|-------|------------------|-----|----------------------------------------|
| เมื่อ | t                | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution |
|       | $\overline{X}_1$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1         |
|       | $\overline{X}_2$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2         |
|       | $S_1^2$          | แทน | ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1    |
|       | $S_2^2$          | แทน | ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2    |
|       | $n_1$            | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1              |
|       | $n_2$            | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2              |

3.3 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2534 : 249)

$$F = \frac{MS_B}{MS_w}$$

|       |        |     |                                        |
|-------|--------|-----|----------------------------------------|
| เมื่อ | F      | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution |
|       | $MS_B$ | แทน | ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม             |
|       | $MS_w$ | แทน | ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม               |

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ 6 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนด สัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

|           |                                                              |
|-----------|--------------------------------------------------------------|
| N         | แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง                                        |
| $\bar{X}$ | แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย                                           |
| S         | แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน                                  |
| t         | แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution                   |
| F         | แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution                   |
| SS        | แทน ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Squares)           |
| MS        | แทน ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares) |
| $\chi^2$  | แทน ค่าสถิติของการทดสอบไค – สแควร์ (Chi-square test)         |
| P         | แทน ค่าความน่าจะเป็น (Probability)                           |
| df        | แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)            |
| *         | แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05                             |
| **        | แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01                             |

#### การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนิสิต นักศึกษา ในสถาบัน อุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ใน สถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 การรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามปลายเปิด ตอนที่ 4 โดยที่เก็บข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่าง 420 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 28.09

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวน และร้อยละของนิสิต นักศึกษา จำแนกตามเพศ,อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา

| ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม      | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------|------------|--------|
| 1. เพศ                     |            |        |
| ชาย                        | 159        | 37.9   |
| หญิง                       | 261        | 62.1   |
| 2. อายุ                    |            |        |
| ต่ำกว่า 19 ปี              | 32         | 7.6    |
| 19 – 23 ปี                 | 330        | 78.6   |
| 24 – 28 ปี                 | 37         | 8.8    |
| 29 ปี ขึ้นไป               | 21         | 5.0    |
| 3. สถาบันอุดมศึกษา         |            |        |
| จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย      | 70         | 16.7   |
| มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์      | 70         | 16.7   |
| มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ | 70         | 16.7   |
| มหาวิทยาลัยกรุงเทพ         | 70         | 16.7   |
| มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย     | 70         | 16.7   |
| มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต      | 70         | 16.7   |
| 4. ระดับการศึกษา           |            |        |
| ระดับปริญญาตรี             | 369        | 87.9   |
| สูงกว่าระดับปริญญาตรี      | 51         | 12.1   |
| 5. สาขาวิชาที่เรียน        |            |        |
| วิทยาศาสตร์                | 83         | 19.8   |
| สังคมศาสตร์                | 167        | 39.8   |
| มนุษยศาสตร์                | 87         | 20.7   |
| แพทยศาสตร์                 | 49         | 11.7   |
| สถาปัตยกรรมศาสตร์          | 34         | 8.1    |

ตาราง 1 (ต่อ)

| ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------|------------|--------|
| 6. รายได้ต่อเดือน     |            |        |
| ไม่เกิน 5,000 บาท     | 227        | 54.0   |
| 5,001 – 10,000 บาท    | 120        | 28.6   |
| 10,001 – 15,000 บาท   | 33         | 7.9    |
| 15,001 – 20,000 บาท   | 23         | 5.5    |
| มากกว่า 20,000 บาท    | 17         | 4.0    |
| รวม                   | 420        | 100.00 |

จากตาราง 1 พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 420 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับอายุอยู่ในช่วง 19 - 23 ปี มีจำนวนเท่ากันในทุกสถาบันอุดมศึกษา การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสังคมศาสตร์ และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท

เนื่องจากตาราง 1 มีข้อมูลในแต่ละช่วงจำนวนน้อย ไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ จึงทำการปรับตาราง 1 เป็นตาราง 2 ปรากฏดังนี้

ตาราง 2 จำนวน และร้อยละของนิสิต นักศึกษา จำแนกตามเพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา

| ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม      | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------|------------|--------|
| 1. เพศ                     |            |        |
| ชาย                        | 159        | 37.9   |
| หญิง                       | 261        | 62.1   |
| 2. อายุ                    |            |        |
| ต่ำกว่า 19 ปี              | 32         | 7.6    |
| 19 – 23 ปี                 | 330        | 78.6   |
| 24 ปีขึ้นไป                | 58         | 13.8   |
| 3. สถาบันอุดมศึกษา         |            |        |
| จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย      | 70         | 16.7   |
| มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์      | 70         | 16.7   |
| มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ | 70         | 16.7   |
| มหาวิทยาลัยกรุงเทพ         | 70         | 16.7   |
| มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย     | 70         | 16.7   |
| มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต      | 70         | 16.7   |
| 4. ระดับการศึกษา           |            |        |
| ระดับปริญญาตรี             | 369        | 87.9   |
| สูงกว่าระดับปริญญาตรี      | 51         | 12.1   |
| 5. สาขาวิชาที่เรียน        |            |        |
| วิทยาศาสตร์                | 83         | 19.8   |
| สังคมศาสตร์                | 167        | 39.8   |
| มนุษยศาสตร์                | 87         | 20.7   |
| แพทยศาสตร์                 | 49         | 11.7   |
| สถาปัตยกรรมศาสตร์          | 34         | 8.1    |

ตาราง 2 (ต่อ)

| ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------|------------|--------|
| 6. รายได้ต่อเดือน     |            |        |
| ไม่เกิน 5,000 บาท     | 227        | 54.0   |
| 5,001 – 10,000 บาท    | 120        | 28.6   |
| มากกว่า 10,000 บาท    | 73         | 17.4   |
| รวม                   | 420        | 100.00 |

จากตาราง 2 พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 420 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับอายุอยู่ในช่วง 19 - 23 ปี มีจำนวนเท่ากันในทุกสถาบันอุดมศึกษา การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสังคมศาสตร์ และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอในรูปแบบความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 3

ตาราง 3 จำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------------------------|------------|--------|
| 1. ในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา ท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยวกี่ครั้ง |            |        |
| 1 ครั้ง                                                         | 39         | 9.3    |
| 2 ครั้ง                                                         | 77         | 18.3   |
| 3 ครั้ง                                                         | 86         | 20.5   |
| 4 ครั้ง                                                         | 61         | 14.5   |
| 5 ครั้ง                                                         | 28         | 6.7    |
| มากกว่า 5 ครั้ง                                                 | 129        | 30.7   |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด               |            |        |
| ภูเขา                                                           | 46         | 11.0   |
| ป่าไม้                                                          | 41         | 9.8    |
| น้ำตก                                                           | 72         | 17.1   |
| ทะเล                                                            | 261        | 62.1   |
| 3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน คือ            |            |        |
| เพื่อความสนุกสนาน / ผจญภัย                                      | 121        | 28.8   |
| เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ                                   | 278        | 66.2   |
| เพื่อศึกษาหาความรู้ / ประสบการณ์                                | 21         | 5.0    |
| 4. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบใด                               |            |        |
| ไปเอง                                                           | 400        | 95.2   |
| ไปกับบริษัทนำเที่ยว                                             | 20         | 4.8    |
| 5. ส่วนใหญ่ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวกับใคร                      |            |        |
| คนเดียว                                                         | 12         | 2.9    |
| เพื่อน                                                          | 241        | 57.4   |
| ครอบครัวและญาติ                                                 | 167        | 39.8   |

ตาราง 3 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------------------------|------------|--------|
| 6. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกันประมาณกี่คน                    |            |        |
| 1 – 5 คน                                                        | 184        | 43.8   |
| 6 – 10 คน                                                       | 201        | 47.9   |
| 11 – 15 คน                                                      | 35         | 8.3    |
| 7. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลาใดมากที่สุด            |            |        |
| มกราคม – มีนาคม                                                 | 65         | 15.5   |
| เมษายน – พฤษภาคม                                                | 292        | 69.5   |
| ตุลาคม - ธันวาคม                                                | 63         | 15.0   |
| 8. จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง คือ         |            |        |
| 1 – 2 วัน                                                       | 134        | 31.9   |
| 3 – 4 วัน                                                       | 233        | 55.5   |
| 5 - 6 วัน                                                       | 41         | 9.8    |
| 7 - 8 วัน                                                       | 12         | 2.9    |
| 9. บุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของท่าน |            |        |
| ตัวท่านเอง                                                      | 118        | 28.1   |
| เพื่อน                                                          | 158        | 37.6   |
| บุคคลในครอบครัว                                                 | 144        | 34.3   |
| รวม                                                             | 420        | 100.00 |

จากตาราง 3 พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 420 คน ในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) ที่ผ่านมา นักศึกษาเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มากกว่า 5 ครั้ง โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ ทะเล วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษา คือ เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเองมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวกับเพื่อน มากที่สุด โดยจะเดินทางไปท่องเที่ยวกันประมาณ 6 – 10 คน มากที่สุด ช่วงเวลาที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เมษายน – พฤษภาคม ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งใช้เวลามากที่สุด คือ 3 – 4 วัน และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน

เนื่องจากตาราง 3 มีข้อมูลในแต่ละช่วงจำนวนน้อย ไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ จึงทำการปรับตาราง 3 เป็นตาราง 4 ปรากฏดังนี้

ตาราง 4 จำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                 | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------------------------------------|------------|--------|
| 1. ในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมาน ท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยวกี่ครั้ง |            |        |
| 1 ครั้ง                                                          | 39         | 9.3    |
| 2 ครั้ง                                                          | 77         | 18.3   |
| 3 ครั้ง                                                          | 86         | 20.5   |
| 4 ครั้ง                                                          | 61         | 14.5   |
| 5 ครั้ง                                                          | 28         | 6.7    |
| มากกว่า 5 ครั้ง                                                  | 129        | 30.7   |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด                |            |        |
| ภูเขา                                                            | 46         | 11.0   |
| ป่าไม้                                                           | 41         | 9.8    |
| น้ำตก                                                            | 72         | 17.1   |
| ทะเล                                                             | 261        | 62.1   |
| 3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน คือ             |            |        |
| เพื่อความสนุกสนาน / ผจญภัย                                       | 121        | 28.8   |
| เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ                                    | 278        | 66.2   |
| เพื่อศึกษาหาความรู้ / ประสบการณ์                                 | 21         | 5.0    |
| 4. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบใด                                |            |        |
| ไปเอง                                                            | 400        | 95.2   |
| ไปกับบริษัทนำเที่ยว                                              | 20         | 4.8    |
| 5. ส่วนใหญ่ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวกับใคร                       |            |        |
| คนเดียว                                                          | 12         | 2.9    |
| เพื่อน                                                           | 241        | 57.4   |
| ครอบครัวและญาติ                                                  | 167        | 39.8   |

ตาราง 4 (ต่อ)

| พฤติกรรมทางท่องเที่ยวภายในประเทศ                                | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------------------------|------------|--------|
| 6. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยกันประมาณกี่คน                |            |        |
| 1 – 5 คน                                                        | 184        | 43.8   |
| 6 คน ขึ้นไป                                                     | 236        | 56.2   |
| 7. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลาใดมากที่สุด            |            |        |
| มกราคม – มีนาคม                                                 | 65         | 15.5   |
| เมษายน – พฤษภาคม                                                | 292        | 69.5   |
| ตุลาคม – ธันวาคม                                                | 63         | 15.0   |
| 8. จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง คือ         |            |        |
| 1 – 2 วัน                                                       | 134        | 31.9   |
| 3 – 4 วัน                                                       | 233        | 55.5   |
| 5 วัน ขึ้นไป                                                    | 53         | 12.7   |
| 9. บุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของท่าน |            |        |
| ตัวท่านเอง                                                      | 118        | 28.1   |
| เพื่อน                                                          | 158        | 37.6   |
| บุคคลในครอบครัว                                                 | 144        | 34.3   |
| รวม                                                             | 420        | 100.00 |

จากตาราง 4 พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 420 คน ในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) ที่ผ่านมา นักศึกษาเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มากกว่า 5 ครั้ง โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ ทะเล วัดคู่ประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษา คือ เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเองมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวกับเพื่อน มากที่สุด โดยจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยกันตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป มากที่สุด ช่วงเวลาที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เมษายน – พฤษภาคม ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งใช้เวลามากที่สุด คือ 3 – 4 วัน และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ

เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏดังตาราง 5

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ

| ลักษณะความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยว<br>ภายในประเทศในด้านต่างๆ | $\bar{X}$ | S   | การแปลความหมาย:<br>ระดับความเหมาะสม |
|------------------------------------------------------------------|-----------|-----|-------------------------------------|
| ลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ                                     | 3.63      | .41 | มาก                                 |
| ราคา                                                             | 3.83      | .45 | มาก                                 |
| สถานที่                                                          | 3.84      | .73 | มาก                                 |
| การส่งเสริมทางการตลาด                                            | 3.50      | .59 | มาก                                 |
| รวม                                                              | 3.70      | .39 | มาก                                 |

จากตาราง 5 พบว่านิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้าน ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ

| ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ                                                      | $\bar{X}$ | S    | การแปลความหมาย:<br>ระดับความเหมาะสม |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------------------------------------|
| 1. วันหยุดราชการ เป็นวันที่เหมาะสมสำหรับการเดินทาง                                    | 3.52      | 1.08 | มาก                                 |
| 2. วันหยุดปิดภาคเรียน เป็นช่วงเวลาที่ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยว                        | 4.54      | .68  | มากที่สุด                           |
| 3. วันหยุดเทศกาลต่างๆ เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเดินทาง                          | 3.49      | 1.20 | ปานกลาง                             |
| 4. โปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นต้องมีความหลากหลาย                                   | 4.11      | .84  | มาก                                 |
| 5. การบริการที่ดีของพนักงานบริษัทนำเที่ยวก่อให้เกิดความประทับใจ                       | 4.23      | .78  | มาก                                 |
| 6. รถยนต์เป็นพาหนะที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในทุกๆภาคของไทย            | 3.93      | .87  | มาก                                 |
| 7. ท่านนิยมท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเฉพาะที่มีชื่อเสียง                             | 2.78      | 1.05 | ปานกลาง                             |
| 8. ท่านนิยมท่องเที่ยวภายในประเทศตามบุคคลในครอบครัว                                    | 3.68      | .99  | มาก                                 |
| 9. ท่านนิยมท่องเที่ยวภายในประเทศ ตามบุคคลในสังคม                                      | 2.58      | 1.03 | ปานกลาง                             |
| 10. ท่านนิยมท่องเที่ยวแบบมีการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง                            | 4.04      | .95  | มาก                                 |
| 11. ท่านนิยมท่องเที่ยวแบบฉับพลัน โดยไม่มีการวางแผนล่วงหน้า                            | 2.53      | 1.20 | ปานกลาง                             |
| 12. อาหารที่รวมอยู่ในโปรแกรมของบริษัทนำเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริษัทนำเที่ยว  | 3.08      | 1.01 | ปานกลาง                             |
| 13. ขนาดของกลุ่มท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัด มีผลต่อการเลือกบริษัทนำเที่ยว          | 3.65      | .83  | มาก                                 |
| 14. ท่านจะพอใจอย่างมาก ถ้าวัยของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่บริษัทจัด เป็นวัยที่ใกล้เคียงกัน | 3.99      | .80  | มาก                                 |
| 15. ท่านต้องการไกด์ที่มีความรู้ในสถานที่ต่างๆ เป็นอย่างดี                             | 4.27      | .79  | มาก                                 |
| รวม                                                                                   | 3.62      | .41  | มาก                                 |

จากตาราง 6 พบว่านิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านลักษณะท่องเที่ยวและบริการ โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ วันหยุดปิดภาคเรียน เป็นช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ส่วนข้อที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 5 ข้อ คือ วันหยุดเทศกาลต่าง ๆ เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเดินทาง นิยมท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเฉพาะที่มีชื่อเสียง นิยมท่องเที่ยวภายในประเทศ ตามบุคคลในสังคม นิยมท่องเที่ยวแบบจับพลัน โดยไม่มีการวางแผนล่วงหน้า อาหารที่รวมอยู่ในโปรแกรมของบริษัทนำเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริษัทนำเที่ยว ส่วนข้ออื่นๆ นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านราคา

| ด้านราคา                                                                                                            | $\bar{X}$ | S   | การแปลความหมาย:<br>ระดับความเหมาะสม |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|-------------------------------------|
| 1. ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวต้องมีความเหมาะสมกับการให้บริการของผู้จัดนำเที่ยว                                     | 4.40      | .70 | มาก                                 |
| 2. ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนโดยไม่คำนึงถึงเรื่องราคา                                             | 2.73      | .97 | ปานกลาง                             |
| 3. ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวควรรวมค่าเข้าเยี่ยมชมสถานที่ด้วย                                                      | 4.08      | .85 | มาก                                 |
| 4. ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยว ควรมีส่วนลดให้เมื่อไปกับบริษัทนำเที่ยวหลายคน                                         | 4.28      | .72 | มาก                                 |
| 5. ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่ควรรวมอาหารบางมื้อ เช่น มื้อกลางวัน / เย็น เพราะนักท่องเที่ยวต้องการเลือกบริโภคเอง | 3.27      | .97 | ปานกลาง                             |
| 6. ปริมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว                                                  | 4.25      | .77 | มาก                                 |
| รวม                                                                                                                 | 3.83      | .45 | มาก                                 |

จากตาราง 7 พบว่านิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านราคา โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ คือ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยไม่คำนึงถึงเรื่องราคา และราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่ควรรวมอาหารบางมื้อ เช่น มื้อกลางวัน / เย็น เพราะนักท่องเที่ยวต้องการเลือกบริโภคเอง ส่วนข้ออื่นๆ นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านสถานที่

| ด้านสถานที่                                                                          | $\bar{X}$ | S    | การแปลความหมาย:<br>ระดับความเหมาะสม |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------------------------------------|
| 1. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติกับบริษัทนำเที่ยว              | 4.01      | 1.14 | มาก                                 |
| 2. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถาน โบราณวัตถุ กับบริษัทนำเที่ยว | 3.53      | 1.02 | มาก                                 |
| 3. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม กับบริษัทนำเที่ยว      | 3.66      | 1.07 | มาก                                 |
| 4. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย กับบริษัทนำเที่ยว                  | 4.16      | 1.08 | มาก                                 |
| รวม                                                                                  | 3.84      | .73  | มาก                                 |

จากตาราง 8 พบว่านิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านสถานที่โดยรวมและรายข้อว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

| ด้านการส่งเสริมทางการตลาด                                                                                                        | $\bar{X}$ | S    | การแปลความหมาย:<br>ระดับความเหมาะสม |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------------------------------------|
| 1. การโฆษณาท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ สามารถดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทาง                                                              | 4.08      | .75  | มาก                                 |
| 2. การโฆษณาท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์ ทำให้ท่านได้รับความชัดเจนมากที่สุด                                                         | 4.01      | .85  | มาก                                 |
| 3. การโฆษณาท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นการเสนอขายโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด                          | 3.16      | .93  | ปานกลาง                             |
| 4. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลท่องเที่ยว ผ่านทางสื่อวิทยุของบริษัทนำเที่ยว ทำให้ท่านได้รับข่าวสารอย่างรวดเร็วที่สุด                   | 3.22      | 1.06 | ปานกลาง                             |
| 5. การขายโดยพนักงานขายที่มีความรู้ และประสบการณ์ ในสถานที่ท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจให้กับท่าน ในการเลือกไปกับบริษัทนำเที่ยวนั้น | 3.69      | .90  | มาก                                 |
| 6. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ กับบริษัทนำเที่ยวที่มีการให้ส่วนลด                                                        | 3.60      | .85  | มาก                                 |
| 7. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ กับบริษัทนำเที่ยวที่มีการแจกของแถม เช่นกระเป๋าเดินทาง หมวก เสื้อ T-Shirt                  | 3.16      | 1.06 | ปานกลาง                             |
| 8. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ กับบริษัทนำเที่ยวที่มีการออกบูธ ในงานท่องเที่ยวไทย                                        | 3.26      | .95  | ปานกลาง                             |
| 9. ท่านตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการโฆษณา                                                                        | 3.77      | .96  | มาก                                 |
| 10. ท่านตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการให้ส่วนลดปกติ                                                               | 3.43      | .92  | ปานกลาง                             |
| 11. ท่านตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการให้ส่วนลดร่วมกับบัตรเครดิต                                                  | 3.11      | .99  | ปานกลาง                             |
| 12. ท่านตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการประชาสัมพันธ์                                                               | 3.85      | .88  | มาก                                 |

ตาราง 9 (ต่อ)

| ด้านการส่งเสริมทางการตลาด                                                                       | $\bar{X}$ | S    | การแปลความหมาย:<br>ระดับความเหมาะสม |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------------------------------------|
| 13. ท่านตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการ<br>แนะนำของพนักงานขายของบริษัทนำเที่ยว    | 3.44      | .88  | ปานกลาง                             |
| 14. ท่านตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการ<br>ได้รับส่วนลดและของแถมจากบริษัทนำเที่ยว | 3.30      | 1.03 | ปานกลาง                             |
| รวม                                                                                             | 3.50      | .59  | มาก                                 |

จากตาราง 9 พบว่านิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ข้อ คือ การโฆษณาท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ สามารถดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทาง การโฆษณาท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์ ทำให้ท่านได้รับความชัดเจนมากที่สุด การขายโดยพนักงานขายที่มีความรู้ และประสบการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจให้กับท่าน ในการเลือกไปกับบริษัทนำเที่ยวนั้น ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ กับบริษัทนำเที่ยวที่มีการให้ส่วนลด ท่านตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการโฆษณา ท่านตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการประชาสัมพันธ์ ส่วนข้ออื่นๆ นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

#### ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตาราง 10 – 15

4.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 นิสิต / นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปรากฏผลดังตาราง 10

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต / นักศึกษา ที่มีเพศต่างกัน

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                | ชาย | หญิง | $\chi^2$ | P    |
|-----------------------------------------------------------------|-----|------|----------|------|
| 1. ในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา ท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยวกี่ครั้ง |     |      |          |      |
| 1 ครั้ง                                                         | 14  | 25   | 2.030    | .845 |
| 2 ครั้ง                                                         | 27  | 50   |          |      |
| 3 ครั้ง                                                         | 37  | 49   |          |      |
| 4 ครั้ง                                                         | 20  | 41   |          |      |
| 5 ครั้ง                                                         | 11  | 17   |          |      |
| มากกว่า 5 ครั้ง                                                 | 50  | 79   |          |      |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด               |     |      |          |      |
| ภูเขา                                                           | 25  | 21   | 13.724** | .003 |
| ป่าไม้                                                          | 21  | 20   |          |      |
| น้ำตก                                                           | 18  | 54   |          |      |
| ทะเล                                                            | 95  | 166  |          |      |
| 3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน คือ            |     |      |          |      |
| เพื่อความสนุกสนาน / ผจญภัย                                      | 54  | 67   | 10.202** | .006 |
| เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ                                   | 92  | 186  |          |      |
| เพื่อศึกษาหาความรู้ / ประสบการณ์                                | 13  | 8    |          |      |
| 4. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบใด                               |     |      |          |      |
| ไปเอง                                                           | 148 | 252  | 2.623    | .105 |
| ไปกับบริษัทนำเที่ยว                                             | 11  | 9    |          |      |

ตาราง 10 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                | ชาย | หญิง | $\chi^2$ | P    |
|-----------------------------------------------------------------|-----|------|----------|------|
| 5. ส่วนใหญ่ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร                |     |      |          |      |
| คนเดียว                                                         | 6   | 6    | 17.370** | .000 |
| เพื่อน                                                          | 110 | 131  |          |      |
| ครอบครัวและญาติ                                                 | 43  | 124  |          |      |
| 6. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยกันประมาณกี่คน                |     |      |          |      |
| 1 – 5 คน                                                        | 69  | 115  | .018     | .894 |
| 6 – 10 คน                                                       | 74  | 127  |          |      |
| 11 – 15 คน                                                      | 16  | 19   |          |      |
| 7. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลาใดมากที่สุด            |     |      |          |      |
| มกราคม – มีนาคม                                                 | 28  | 37   | 2.661    | .264 |
| เมษายน – พฤษภาคม                                                | 103 | 189  |          |      |
| ตุลาคม - ธันวาคม                                                | 28  | 35   |          |      |
| 8. จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง คือ         |     |      |          |      |
| 1 – 2 วัน                                                       | 36  | 98   | 15.218** | .000 |
| 3 – 4 วัน                                                       | 93  | 140  |          |      |
| 5 - 6 วัน                                                       | 25  | 16   |          |      |
| 7 - 8 วัน                                                       | 5   | 7    |          |      |
| 9. บุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของท่าน |     |      |          |      |
| ตัวท่านเอง                                                      | 55  | 63   | 22.801** | .000 |
| เพื่อน                                                          | 72  | 86   |          |      |
| บุคคลในครอบครัว                                                 | 32  | 112  |          |      |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 10 พบว่านิสิต นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และเลือกบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และพบว่านิสิต นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) รูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 นิสิต / นักศึกษา ที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 11

ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต / นักศึกษา ที่มีอายุต่างกัน

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                    | ต่ำกว่า<br>19 ปี | 19-23<br>ปี | 24 ปี<br>ขึ้นไป | $\chi^2$ | P    |
|---------------------------------------------------------------------|------------------|-------------|-----------------|----------|------|
| 1. ในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา ท่านได้เดินทางไป<br>ท่องเที่ยวกี่ครั้ง |                  |             |                 |          |      |
| 1 ครั้ง                                                             | 4                | 32          | 3               | 27.417** | .002 |
| 2 ครั้ง                                                             | 4                | 68          | 5               |          |      |
| 3 ครั้ง                                                             | 5                | 70          | 11              |          |      |
| 4 ครั้ง                                                             | 5                | 39          | 17              |          |      |
| 5 ครั้ง                                                             | 1                | 18          | 9               |          |      |
| มากกว่า 5 ครั้ง                                                     | 13               | 103         | 13              |          |      |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด                   |                  |             |                 |          |      |
| ภูเขา                                                               | 2                | 37          | 7               | 10.239   | .115 |
| ป่าไม้                                                              | 4                | 27          | 10              |          |      |
| น้ำตก                                                               | 3                | 64          | 5               |          |      |
| ทะเล                                                                | 23               | 202         | 36              |          |      |
| 3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของ<br>ท่าน คือ            |                  |             |                 |          |      |
| เพื่อความสนุกสนาน / ผจญภัย                                          | 9                | 97          | 15              | .820     | .936 |
| เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ                                       | 21               | 216         | 41              |          |      |
| เพื่อศึกษาหาความรู้ / ประสบการณ์                                    | 2                | 17          | 2               |          |      |

ตาราง 11 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                        | ต่ำกว่า<br>19 ปี | 19-23<br>ปี | 24 ปี<br>ขึ้นไป | $\chi^2$ | P    |
|---------------------------------------------------------|------------------|-------------|-----------------|----------|------|
| 4. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบใด                       |                  |             |                 |          |      |
| ไปเอง                                                   | 28               | 314         | 58              | 7.130*   | .028 |
| ไปกับบริษัทนำเที่ยว                                     | 4                | 16          |                 |          |      |
| 5. ส่วนใหญ่ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร        |                  |             |                 |          |      |
| คนเดียว                                                 | 2                | 9           | 1               | 27.000** | .000 |
| เพื่อน                                                  | 12               | 179         | 50              |          |      |
| ครอบครัวและญาติ                                         | 18               | 142         | 7               |          |      |
| 6. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยกันประมาณกี่คน        |                  |             |                 |          |      |
| 1 – 5 คน                                                | 10               | 151         | 23              | 2.966    | .227 |
| 6 คน ขึ้นไป                                             | 22               | 179         | 35              |          |      |
| 7. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลาใดมากที่สุด    |                  |             |                 |          |      |
| มกราคม – มีนาคม                                         | 2                | 42          | 21              | 28.212** | .000 |
| เมษายน – พฤษภาคม                                        | 28               | 238         | 26              |          |      |
| ตุลาคม – ธันวาคม                                        | 2                | 50          | 11              |          |      |
| 8. จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง คือ |                  |             |                 |          |      |
| 1 – 2 วัน                                               | 12               | 100         | 22              | 2.948    | .567 |
| 3 – 4 วัน                                               | 18               | 185         | 30              |          |      |
| 5 วัน ขึ้นไป                                            | 2                | 45          | 6               |          |      |

ตาราง 11 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                    | ต่ำกว่า<br>19 ปี | 19-23<br>ปี | 24 ปี<br>ขึ้นไป | $\chi^2$ | P    |
|---------------------------------------------------------------------|------------------|-------------|-----------------|----------|------|
| 9. บุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทาง<br>ท่องเที่ยวของท่าน |                  |             |                 |          |      |
| ตัวท่านเอง                                                          | 3                | 105         | 10              | 36.573** | .000 |
| เพื่อน                                                              | 12               | 106         | 40              |          |      |
| บุคคลในครอบครัว                                                     | 17               | 119         | 8               |          |      |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน จำนวนครั้งที่เดินทาง ท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีรูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และพบว่านิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 นิสิต / นักศึกษาที่มีสถาบันอุดมศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 12

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต / นักศึกษา ที่มีสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                 | จุฬาลงกรณ์ | ธรรมศาสตร์ | ศรีนครินทรวิโรฒ | กรุงเทพ | หอการค้าไทย | เกษมบัณฑิต | $\chi^2$ | P    |
|------------------------------------------------------------------|------------|------------|-----------------|---------|-------------|------------|----------|------|
| 1. ในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมามีท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยวกี่ครั้ง |            |            |                 |         |             |            |          |      |
| 1 ครั้ง                                                          | 4          | 4          | 7               | 5       | 9           | 10         | 35.306   | .083 |
| 2 ครั้ง                                                          | 12         | 17         | 15              | 8       | 8           | 17         |          |      |
| 3 ครั้ง                                                          | 17         | 14         | 10              | 14      | 23          | 8          |          |      |
| 4 ครั้ง                                                          | 9          | 7          | 12              | 13      | 11          | 9          |          |      |
| 5 ครั้ง                                                          | 3          | 10         | 4               | 4       | 3           | 4          |          |      |
| มากกว่า 5 ครั้ง                                                  | 25         | 18         | 22              | 26      | 16          | 22         |          |      |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด                |            |            |                 |         |             |            |          |      |
| ภูเขา                                                            | 5          | 7          | 8               | 8       | 13          | 5          | 19.018   | .213 |
| ป่าไม้                                                           | 4          | 12         | 8               | 4       | 7           | 6          |          |      |
| น้ำตก                                                            | 10         | 15         | 15              | 10      | 9           | 13         |          |      |
| ทะเล                                                             | 51         | 36         | 39              | 48      | 41          | 46         |          |      |
| 3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน คือ             |            |            |                 |         |             |            |          |      |
| เพื่อความสนุกสนาน/ ผจญภัย                                        | 17         | 20         | 19              | 24      | 24          | 17         | 4.585    | .917 |
| เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ                                    | 50         | 46         | 46              | 43      | 43          | 50         |          |      |
| เพื่อศึกษาหาความรู้/ ประสบการณ์                                  | 3          | 4          | 5               | 3       | 3           | 3          |          |      |

ตาราง 12 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                     | จุฬาลงกรณ์ | ธรรมศาสตร์ | ศรีนครินทรวิโรฒ | กรุงเทพ | หอการค้าไทย | เกษมบัณฑิต | $\chi^2$ | P    |
|------------------------------------------------------|------------|------------|-----------------|---------|-------------|------------|----------|------|
| 5. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบใด                    |            |            |                 |         |             |            |          |      |
| ไปเอง                                                | 67         | 68         | 64              | 68      | 66          | 67         | 3.570    | .613 |
| ไปกับบริษัทนำเที่ยว                                  | 3          | 2          | 6               | 2       | 4           | 3          |          |      |
| 5. ส่วนใหญ่ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวกับใคร           |            |            |                 |         |             |            |          |      |
| คนเดียว                                              | 1          | 5          | 3               | 1       | 1           | 1          | 43.456** | .000 |
| เพื่อน                                               | 29         | 47         | 41              | 36      | 31          | 57         |          |      |
| ครอบครัวและญาติ                                      | 40         | 18         | 26              | 33      | 38          | 12         |          |      |
| 6. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกันประมาณกี่คน         |            |            |                 |         |             |            |          |      |
| 1 – 5 คน                                             | 38         | 31         | 27              | 30      | 28          | 30         | 4.372    | .497 |
| 6 คนขึ้นไป                                           | 32         | 39         | 43              | 40      | 42          | 40         |          |      |
| 7. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลาใดมากที่สุด |            |            |                 |         |             |            |          |      |
| มกราคม – มีนาคม                                      | 11         | 6          | 7               | 8       | 18          | 15         | 18.009   | .055 |
| เมษายน – พฤษภาคม                                     | 54         | 52         | 52              | 51      | 42          | 41         |          |      |
| ตุลาคม - ธันวาคม                                     | 5          | 12         | 11              | 11      | 10          | 14         |          |      |
| 8. จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง  |            |            |                 |         |             |            |          |      |
| 1 - 2 วัน                                            | 27         | 15         | 29              | 13      | 19          | 31         | 32.835** | .000 |
| 3 - 4 วัน                                            | 33         | 51         | 27              | 45      | 45          | 32         |          |      |
| 5 วัน ขึ้นไป                                         | 10         | 4          | 14              | 12      | 6           | 7          |          |      |

ตาราง 12 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยว<br>ภายในประเทศ                            | จุฬา<br>ลง<br>กรณ์ | ธรรม<br>ศาสตร์ | ศรีนคร<br>ริน<br>วิโรฒ | กรุงเทพ | หอการ<br>ค้าไทย | เกษม<br>บัณฑิต | $\chi^2$ | P    |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------|----------------|------------------------|---------|-----------------|----------------|----------|------|
| 9. บุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของท่าน |                    |                |                        |         |                 |                |          |      |
| ตัวท่านเอง                                                      | 21                 | 21             | 23                     | 17      | 11              | 25             | 29.222** | .001 |
| เพื่อน                                                          | 17                 | 35             | 24                     | 26      | 25              | 31             |          |      |
| บุคคลในครอบครัว                                                 | 32                 | 14             | 23                     | 27      | 34              | 14             |          |      |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 12 พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และพบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 นิสิต / นักศึกษา ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 13

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต / นักศึกษา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                | ระดับ<br>ปริญญา<br>ตรี | สูงกว่า<br>ระดับ<br>ปริญญาตรี | $\chi^2$ | P    |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------|-------------------------------|----------|------|
| 1. ในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา ท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยวกี่ครั้ง |                        |                               |          |      |
| 1 ครั้ง                                                         | 37                     | 2                             | 15.902** | .007 |
| 2 ครั้ง                                                         | 71                     | 6                             |          |      |
| 3 ครั้ง                                                         | 75                     | 11                            |          |      |
| 4 ครั้ง                                                         | 46                     | 15                            |          |      |
| 5 ครั้ง                                                         | 22                     | 6                             |          |      |
| มากกว่า 5 ครั้ง                                                 | 118                    | 11                            |          |      |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด               |                        |                               |          |      |
| ภูเขา                                                           | 40                     | 6                             | 2.288    | .515 |
| ป่าไม้                                                          | 35                     | 6                             |          |      |
| น้ำตก                                                           | 67                     | 5                             |          |      |
| ทะเล                                                            | 227                    | 34                            |          |      |
| 3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน คือ            |                        |                               |          |      |
| เพื่อความสนุกสนาน / ผจญภัย                                      | 107                    | 14                            | 1.279    | .528 |
| เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ                                   | 242                    | 36                            |          |      |
| เพื่อศึกษาหาความรู้ / ประสบการณ์                                | 20                     | 1                             |          |      |
| 4. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบใด                               |                        |                               |          |      |
| ไปเอง                                                           | 350                    | 50                            | 1.004    | .316 |
| ไปกับบริษัทนำเที่ยว                                             | 19                     | 1                             |          |      |

ตาราง 13 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                | ระดับ<br>ปริญญาดรี | สูงกว่า<br>ระดับ<br>ปริญญาดรี | $\chi^2$ | P    |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------|----------|------|
| 5. ส่วนใหญ่ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร                |                    |                               |          |      |
| คนเดียว                                                         | 12                 |                               | 15.107** | .001 |
| เพื่อน                                                          | 199                | 42                            |          |      |
| ครอบครัวและญาติ                                                 | 158                | 9                             |          |      |
| 6. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกันประมาณกี่คน                    |                    |                               |          |      |
| 1 – 5 คน                                                        | 165                | 19                            | 1.013    | .314 |
| 6 คน ขึ้นไป                                                     | 204                | 32                            |          |      |
| 7. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลาใดมากที่สุด            |                    |                               |          |      |
| มกราคม – มีนาคม                                                 | 49                 | 16                            | 11.153** | .004 |
| เมษายน – พฤษภาคม                                                | 263                | 29                            |          |      |
| ตุลาคม – ธันวาคม                                                | 57                 | 6                             |          |      |
| 8. จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง คือ         |                    |                               |          |      |
| 1 – 2 วัน                                                       | 120                | 14                            | 2.302    | .316 |
| 3 – 4 วัน                                                       | 200                | 33                            |          |      |
| 5 วัน ขึ้นไป                                                    | 49                 | 4                             |          |      |
| 9. บุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของท่าน |                    |                               |          |      |
| ตัวท่านเอง                                                      | 111                | 7                             | 30.250** | .000 |
| เพื่อน                                                          | 121                | 37                            |          |      |
| บุคคลในครอบครัว                                                 | 137                | 7                             |          |      |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 13 พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย ช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และพบว่านิสิต นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 นิสิต / นักศึกษาที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 14

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต / นักศึกษา ที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกัน

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                  | วิทยาศาสตร์ | สังคมศาสตร์ | มนุษยศาสตร์ | แพทยศาสตร์ | สถาปัตยกรรมศาสตร์ | $\chi^2$ | P    |
|-------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------------|----------|------|
| 1. ในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมามีจำนวนได้เดินทางไปท่องเที่ยวกี่ครั้ง |             |             |             |            |                   |          |      |
| 1 ครั้ง                                                           | 4           | 13          | 13          | 8          | 1                 | 25.692   | .176 |
| 2 ครั้ง                                                           | 18          | 31          | 13          | 8          | 7                 |          |      |
| 3 ครั้ง                                                           | 14          | 32          | 24          | 8          | 8                 |          |      |
| 4 ครั้ง                                                           | 13          | 22          | 12          | 11         | 3                 |          |      |
| 5 ครั้ง                                                           | 7           | 9           | 4           | 3          | 5                 |          |      |
| มากกว่า 5 ครั้ง                                                   | 27          | 60          | 21          | 11         | 10                |          |      |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด                 |             |             |             |            |                   |          |      |
| ภูเขา                                                             | 9           | 19          | 112         | 4          | 2                 | 6.993    | .858 |
| ป่าไม้                                                            | 12          | 16          | 4           | 5          | 4                 |          |      |
| น้ำตก                                                             | 14          | 28          | 14          | 9          | 7                 |          |      |
| ทะเล                                                              | 48          | 104         | 57          | 31         | 21                |          |      |

ตาราง 14 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายใน<br>ประเทศ                      | วิทยา<br>ศาสตร์ | สังคม<br>ศาสตร์ | มนุษย์<br>ศาสตร์ | แพทย์<br>ศาสตร์ | สถาปัตยกรรม<br>ศาสตร์ | $\chi^2$ | P    |
|-----------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------------|----------|------|
| 3. วัดคู่ประสงค์หลักในการเดิน<br>ทางท่องเที่ยวของท่าน คือ |                 |                 |                  |                 |                       |          |      |
| เพื่อความสนุกสนาน / ผจญภัย                                | 22              | 52              | 24               | 13              | 10                    | 13.167   | .106 |
| เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ                             | 51              | 109             | 62               | 33              | 23                    |          |      |
| เพื่อศึกษาหาความรู้ / ประสบ<br>การณ์                      | 10              | 6               | 1                | 3               | 1                     |          |      |
| 4. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบ<br>ใด                     |                 |                 |                  |                 |                       |          |      |
| ไปเอง                                                     | 79              | 161             | 82               | 46              | 32                    | .984     | .912 |
| ไปกับบริษัทนำเที่ยว                                       | 4               | 6               | 5                | 3               | 2                     |          |      |
| 5. ส่วนใหญ่ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยว<br>เกี่ยวกับใคร      |                 |                 |                  |                 |                       |          |      |
| คนเดียว                                                   | 4               | 3               | 2                | 2               | 1                     | 13.875   | .085 |
| เพื่อน                                                    | 44              | 111             | 39               | 27              | 20                    |          |      |
| ครอบครัวและญาติ                                           | 35              | 53              | 46               | 20              | 13                    |          |      |
| 6. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว<br>กันประมาณกี่คน          |                 |                 |                  |                 |                       |          |      |
| 1 – 5 คน                                                  | 40              | 68              | 37               | 22              | 17                    | 1.907    | .753 |
| 6 คน ขึ้นไป                                               | 43              | 99              | 50               | 27              | 17                    |          |      |
| 7. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยว<br>ในช่วงเวลาใดมากที่สุด  |                 |                 |                  |                 |                       |          |      |
| มกราคม – มีนาคม                                           | 8               | 34              | 12               | 6               | 5                     | 12.366   | .136 |
| เมษายน – พฤษภาคม                                          | 60              | 107             | 62               | 41              | 22                    |          |      |
| ตุลาคม - ธันวาคม                                          | 15              | 26              | 13               | 2               | 7                     |          |      |

ตาราง 14 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยว<br>ภายในประเทศ                       | วิทยา<br>ศาสตร์ | สังคม<br>ศาสตร์ | มนุษย์<br>ศาสตร์ | แพทย์<br>ศาสตร์ | สถาปัตยกรรม<br>ศาสตร์ | $\chi^2$ | P    |
|------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------------|----------|------|
| 8. จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งคือ     |                 |                 |                  |                 |                       |          |      |
| 1 – 2 วัน                                                  | 26              | 52              | 33               | 15              | 8                     | 4.780    | .781 |
| 3 – 4 วัน                                                  | 46              | 98              | 42               | 26              | 21                    |          |      |
| 5 วัน ขึ้นไป                                               | 11              | 17              | 12               | 8               | 5                     |          |      |
| 9. บุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน |                 |                 |                  |                 |                       |          |      |
| ตัวท่านเอง                                                 | 23              | 53              | 17               | 14              | 11                    | 13.797   | .087 |
| เพื่อน                                                     | 26              | 71              | 30               | 18              | 13                    |          |      |
| บุคคลในครอบครัว                                            | 34              | 43              | 40               | 17              | 10                    |          |      |

จากตาราง 14 พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีสาขาวิชาเรียนต่างกัน จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 นิสิต / นักศึกษา ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 15

ตาราง 15 จัปเวลาผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต / นักศึกษา ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                | ไม่เกิน 5,000 บาท | 5,001-10,000 บาท | มากกว่า 10,000 บาท | $\chi^2$ | P    |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------|------------------|--------------------|----------|------|
| 1. ในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา ท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยวกี่ครั้ง |                   |                  |                    |          |      |
| 1 ครั้ง                                                         | 31                | 5                | 3                  | 29.942** | .001 |
| 2 ครั้ง                                                         | 43                | 28               | 6                  |          |      |
| 3 ครั้ง                                                         | 50                | 21               | 15                 |          |      |
| 4 ครั้ง                                                         | 27                | 16               | 18                 |          |      |
| 5 ครั้ง                                                         | 9                 | 10               | 9                  |          |      |
| มากกว่า 5 ครั้ง                                                 | 67                | 40               | 22                 |          |      |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด               |                   |                  |                    |          |      |
| ภูเขา                                                           | 28                | 12               | 6                  | 5.362    | .498 |
| ป่าไม้                                                          | 21                | 12               | 8                  |          |      |
| น้ำตก                                                           | 43                | 22               | 7                  |          |      |
| ทะเล                                                            | 135               | 74               | 52                 |          |      |
| 3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน คือ            |                   |                  |                    |          |      |
| เพื่อความสนุกสนาน / ผจญภัย                                      | 62                | 39               | 20                 | 1.240    | .872 |
| เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ                                   | 153               | 76               | 49                 |          |      |
| เพื่อศึกษาหาความรู้ / ประสบการณ์                                | 12                | 5                | 4                  |          |      |
| 4. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบใด                               |                   |                  |                    |          |      |
| ไปเอง                                                           | 211               | 118              | 71                 | 5.810    | .055 |
| ไปกับบริษัทนำเที่ยว                                             | 16                | 2                | 2                  |          |      |

ตาราง 15 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ                               | ไม่เกิน<br>5,000<br>บาท | 5,001-<br>10,000<br>บาท | มากกว่า<br>10,000<br>บาท | $\chi^2$ | P    |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|----------|------|
| 5.ส่วนใหญ่ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยว<br>กับใคร                  |                         |                         |                          |          |      |
| คนเดียว                                                        | 8                       | 3                       | 1                        | 11.145*  | .025 |
| เพื่อน                                                         | 114                     | 81                      | 46                       |          |      |
| ครอบครัวและญาติ                                                | 105                     | 36                      | 26                       |          |      |
| 6.ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกับ<br>ประมาณกี่คน                |                         |                         |                          |          |      |
| 1 – 5 คน                                                       | 99                      | 54                      | 31                       | .126     | .939 |
| 6 คน ขึ้นไป                                                    | 128                     | 66                      | 42                       |          |      |
| 7. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วง<br>เวลาใดมากที่สุด       |                         |                         |                          |          |      |
| มกราคม – มีนาคม                                                | 31                      | 11                      | 7                        | 19.451** | .001 |
| เมษายน – พฤษภาคม                                               | 163                     | 89                      | 23                       |          |      |
| ตุลาคม - ธันวาคม                                               | 33                      | 20                      | 3                        |          |      |
| 8.จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว<br>ในแต่ละครั้ง คือ     |                         |                         |                          |          |      |
| 1 – 2 วัน                                                      | 81                      | 26                      | 27                       | 8.436    | .077 |
| 3 – 4 วัน                                                      | 120                     | 75                      | 38                       |          |      |
| 5 วัน ขึ้นไป                                                   | 26                      | 19                      | 8                        |          |      |
| 9. บุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดิน<br>ทางท่องเที่ยวของท่าน |                         |                         |                          |          |      |
| ตัวท่านเอง                                                     | 64                      | 40                      | 14                       | 15.409** | .004 |
| เพื่อน                                                         | 71                      | 51                      | 36                       |          |      |
| บุคคลในครอบครัว                                                | 92                      | 29                      | 23                       |          |      |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) ช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และพบว่านิสิตนักศึกษามีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว มีรูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

### ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษาที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตาราง 16 – 28

5.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 นิสิต นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน ทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 16

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน

| ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ | ชาย<br>(N=159) |     | หญิง<br>(N=261) |     | T     | P    |
|---------------------------------------------|----------------|-----|-----------------|-----|-------|------|
|                                             | $\bar{X}$      | S   | $\bar{X}$       | S   |       |      |
| ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ            | 3.62           | .43 | 3.63            | .39 | -.300 | .764 |
| ด้านราคา                                    | 3.82           | .49 | 3.84            | .42 | -.423 | .672 |
| ด้านสถานที่                                 | 3.92           | .70 | 3.79            | .74 | 1.832 | .068 |
| ด้านการส่งเสริมทางการตลาด                   | 3.49           | .64 | 3.52            | .55 | -.463 | .644 |
| รวม                                         | 3.71           | .39 | 3.69            | .38 | -.481 | .631 |

จากตาราง 16 พบว่านิสิต นักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 นิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน ทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผล ดังตาราง 17

ตาราง 17 การทดสอบความแตกต่างของความความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน

| ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ | ต่ำกว่า 19 ปี   |     |                 |   | 19 – 23 ปี      |      |                 |      | 24 ปี ขึ้นไป |     |  |  |
|---------------------------------------------|-----------------|-----|-----------------|---|-----------------|------|-----------------|------|--------------|-----|--|--|
|                                             | การแปลความหมาย: |     | การแปลความหมาย: |   | การแปลความหมาย: |      | การแปลความหมาย: |      |              |     |  |  |
|                                             | X               | S   | X               | S | X               | S    | X               | S    |              |     |  |  |
| ด้านลักษณะการท่องเที่ยว                     |                 |     |                 |   |                 |      |                 |      |              |     |  |  |
| และบริการ                                   | 3.63            | .41 | มาก             |   | 3.61            | .41  | มาก             | 3.73 | .37          | มาก |  |  |
| ด้านราคา                                    | 3.93            | .52 | มาก             |   | 3.83            | .44  | มาก             | 3.80 | .40          | มาก |  |  |
| ด้านสถานที่                                 | 3.68            | .80 | มาก             |   | 3.81            | .725 | มาก             | 4.09 | .66          | มาก |  |  |
| ด้านการส่งเสริมทางการตลาด                   | 3.40            | .53 | ปานกลาง         |   | 3.47            | .573 | ปานกลาง         | 3.79 | .62          | มาก |  |  |
| รวม                                         | 3.66            | .38 | มาก             |   | 3.68            | .38  | มาก             | 3.85 | .38          | มาก |  |  |

จากตาราง 17 พบว่า นิสิต นักศึกษาทุกระดับอายุ มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีอายุ ต่ำกว่า 19 ปี และอายุระหว่าง 19 – 23 ปี มีความคิดเห็นด้านการส่งเสริมทางการตลาด ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่นๆ มีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบัน  
อุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน

|                                  | แหล่งของความ<br>แปรปรวน | df  | SS     | MS   | F      | P    |
|----------------------------------|-------------------------|-----|--------|------|--------|------|
| ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ | ระหว่างกลุ่ม            | 2   | .64    | .32  | 1.95   | .144 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 417 | 69.05  | .17  |        |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 69.69  |      |        |      |
| ด้านราคา                         | ระหว่างกลุ่ม            | 2   | .37    | .18  | .93    | .396 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 417 | 82.96  | .20  |        |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 83.33  |      |        |      |
| ด้านสถานที่                      | ระหว่างกลุ่ม            | 2   | 4.78   | 2.4  | 4.57*  | .011 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 417 | 217.96 | .52  |        |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 222.74 |      |        |      |
| ด้านการส่งเสริมทางการตลาด        | ระหว่างกลุ่ม            | 2   | 5.45   | 2.73 | 8.18** | .000 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 417 | 138.95 | .33  |        |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 144.40 |      |        |      |
| รวม                              | ระหว่างกลุ่ม            | 2   | 1.51   | .76  | 5.10** | .006 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 417 | 61.77  | .15  |        |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 63.28  |      |        |      |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 พบว่านิสิต นักศึกษา ที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและด้านการส่งเสริมทางการตลาดว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านสถานที่ มีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอื่นๆ นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นว่ามี ความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่านิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างไร จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการ LSD (Least significant difference) ปรากฏผลดังตาราง 19

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Least significant difference) โดยจำแนกตามอายุ

| ระดับอายุ     | ด้านสถานที่<br>$\bar{X}$               | ต่ำกว่า 19 ปี<br>3.68 | ระดับอายุ          |                     |
|---------------|----------------------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------|
|               |                                        |                       | 19 – 23 ปี<br>3.81 | 24 ปีขึ้นไป<br>4.09 |
| ต่ำกว่า 19 ปี | 3.68                                   |                       | -.13               | -.41**              |
| 19 – 23 ปี    | 3.81                                   |                       |                    | -.28**              |
| 24 ปีขึ้นไป   | 4.09                                   |                       |                    |                     |
|               | ด้านการส่งเสริมทางการตลาด<br>$\bar{X}$ | ต่ำกว่า 19 ปี<br>3.68 | ระดับอายุ          |                     |
|               |                                        |                       | 19 – 23 ปี<br>3.81 | 24 ปีขึ้นไป<br>4.09 |
| ต่ำกว่า 19 ปี | 3.68                                   |                       | -.06               | -.38**              |
| 19 – 23 ปี    | 3.81                                   |                       |                    | -.32**              |
| 24 ปีขึ้นไป   | 4.09                                   |                       |                    |                     |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 19 แสดงว่า

1. ด้านสถานที่ พบว่า นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนิสิต นักศึกษาที่มีอายุ 24 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมมากกว่านิสิต นักศึกษา ที่มีอายุระหว่าง 19 – 23 ปี และอายุต่ำกว่า 19 ปี ส่วนนิสิต นักศึกษา ที่มีอายุในระดับอื่นๆ มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนิสิต นักศึกษาที่มีอายุ 24 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมมากกว่านิสิต นักศึกษา ที่มีอายุระหว่าง 19 – 23 ปี และอายุต่ำกว่า 19 ปี ส่วนนิสิต นักศึกษา ที่มีอายุในระดับอื่นๆ มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9 นิลิต นักศึกษาที่มีสถาบันอุดมศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยและรายด้าน แตกต่างกัน ทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 20

ตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถาบันอุดมศึกษาแตกต่างกัน

| ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ | จุฬาลงกรณ์ |     | ธรรมศาสตร์ |         | ศรีนครินทรวิโรฒ |         | กรุงเทพ |         | หอการค้า |         | เกษมบัณฑิต |         |      |     |     |
|---------------------------------------------|------------|-----|------------|---------|-----------------|---------|---------|---------|----------|---------|------------|---------|------|-----|-----|
|                                             | X          | S   | ระดับ      | ระดับ   | ระดับ           | ระดับ   | ระดับ   | ระดับ   | ระดับ    | ระดับ   | ระดับ      | ระดับ   |      |     |     |
|                                             |            |     | ความ       | ความ    | ความ            | ความ    | ความ    | ความ    | ความ     | ความ    | ความ       | ความ    |      |     |     |
|                                             |            |     | เหมาะสม    | เหมาะสม | เหมาะสม         | เหมาะสม | เหมาะสม | เหมาะสม | เหมาะสม  | เหมาะสม | เหมาะสม    | เหมาะสม |      |     |     |
| ด้านลักษณะ                                  | 3.52       | .41 | มาก        | 3.80    | .56             | มาก     | 3.49    | .33     | ปานกลาง  | 3.58    | .29        | มาก     | 3.68 | .36 | มาก |
| การท่องเที่ยวและบริการ                      |            |     |            |         |                 |         |         |         |          |         |            |         |      |     |     |
| ด้านราคา                                    | 3.81       | .35 | มาก        | 3.79    | .56             | มาก     | 3.86    | .45     | มาก      | 3.73    | .44        | มาก     | 3.87 | .41 | มาก |
| ด้านสถานที่                                 | 3.75       | .78 | มาก        | 3.51    | .84             | มาก     | 3.71    | .66     | มาก      | 3.95    | .56        | มาก     | 4.08 | .60 | มาก |
| ด้านส่งเสริม                                |            |     |            |         |                 |         |         |         |          |         |            |         |      |     |     |
| ทางการตลาด                                  | 3.44       | .55 | ปานกลาง    | 3.57    | .64             | มาก     | 3.26    | .56     | ปานกลาง  | 3.42    | .53        | ปานกลาง | 3.71 | .59 | มาก |
| รวม                                         | 3.63       | .35 | มาก        | 3.67    | .52             | มาก     | 3.58    | .36     | มาก      | 3.67    | .32        | มาก     | 3.84 | .35 | มาก |

จากตาราง 20 พบว่า นิสิต นักศึกษาจากทุกสถาบันอุดมศึกษา มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ นิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีความคิดเห็นว่ามีค่าปานกลาง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด นิสิต นักศึกษาจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีความคิดเห็นว่ามีค่าเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่นๆ นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษาในสถาบัน  
อุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่อยู่ในสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน

|                                  | แหล่งของความ<br>แปรปรวน | Df  | SS     | MS   | F      | P    |
|----------------------------------|-------------------------|-----|--------|------|--------|------|
| ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ | ระหว่างกลุ่ม            | 5   | 4.86   | .97  | 6.21** | .000 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 414 | 64.83  | .16  |        |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 69.69  |      |        |      |
| ด้านราคา                         | ระหว่างกลุ่ม            | 5   | 2.03   | .41  | 2.07   | .068 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 414 | 81.30  | .20  |        |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 83.33  |      |        |      |
| ด้านสถานที่                      | ระหว่างกลุ่ม            | 5   | 16.73  | 3.35 | 6.72** | .000 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 414 | 206.00 | .50  |        |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 222.74 |      |        |      |
| ด้านการส่งเสริมทางการตลาด        | ระหว่างกลุ่ม            | 5   | 9.13   | 1.82 | 5.59** | .000 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 414 | 135.28 | .33  |        |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 144.40 |      |        |      |
| รวม                              | ระหว่างกลุ่ม            | 5   | 3.84   | .77  | 5.35** | .000 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 414 | 59.44  | .14  |        |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 63.28  |      |        |      |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 21 พบว่านิสิต นักศึกษา ที่อยู่ในสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านอื่นๆ ว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นด้านราคา นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า นิสิต นักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความเหมาะสมด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างไรบ้าง จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least significant difference) ดังตาราง 22

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการ LSD (Least significant difference) โดยจำแนกตามสถาบันอุดมศึกษา

| สถาบันอุดมศึกษา | สถาบันอุดมศึกษา              |            |            |                 |         |             |            |
|-----------------|------------------------------|------------|------------|-----------------|---------|-------------|------------|
|                 | ด้าน                         | จุฬาลงกรณ์ | ธรรมศาสตร์ | ศรีนครินทรวิโรฒ | กรุงเทพ | หอการค้าไทย | เกษมบัณฑิต |
|                 | ลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ |            |            |                 |         |             |            |
|                 | $\bar{X}$                    | 3.52       | 3.80       | 3.49            | 3.58    | 3.69        | 3.68       |
| จุฬาลงกรณ์      | 3.52                         |            | -.28**     | .03             | -.05    | -.17*       | -.16*      |
| ธรรมศาสตร์      | 3.80                         |            |            | .31**           | .22**   | .10         | .12        |
| ศรีนครินทรวิโรฒ | 3.49                         |            |            |                 | -.08    | -.20**      | -.19**     |
| กรุงเทพ         | 3.58                         |            |            |                 |         | -.12        | -.11       |
| หอการค้าไทย     | 3.69                         |            |            |                 |         |             | .01        |
| เกษมบัณฑิต      | 3.68                         |            |            |                 |         |             |            |
| สถาบันอุดมศึกษา | สถาบันอุดมศึกษา              |            |            |                 |         |             |            |
|                 | ด้านสถานที่                  | จุฬาลงกรณ์ | ธรรมศาสตร์ | ศรีนครินทรวิโรฒ | กรุงเทพ | หอการค้าไทย | เกษมบัณฑิต |
|                 | $\bar{X}$                    |            |            |                 |         |             |            |
|                 | $\bar{X}$                    | 3.75       | 3.51       | 3.72            | 3.95    | 4.08        | 4.03       |
| จุฬาลงกรณ์      | 3.75                         |            | -.24*      | .02             | -.20    | -.33**      | -.28*      |
| ธรรมศาสตร์      | 3.51                         |            |            | -.21            | -.44**  | -.57**      | -.52**     |
| ศรีนครินทรวิโรฒ | 3.72                         |            |            |                 | -.23    | -.36**      | -.31**     |
| กรุงเทพ         | 3.95                         |            |            |                 |         | -.13        | -.07       |
| หอการค้าไทย     | 4.08                         |            |            |                 |         |             | .05        |
| เกษมบัณฑิต      | 4.03                         |            |            |                 |         |             |            |

ตาราง 22 (ต่อ)

| สถาบันอุดมศึกษา | สถาบันอุดมศึกษา           |            |            |                 |         |             | เกษมบัณฑิต |
|-----------------|---------------------------|------------|------------|-----------------|---------|-------------|------------|
|                 | ด้านการส่งเสริมทางการตลาด | จุฬาลงกรณ์ | ธรรมศาสตร์ | ศรีนครินทรวิโรฒ | กรุงเทพ | หอการค้าไทย |            |
|                 | $\bar{X}$                 | 3.44       | 3.57       | 3.26            | 3.42    | 3.71        |            |
| จุฬาลงกรณ์      | 3.44                      |            | -.13       | .17             | -.02    | -.27**      | -.19*      |
| ธรรมศาสตร์      | 3.57                      |            |            | .31**           | .15     | -.13        | -.05       |
| ศรีนครินทรวิโรฒ | 3.26                      |            |            |                 | -.15    | -.44**      | -.36**     |
| กรุงเทพ         | 3.42                      |            |            |                 |         | -.29**      | -.21*      |
| หอการค้าไทย     | 3.71                      |            |            |                 |         |             | .07        |
| เกษมบัณฑิต      | 3.63                      |            |            |                 |         |             |            |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 แสดงว่า

1. ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ พบว่า นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมมากกว่านิสิต นักศึกษา จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมมากกว่านิสิต นักศึกษา จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ส่วนนิสิต นักศึกษา ที่อยู่ในสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ด้านสถานที่ พบว่า นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมมากกว่านิสิต นักศึกษา จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตมีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมมากกว่านิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ส่วนนิสิต นักศึกษา ที่อยู่สถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมมากกว่านิสิต นักศึกษา จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมมากกว่านิสิต นักศึกษาจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ส่วนนิสิต นักศึกษาที่อยู่ในสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10 นิสิต นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน ทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 23

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

| ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ | ระดับปริญญาตรี<br>(N=369) |     | สูงกว่าระดับ<br>ปริญญาตรี<br>(N=51) |     | t       | P    |
|---------------------------------------------|---------------------------|-----|-------------------------------------|-----|---------|------|
|                                             | $\bar{X}$                 | S   | $\bar{X}$                           | S   |         |      |
| ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ            | 3.62                      | .41 | 3.66                                | .35 | -.55    | .579 |
| ด้านราคา                                    | 3.84                      | .46 | 3.79                                | .28 | -.71    | .478 |
| ด้านสถานที่                                 | 3.81                      | .72 | 4.02                                | .74 | -1.9    | .051 |
| ด้านการส่งเสริมทางการตลาด                   | 3.47                      | .58 | 3.75                                | .61 | -3.10** | .003 |
| รวม                                         | 3.69                      | .39 | 3.81                                | .36 | -2.20*  | .031 |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 พบว่านิสิต นักศึกษาทั้งระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอื่นๆ มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11 นิสิต นักศึกษาที่มีสาขาวิชาเรียนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน ทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 24

ตาราง 24 การทดสอบความแตกต่างของความความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสาขาวิชาเรียน แตกต่างกัน

| ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ | วิทยาศาสตร์      |     | สังคมศาสตร์      |      | มนุษยศาสตร์      |     | แพทยศาสตร์       |     | สถาปัตยกรรมศาสตร์ |      |     |     |      |     |         |
|---------------------------------------------|------------------|-----|------------------|------|------------------|-----|------------------|-----|-------------------|------|-----|-----|------|-----|---------|
|                                             | ระดับความเหมาะสม |     | ระดับความเหมาะสม |      | ระดับความเหมาะสม |     | ระดับความเหมาะสม |     | ระดับความเหมาะสม  |      |     |     |      |     |         |
|                                             | $\bar{X}$        | S   | $\bar{X}$        | S    | $\bar{X}$        | S   | $\bar{X}$        | S   | $\bar{X}$         | S    |     |     |      |     |         |
| ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ            | 3.62             | .41 | มาก              | 3.61 | .44              | มาก | 3.63             | .36 | มาก               | 3.64 | .37 | มาก | 3.74 | .40 | มาก     |
| ด้านราคา                                    | 3.74             | .40 | มาก              | 3.88 | .43              | มาก | 3.82             | .48 | มาก               | 3.86 | .54 | มาก | 3.83 | .36 | มาก     |
| ด้านสถานที่                                 | 3.82             | .72 | มาก              | 3.78 | .79              | มาก | 3.97             | .67 | มาก               | 3.85 | .61 | มาก | 3.81 | .76 | มาก     |
| ด้านส่งเสริม                                | 3.44             | .68 | ปานกลาง          | 3.53 | .55              | มาก | 3.51             | .57 | มาก               | 3.54 | .55 | มาก | 3.46 | .62 | ปานกลาง |
| ทางการตลาด                                  |                  |     |                  |      |                  |     |                  |     |                   |      |     |     |      |     |         |
| รวม                                         | 3.65             | .39 | มาก              | 3.70 | .40              | มาก | 3.73             | .38 | มาก               | 3.72 | .36 | มาก | 3.71 | .37 | มาก     |

จากตาราง 24 พบว่า นิสิต นักศึกษาในทุกสาขาวิชาเรียน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมทางการตลาด นิสิต นักศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์ และสถาปัตยกรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่นๆ นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบัน  
อุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกัน

|                                  | แหล่งของความ<br>แปรปรวน | df  | SS     | MS  | F    | P    |
|----------------------------------|-------------------------|-----|--------|-----|------|------|
| ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ | ระหว่างกลุ่ม            | 4   | .54    | .13 | .81  | .522 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 415 | 69.16  | .17 |      |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 69.69  |     |      |      |
| ด้านราคา                         | ระหว่างกลุ่ม            | 4   | 1.20   | .30 | 1.52 | .195 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 415 | 82.12  | .20 |      |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 83.33  |     |      |      |
| ด้านสถานที่                      | ระหว่างกลุ่ม            | 4   | 2.22   | .55 | 1.04 | .384 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 415 | 220.52 | .53 |      |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 222.74 |     |      |      |
| ด้านการส่งเสริมทางการตลาด        | ระหว่างกลุ่ม            | 4   | .52    | .13 | .38  | .824 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 415 | 143.88 | .34 |      |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 144.40 |     |      |      |
| รวม                              | ระหว่างกลุ่ม            | 4   | .30    | .07 | .50  | .738 |
|                                  | ภายในกลุ่ม              | 415 | 62.98  | .15 |      |      |
|                                  | รวม                     | 419 | 63.28  |     |      |      |

จากตาราง 25 พบว่านิสิต นักศึกษา ที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 12 นิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน ทั้ง 4 ด้าน  
ปรากฏผลดังตาราง 26

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือน  
แตกต่างกัน

| ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ | ไม่เกิน 5,000 บาท |     |                      |           | 5,000 – 10,000 บาท |                      |           |     | มากกว่า 10,000 บาท   |           |     |                      |
|------------------------------------------|-------------------|-----|----------------------|-----------|--------------------|----------------------|-----------|-----|----------------------|-----------|-----|----------------------|
|                                          | $\bar{X}$         | S   | ระดับความ<br>เหมาะสม | $\bar{X}$ | S                  | ระดับความ<br>เหมาะสม | $\bar{X}$ | S   | ระดับความ<br>เหมาะสม | $\bar{X}$ | S   | ระดับความ<br>เหมาะสม |
| ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ         | 3.61              | .37 | มาก                  | 3.65      | .49                | มาก                  | 3.65      | .36 | มาก                  | 3.65      | .36 | มาก                  |
| ด้านราคา                                 | 3.85              | .46 | มาก                  | 3.82      | .47                | มาก                  | 3.81      | .36 | มาก                  | 3.81      | .36 | มาก                  |
| ด้านสถานที่                              | 3.85              | .70 | มาก                  | 3.72      | .72                | มาก                  | 3.98      | .80 | มาก                  | 3.98      | .80 | มาก                  |
| ด้านการส่งเสริมทางการตลาด                | 3.44              | .56 | ปานกลาง              | 3.57      | .60                | มาก                  | 3.61      | .62 | มาก                  | 3.61      | .62 | มาก                  |
| รวม                                      | 3.69              | .36 | มาก                  | 3.69      | .43                | มาก                  | 3.76      | .39 | มาก                  | 3.76      | .39 | มาก                  |

จากตาราง 26 พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น  
รายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมทางการตลาด นิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่นๆ นิสิต นักศึกษามี  
ความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบัน  
อุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน

|                                  | แหล่งของความแปรปรวน | df  | SS     | MS    | F     | P    |
|----------------------------------|---------------------|-----|--------|-------|-------|------|
| ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ | ระหว่างกลุ่ม        | 4   | .14    | .069  | .42   | .660 |
|                                  | ภายในกลุ่ม          | 415 | 69.55  | .167  |       |      |
|                                  | รวม                 | 419 | 69.69  |       |       |      |
| ด้านราคา                         | ระหว่างกลุ่ม        | 4   | .11    | .05   | .29   | .745 |
|                                  | ภายในกลุ่ม          | 415 | 83.21  | .20   |       |      |
|                                  | รวม                 | 419 | 83.33  |       |       |      |
| ด้านสถานที่                      | ระหว่างกลุ่ม        | 4   | 3.24   | 1.619 | 3.08* | .047 |
|                                  | ภายในกลุ่ม          | 415 | 219.50 | .526  |       |      |
|                                  | รวม                 | 419 | 222.74 |       |       |      |
| ด้านการส่งเสริมทางการตลาด        | ระหว่างกลุ่ม        | 4   | 2.48   | 1.24  | 3.64* | .027 |
|                                  | ภายในกลุ่ม          | 415 | 141.92 | .33   |       |      |
|                                  | รวม                 | 419 | 144.40 |       |       |      |
| รวม                              | ระหว่างกลุ่ม        | 4   | .34    | .17   | 1.13  | .322 |
|                                  | ภายในกลุ่ม          | 415 | 62.94  | .15   |       |      |
|                                  | รวม                 | 419 | 63.28  |       |       |      |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 พบว่านิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศว่ามีความเหมาะสมด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างไรบ้าง จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least significant difference) ดังตาราง 28

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านสถานที่และด้านส่งเสริมทางการตลาด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีการ LSD (Least significant difference) โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน     | รายได้ต่อเดือน                         |                           |                          |                            |
|--------------------|----------------------------------------|---------------------------|--------------------------|----------------------------|
|                    | ด้านสถานที่<br>$\bar{X}$               | ไม่เกิน 5,000 บาท<br>3.85 | 5,001-10,000 บาท<br>3.72 | มากกว่า 10,000 บาท<br>3.98 |
| ไม่เกิน 5,000 บาท  | 3.85                                   |                           | .14                      | -.12                       |
| 5,001 – 10,000 บาท | 3.72                                   |                           |                          | -.26*                      |
| มากกว่า 10,000 บาท | 3.98                                   |                           |                          |                            |
| รายได้ต่อเดือน     | รายได้ต่อเดือน                         |                           |                          |                            |
|                    | ด้านการส่งเสริมทางการตลาด<br>$\bar{X}$ | ไม่เกิน 5,000 บาท<br>3.44 | 5,001-10,000 บาท<br>3.57 | มากกว่า 10,000 บาท<br>3.61 |
| ไม่เกิน 5,000 บาท  | 3.44                                   |                           | -.13*                    | -.18*                      |
| 5,001 – 10,000 บาท | 3.57                                   |                           |                          | -.04                       |
| มากกว่า 10,000 บาท | 3.61                                   |                           |                          |                            |

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 แสดงว่า

1. ด้านสถานที่ พบว่า นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนิสิต นักศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นว่าเป็นความเหมาะสมมากกว่านิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนนิสิต นักศึกษา ที่มีรายได้ต่อเดือนระดับอื่นๆ มีความคิดเห็นว่าเป็นความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนิสิต นักศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นว่าเป็นความเหมาะสมมากกว่านิสิต นักศึกษา ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนนิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนระดับอื่นๆ มีความคิดเห็นว่าเป็นความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

## ตอนที่ 6 การรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามปลายเปิด

ตาราง 29 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา กรุงเทพมหานคร

| ลำดับ<br>ที่ | ปัญหาและข้อเสนอแนะ                                                                                                                                                                                                        | ความถี่ |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1            | การขาดความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ของพนักงาน ทำให้ไม่สามารถตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวได้ ขาดการบริการที่ดี และความสะอาดสบายที่ได้รับจากพนักงาน โดยพนักงานขาดการฝึกอบรมเรื่องมารยาท พูดจาไม่สุภาพ ควรได้รับการปรับปรุง | 18      |
| 2            | สถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสวยงามทางธรรมชาติมาก แต่ขาดการดูแลรักษาความสะอาดอย่างทั่วถึง ควรจัดให้มีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อรณรงค์เรื่องการรักษาความสะอาดแหล่งท่องเที่ยว                                     | 15      |
| 3            | ความเมื่อยล้าของนักท่องเที่ยว ชอบทำลายทรัพย์สินทางธรรมชาติ และไม่ช่วยดูแลรักษา                                                                                                                                            | 8       |
| 4            | ที่พักตามสถานที่ท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย และราคาค่อนข้างแพงเกินไป ควรมีการตั้งราคาที่เหมาะสม ค่อนข้างถูกและประหยัดค่าใช้จ่าย                                                                                                 | 5       |
| 5            | ขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทางสื่อ                                                                                                                                                             | 13      |
| 6            | ควรจัดให้มีการรณรงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ มีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าการท่องเที่ยวต่างประเทศหลายๆ เท่า เพื่อดึงดูดให้คนไทยหันกลับมาท่องเที่ยวไทย                                                                            | 12      |
| 7            | มัคคุเทศก์ไม่มีความซื่อสัตย์ ไม่มีจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์ ทำให้ประเทศเสียชื่อเสียง                                                                                                                                         | 4       |
| 8            | สินค้าอาหารจะมีราคาสูงมากในช่วงเทศกาลต่างๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมออกเดินทางท่องเที่ยว                                                                                                                                      | 11      |
| 9            | การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ ที่ขาดความต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ไม่กระจ่างขาดความชัดเจน                                                                                                                      | 4       |
| 10           | ควรเพิ่มระบบความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศ                                                                                                                                                | 14      |
| 11           | ควรมีการจัดการแสดงประเพณีต่างๆ ของทุกจังหวัด เพื่อปลูกจิตสำนึกของคนไทยให้รู้ถึงขนบธรรมเนียมประเพณีไทย                                                                                                                     | 3       |
| 12           | ควรมีการจัด Package ที่ราคาถูก เพื่อให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น                                                                                                                                               | 5       |
| 13           | ปัญหากลุ่มมิจฉาชีพ ที่ออกมาทำลายทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวโดยการขโมย ปล้น                                                                                                                                                  | 4       |
| 14           | บางสถานที่ควรจะอนุรักษ์ไว้ โดยไม่ควรเปิดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวอาจทำให้สถานที่นั้นสูญเสียความเป็นธรรมชาติไป                                                                                             | 2       |

จากตาราง 29 พบว่าจากการรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นว่าพนักงานยังขาดความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ทำให้ไม่สามารถตอบข้อซักถาม ของนักท่องเที่ยวได้ ขาดการบริการที่ดี และความสะดวกสบายที่ได้รับจากพนักงาน โดยพนักงานขาดการฝึก อบรมเรื่องมารยาท พูดจาไม่สุภาพ ควรได้รับการปรับปรุง ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว คือสถานที่ท่องเที่ยว ภายในประเทศมีความสวยงามทางธรรมชาติมาก แต่ขาดการดูแลรักษาความสะอาดอย่างทั่วถึง ควรจัดให้มีการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อรณรงค์เรื่องการรักษาความสะอาดแหล่งท่องเที่ยว เรื่องของความปลอดภัยควรเพิ่ม ระบบความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศ รวมถึงการขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทางสื่อ

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ต้องการทราบว่าพฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร โดยเปรียบเทียบจากเพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา เพื่อจะได้นำข้อมูลไปสู่การพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนิสิต นักศึกษา รวมทั้งเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในด้านการตลาดของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว

#### สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

##### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนิสิต/นักศึกษาที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมทางการตลาด
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิต นักศึกษา โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา
4. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนิสิต/นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา
5. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ

##### ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยเสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้ปรับปรุงแผนการตลาดการท่องเที่ยว ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มนิสิต นักศึกษามากยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ ในด้านการตลาดของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว

### สมมติฐานในการวิจัย

1. นิสิต นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
2. นิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
3. นิสิต นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
4. นิสิต นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
5. นิสิต นักศึกษาที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
6. นิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
7. นิสิต นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
8. นิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
9. นิสิต นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
10. นิสิต นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
11. นิสิต นักศึกษาที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
12. นิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง นิสิต / นักศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไปของสถาบันอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยท่องเที่ยวในประเทศไทยกับบริษัทนำเที่ยว

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง นิสิต / นักศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไปของสถาบันอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยท่องเที่ยวในประเทศไทยกับบริษัทนำเที่ยว จากการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสถาบันอุดมศึกษา 6 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

|                            |             |
|----------------------------|-------------|
| จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย      | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์      | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยกรุงเทพ         | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย     | จำนวน 70 คน |
| มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต      | จำนวน 70 คน |

2.การเลือกโดยสะดวก (Convenience) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ระบุไว้แล้วข้างต้น

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการใช้เครื่องมือในการทำการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิด ซึ่งทางผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการรวบรวมข้อมูลในทฤษฎีและข้อมูลจากความต้องการของกลุ่มที่ต้องการทราบถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของกลุ่มนิสิต / นักศึกษา ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งนำมาประยุกต์ เพื่อจัดทำเป็นข้อคำถาม เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน รายได้ต่อเดือน โดยคำถามจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแสดงข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีลักษณะคำถามปลายปิด จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแสดงข้อมูลด้านความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งจะมีลักษณะคำถามปลายปิด จำนวน 39 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามแสดงปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งจะมีลักษณะคำถามปลายเปิด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับนิสิต / นักศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 แห่ง เป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต โดยจัดส่งแบบสอบถามเป็นกลุ่มสถาบันละ 70 ชุด และจะใช้เวลาดำเนินการในช่วงวันที่ 15 มิถุนายน - 20 กรกฎาคม พ.ศ 2545

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดจำนวน 420 ชุด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS / PC

2. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านเพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือน ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ใช้การคำนวณหาความถี่และร้อยละ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต/นักศึกษา โดยการคำนวณค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. เปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้ การทดสอบไค-สแควร์ (Chi-square test)
5. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม โดยใช้ t-test และมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Scheffe' หากยังไม่พบความแตกต่างจึงใช้วิธีของ Tukey และหากยังไม่พบความแตกต่างอีกจึงใช้วิธี LSD (Least significant difference)
6. วิเคราะห์และสรุปแบบสอบถามปลายเปิด

### ผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของ นิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 19 – 23 ปี กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเท่ากันในทุกสถาบันอุดมศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เรียนในสาขาวิชาสังคมศาสตร์ และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 420 คน ในเวลา 1 ปี (ปี 2543) ที่ผ่านมา จำนวนครั้งที่นักศึกษาเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มากกว่า 5 ครั้ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่นักศึกษาชื่นชอบมากที่สุด คือ ทะเล วัดดูประสงฆ์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษา คือ เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ นักศึกษานิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบ ไปเอง มากที่สุด ส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวกับ เพื่อน มากที่สุด โดยจะเดินทางไปท่องเที่ยวกันประมาณ 6 คน ขึ้นไป มากที่สุด ช่วงเวลาที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เมษายน – พฤษภาคม ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งใช้เวลามากที่สุดคือ 3 – 4 วัน และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน

### 3. ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านพบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

3.1 ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ พบว่านิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ วันหยุดปิดภาคเรียน เป็นช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ส่วนข้อที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 5 ข้อ คือ วันหยุดเทศกาลต่างๆ เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเดินทาง นิยมท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเฉพาะที่มีชื่อเสียง นิยมท่องเที่ยวภายในประเทศตามบุคคลในสังคม นิยมท่องเที่ยวแบบจับพลัน โดยไม่มีการวางแผนล่วงหน้า อาหารที่รวมอยู่ในโปรแกรมของบริษัทนำเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริษัทนำเที่ยว ส่วนข้ออื่นๆ นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

3.2 ด้านราคา พบว่า นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ คือ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยไม่คำนึงถึงเรื่องราคา และราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่ควรรวมอาหารบางมื้อ เช่น มื้อกลางวัน / เย็น เพราะนักท่องเที่ยวต้องการเลือกบริโภคเอง ส่วนข้ออื่นๆ นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

3.3 ด้านสถานที่ พบว่านิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายข้อว่าความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

3.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่านิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ข้อ คือ การโฆษณาท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ สามารถดึงดูดใจให้นิสิต นักศึกษาเลือกเดินทาง การโฆษณาท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์ ทำให้นิสิต นักศึกษาได้รับความชัดเจนมากที่สุด การขายโดยพนักงานขายที่มีความรู้ และประสบการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจให้กับนิสิต นักศึกษา ในการเลือกไปกับบริษัทนำเที่ยวนั้น นิสิตเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ กับบริษัทนำเที่ยวที่มีการให้ส่วนลด นิสิต นักศึกษาตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการโฆษณา นิสิต นักศึกษาตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการประชาสัมพันธ์ ส่วนข้ออื่นๆ นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

#### 4. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร

4.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ที่ว่านิสิต นักศึกษา ที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

นิสิต นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด . วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และเลือกบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และพบว่านิสิต นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) รูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่พักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่านิสิต นักศึกษา ที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

นิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีรูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และพบว่านิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ





## 6 การรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะของนิสิต นักศึกษาที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพิ่มเติมดังต่อไปนี้

จากการรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นว่าพนักงานยังขาดความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ทำให้ไม่สามารถตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวได้ ขาดการบริการที่ดี และความสะอาดสบายที่ได้รับจากพนักงาน โดยพนักงานขาดการฝึกอบรมเรื่องมารยาท พูดจาไม่สุภาพ ควรได้รับการปรับปรุง ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว คือสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสวยงามทางธรรมชาติมาก แต่ขาดการดูแลรักษาความสะอาดอย่างทั่วถึง ควรจัดให้มีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อบรรลุเรื่องการรักษาความสะอาดแหล่งท่องเที่ยว เรื่องของความปลอดภัยควรเพิ่มระบบความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศ รวมถึงการขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทางสื่อ

### อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีประเด็นนำมาอภิปราย ดังนี้ คือ

1. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษานิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเองกับเพื่อนมากที่สุด แหล่งท่องเที่ยวที่นักศึกษาชื่นชอบมากที่สุด คือ ทะเล โดยวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวคือเพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ จะเดินทางไปท่องเที่ยวกันประมาณ 6 คน ขึ้นไป ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 3 - 4 วัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัชพันธ์ เปลิยนดี (2542. บทคัดย่อ) ที่พบว่านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวคือ เพื่อพักผ่อนและสัมผัสธรรมชาติ นิยมเดินทางโดยการไปกันเองกับกลุ่มเพื่อน 6 - 10 คน ใช้เวลาประมาณ 3 - 4 วัน ส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวประเภท ทะเล
2. ผลจากการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของ นิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า นิสิต นักศึกษามีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก เนื่องจากนิสิต นักศึกษา เป็นวัยรุ่นที่มีความต้องการในเรื่องของความสนุก ความบันเทิง โดยทางเลือกที่ดีที่สุด ก็คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อเป็นการพักผ่อน โดยการเดินทางนั้นต้องได้รับความสะดวก ความปลอดภัย และค่าใช้จ่ายต้องไม่แพงมากนัก ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านจึงมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนิสิต นักศึกษา

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้าน พบว่า

2.1 ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาข้อที่มีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ วันหยุดปิดภาคเรียน เป็นช่วงเวลาที่ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นนิสิต นักศึกษา ต้องศึกษาเล่าเรียนที่สถาบันศึกษาตามตารางเรียน จะมีวันหยุดระยะสั้น ก็คือ วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุด นักขัตฤกษ์ ส่วนช่วงวันหยุดปิดภาคเรียน ถือเป็นวันหยุดระยะยาว สามารถเดินทางท่องเที่ยวระยะทางไกลได้ติดต่อกัน ทำให้ช่วงวันหยุดปิดภาคเรียน เป็นช่วงเวลาที่นิสิต นักศึกษา นิยมเดินทางท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด

2.2 ด้านราคา นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านราคา ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาข้อที่มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก คือ ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวต้องมีความเหมาะสมกับการให้บริการของผู้จัดนำเที่ยว ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวควรรวมค่าเข้าเยี่ยมชมสถานที่ด้วย ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยว ควรมีส่วนลดให้เมื่อไปกับบริษัทนำเที่ยวหลายคน ปริมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากนิสิต นักศึกษา เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน จากครอบครัว เป็นผู้ให้ใช้เงินค่าใช้จ่ายระหว่างที่ศึกษาเล่าเรียน ทำให้ต้องรู้จักคุณค่าของเงิน ไม่ใช่จ่ายสุร่ยสุร่าย หากต้องการเดินทางท่องเที่ยว ก็จะเป็นที่ต้องเปรียบเทียบในเรื่องของเงินที่ต้องจ่ายไปกับการเดินทางท่องเที่ยวว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิษณุ วัชวุฒิ (2542. บทคัดย่อ) ที่พบว่าคุณภาพในการบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการให้บริการกับราคาค่าบริการ มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าด้านอื่น นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญในคุณค่าของเงิน จึงต้องการให้ได้รับความคุ้มค่ามากที่สุด ในจำนวนเงินที่ได้จ่ายไป

2.3 ด้านสถานที่ นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านสถานที่ ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาข้อที่มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากเท่ากันทุกข้อ คือ เลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติกับบริษัทนำเที่ยว เลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถาน โบราณวัตถุ กับบริษัทนำเที่ยว เลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม กับบริษัทนำเที่ยว และเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัยกับบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากนิสิต นักศึกษา จัดเป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ธรรมชาติ จึงมักนิยมเดินทางท่องเที่ยวทางภูเขา ทะเล น้ำตก โดยตัดสินใจเลือกสถานที่ที่ต้องการจะเดินทางด้วยตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษนา หวังสัมพันธ์ (2542. บทคัดย่อ) ที่พบว่าเกณฑ์ที่สำคัญในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว คือ เกณฑ์เรื่อง สภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม

2.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาข้อที่มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก คือ การโฆษณาท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ สามารถดึงดูดให้ท่านเลือกเดินทาง การโฆษณาท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์ ทำให้ท่านได้รับความชัดเจนมากที่สุด การขายโดยพนักงานขายที่มีความรู้ และประสบการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจให้กับท่าน ในการเลือกไปกับบริษัทนำเที่ยวนั้น ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ กับบริษัทนำเที่ยวที่มีการให้ส่วนลด ท่านตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการโฆษณา และท่านตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ตามจากการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากนิสิต นักศึกษา เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา สามารถรับรู้ข่าวสารได้จากสื่อหลายประเภท ด้วยความเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิษณุ วัชวุฒิ (2542. บทคัดย่อ) ที่พบว่าคุณภาพในการบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการให้บริการกับราคาค่าบริการ มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าด้านอื่น

3. การเปรียบเทียบพฤติกรรม การท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถาบันอุดมศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา

3.1 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีเพศต่างกัน พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และเลือกบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากนิสิต นักศึกษา เพศชายและเพศหญิงมีอุปนิสัยต่างกัน เพศชายมีความอิสระในการไปเที่ยวมากกว่าเพศหญิง มีความพร้อมในการจ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538. บทคัดย่อ) ที่พบว่า เพศที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยเพศชายไปท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน สัมมนาเจรจาธุรกิจ ส่วนเพศหญิงไปเยี่ยมญาติ และไปประกอบกิจกรรมทางศาสนา ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) รูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด นิสิต นักศึกษา ที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกานต์ โรจนนุตมะ (2542.บทคัดย่อ) ที่พบว่า รูปแบบการเดินทางที่มีบทบาทในการกำหนดอุปสงค์ดังกล่าว คือรูปแบบการเดินทางด้วยตนเอง ตัวแปรเพศไม่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์

3.2 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีอายุต่างกัน พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากนิสิต นักศึกษา เป็นวัยที่มีสังคมเพื่อนมาก เพราะต้องมีการพบปะเพื่อนฝูง ที่สถาบันการศึกษา เป็นประจำทุกวัน .โดยในวันหยุดก็มักจะใช้เวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ด้วยจุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพียงเรื่องเดียว คือ เพื่อพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538. บทคัดย่อ) ที่พบว่าอายุต่างกัน มีวัตถุประสงค์การไปท่องเที่ยวที่เหมือนกัน คือ เพื่อพักผ่อน และเยี่ยมญาติ ส่วนในเรื่องจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปเที่ยวด้วย จำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว นิสิต นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิธินี วรรณสกล (2542. บทคัดย่อ) ที่พบว่า อายุที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติต่างกัน

3.3 เปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องเลือกบุคคลที่จะเดินทางไปเที่ยวด้วย จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด นิสิต นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากนิสิต นักศึกษา ทุกสถาบันมีโอกาสได้รับความรู้ ข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อหลายทาง เช่น เพื่อน วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

3.4 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเรื่อง จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย ช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันไป ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด วัดพุทธประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง นิสิต นักศึกษา มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ได้รับความรู้ข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยว ด้วยวิธีโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ทำให้รับทราบข่าวสารท่องเที่ยวกันอย่างทั่วถึง ในทุกระดับการศึกษา จึงทำให้พฤติกรรมส่วนใหญ่ ไม่แตกต่างกัน

3.5 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกัน พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีสาขาวิชาเรียนต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเรื่อง จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด วัดพุทธประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีจำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากนิสิต นักศึกษา ไม่ว่าจะสาขาวิชาเรียนใดก็ตาม ย่อมได้รับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวจากตำรา บทเรียน เหมือนกัน ทำให้พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีความแตกต่าง

3.6 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน พบว่า นิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเรื่อง จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) ช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเดินทางท่องเที่ยว และส่วนใหญ่เลือกบุคคลที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย แตกต่างกันไป ทั้งนี้เนื่องจากรายได้ของนิสิต นักศึกษา ส่วนใหญ่ใช้เป็นค่าใช้จ่ายในแต่ละวันที่มาศึกษาเล่าเรียน หากมีรายได้ที่ต่ำ โอกาสของการเดินทางท่องเที่ยวย่อมเกิดได้ยาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิจิณี วรรณสกุล (2542, บทคัดย่อ) ที่พบว่า รายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติต่างกัน ส่วนนิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด วัดพุทธประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว มี จำนวนคนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง นิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมชาติ สกฤตยานันท์ (2533, บทคัดย่อ) ที่พบว่า รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย

4. เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถาบันการศึกษา ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่เรียน และรายได้ต่อเดือนของนิสิต นักศึกษา ตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ปรากฏดังนี้

4.1 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน พบว่านิสิต นักศึกษา ที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านว่ามีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องจากนิสิต นักศึกษาเพศชาย และเพศหญิง มีโอกาสได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว

เท่ากันจากสถาบันการศึกษา ทำให้ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ไม่มีความแตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริสา สอนศรี (2541. บทคัดย่อ) ที่พบว่าเพศที่ต่างกัน ทักษะที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอุทยานแห่งชาติ ไม่มีความแตกต่างกัน

4.2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน พบว่า นิสิต นักศึกษา ที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและด้านการส่งเสริมทางการตลาดว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ มีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากนิสิต นักศึกษา ที่มีอายุต่างกัน นิสิต ที่มีอายุ 24 ปีขึ้นไป จะมีความคิดเห็นด้านการส่งเสริมทางการตลาดว่าเหมาะสมมากกว่านิสิต ที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี อาจเพราะนิสิตที่มีอายุมาก มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวมาก มองว่าการเลือกเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวควรได้รับส่วนลด ของแถม หรือเรียกว่ารายการส่งเสริมการตลาด จากบริษัทนั้น เพราะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิษณุ วัชรวิทย์ (2542. บทคัดย่อ) ที่พบว่าคุณภาพในการบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยว ส่วนด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ด้านราคา ว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน พบว่า นิสิต นักศึกษา ที่มีอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีทั้งนิสิต นักศึกษา จากสถาบันภาครัฐ และภาคเอกชน ซึ่งมีฐานะทางการเงินต่างกัน ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวจึงมีความแตกต่างกันในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง เพราะนิสิต นักศึกษา ที่มีฐานะดี ก็จะเลือกเดินทางแบบสะดวกสบาย ไม่ต้องผจญภัยมากนัก ส่วนด้านราคา นิสิต นักศึกษา มีความคิดเห็นว่ารเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

4.4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า นิสิต นักศึกษา ทั้งระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากนิสิต นักศึกษาได้รับความรู้ จากการศึกษาเล่าเรียน และได้รับข่าวสารจากแหล่งข่าวต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว โดยนิสิต นักศึกษา ระดับสูงกว่าปริญญาตรี อาจมีสิทธิในการใช้สิทธิประโยชน์จากการร่วมรายการส่งเสริมการตลาดของทางบริษัทนำเที่ยวได้ ผ่านทางการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิต และได้รับส่วนลด ซึ่งนิสิต นักศึกษา ระดับปริญญาตรี ไม่มีบัตรเครดิต จะไม่ได้รับสิทธินี้ แต่จะใช้สิทธิจากการได้ส่วนลดผ่านบัตรนักศึกษาที่ถืออยู่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิษณุ วัชรวิทย์ (2542. บทคัดย่อ) ที่พบว่าคุณภาพในการบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยว ส่วนด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ด้านราคา และด้านสถานที่ มีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกัน พบว่า นิสิต นักศึกษา ที่มีสาขาวิชาที่เรียนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน พบว่า นิสิต นักศึกษา ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากนิสิต นักศึกษา เป็นวัยที่มีการศึกษา และทราบถึงคุณค่าของเงินที่ได้รับจากครอบครัว ว่าควรใช้ให้คุ้มค่าสำหรับเรื่องการเดินทาง จึงมองว่าในการจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวต้องเลือกแหล่งท่องเที่ยว ที่น่าสนใจ และมีรายการส่งเสริมการตลาด เช่น ส่วนลดของแถม ของแจก เพื่อสามารถท่องเที่ยวได้อย่างคุ้มค่าจากเงินที่จ่ายไป เพราะได้จ่ายในราคาที่ถูก และเที่ยวในสถานที่ที่ชอบ ซึ่งข่าวการส่งเสริมการตลาดจะได้รับจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิธินี วรรณกุล (2542. บทคัดย่อ) ที่พบว่า รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจจากสื่อประเภทต่างๆ ต่างกัน ส่วนด้านอื่นๆ พบว่ามีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวีพร ภัทราพรนันท์ (2541. บทคัดย่อ) ที่พบว่านิสิต นักศึกษา ที่มีรายได้ต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอุทยานแห่งชาติ ไม่แตกต่างกัน

## ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า นิสิต นักศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 19 – 23 ปี ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสังคมศาสตร์ ในทุกสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งเป็นข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวสามารถนำไปปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิต นักศึกษา เพื่อสนองตอบความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

2. จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวของนิสิต นักศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและนักการตลาด สามารถนำข้อที่บกพร่องมาปรับปรุงแผนการตลาดท่องเที่ยว เพื่อสนองตอบความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

- ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ ควรมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีตลอดสัปดาห์ อาจเป็นโปรแกรมระยะสั้น เข้าไปเย็นกลับ หรือระยะยาว เพราะช่วงวันหยุดเทศกาลต่างๆ จะมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวอาจเสี่ยงเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาอื่นแทนซึ่งได้รับความสะดวกในเรื่องของที่พักและอาหารมากกว่า

- ด้านราคา ควรปรับปรุงราคาของโปรแกรมให้มีความเหมาะสม ไม่แพงมากเกินไปจนเกินไปในช่วงเทศกาล เพราะนักท่องเที่ยวในที่นี้คือ นิสิตนักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ไม่สูงนัก ย่อมต้องคำนึงถึงเรื่องราคา ให้คุ้มค่ากับการเดินทางท่องเที่ยว และในเรื่องของอาหารที่รวมในโปรแกรมการท่องเที่ยว อาจมีการจัดโปรแกรมแยกกันระหว่าง โปรแกรมที่รวมอาหารทุกมื้อ และโปรแกรมที่ไม่รวมอาหาร เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกโปรแกรมได้ตามความต้องการ

- ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ควรปรับปรุงการโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ ให้มีสีสันมากขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่พบเห็นโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ จะได้ให้ความสนใจในโปรแกรมที่ลงทางหนังสือพิมพ์มากขึ้น การประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ ควรปรับช่วงเวลาในการออกอากาศ เป็นช่วงเช้าประมาณ 7.00 น ตอนเช้า เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถรับข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และควรมีการจัดอบรมพนักงานขายเพื่อให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับโปรแกรมการท่องเที่ยวและเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการขายโปรแกรมการท่องเที่ยว

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มคนทำงาน เพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่างในด้านต่างๆ

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มสถาบันของกลุ่มตัวอย่างนิสิต นักศึกษา ให้มากขึ้นหลายสถาบัน เพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่างได้ละเอียดมากขึ้น

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กฤษณี เวชสาร. (2542). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชันันท์ เปลียนดี. (2542). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนิสิต นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐกานต์ ไรจนุตมะ. (2542). ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พิษณุ ้วยวุฒิ. (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุษนา หวังสัมพันธ์. (2542). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศและความคิดเห็นที่มีต่อโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ของนิสิต นักศึกษา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิธินี วรรณสกล. (2542). การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริลักษณ์ อริย์บุญญทัย. (2540). ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2534). การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ : บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิริสา สอนศรี. (2541). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมชาติ สกฤตยานันท์. (2533). ความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรชัย พิตาลบุตรและคณะ . (2539). หลักสถิติ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- สุชาดา วรรณมานี. (2542). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุริพร ภัทราพรนันท์. (2541). ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติ ในจังหวัดกาญจนบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

[http://education.mweb.co.th/sara/sara\\_1590.html](http://education.mweb.co.th/sara/sara_1590.html)

<http://www.hunsa.com>

<http://www.kapook.com>

<http://mis.mua.go.th/data/mis/mis2543/table01%20.htm>

<http://mis.mua.go.th/data/mis/mis2543/table02%20.htm>

<http://www.sanook.com>

<http://www.yahoo.com>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา  
กรุงเทพฯ 10110

มิถุนายน 2545

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

เรียน นิสิต นักศึกษา ผู้มีเกียรติ

ด้วยดิฉัน นางสาวรินรมย์ บวรธีรกุล เป็นนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง "พฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ" โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล จึงขอความอนุเคราะห์ท่าน กรอกข้อมูลในแบบสอบถามที่แนบมาด้วย

ข้อมูลที่ได้รับในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของผู้วิจัยอย่างมาก และคำตอบของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ โดยจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวม ต่อผู้บริหารของบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย เพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ด้านสินค้า ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ให้สนองตอบความต้องการของท่านมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด

ขอแสดงความนับถือ



(นางสาว รินรมย์ บวรธีรกุล)

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

### แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร  
ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา ใน  
สถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือเติมข้อมูลลงในช่องว่าง

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. อายุ

( ) 1. ต่ำกว่า 18 ปี

( ) 2. 19 – 23 ปี

( ) 3. 24 – 28 ปี

( ) 4. 29 ปี ขึ้นไป

3. สถาบันอุดมศึกษา

( ) 1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

( ) 2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์(ท่าพระจันทร์)

( ) 3. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร

( ) 4. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ(วิทยาเขตกล้วยน้ำไท)

( ) 5. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

( ) 6. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

4. ระดับการศึกษา

( ) 1. ระดับปริญญาตรี

( ) 2. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. สาขาวิชาที่เรียน

( ) 1. วิทยาศาสตร์

( ) 2. สังคมศาสตร์

( ) 3. มนุษยศาสตร์

( ) 4. แพทย์ศาสตร์

( ) 5. สถาปัตยกรรมศาสตร์

( ) 6. อื่นๆ โปรดระบุ .....

6. รายได้ต่อเดือน

( ) 1. ไม่เกิน 5000 บาท

( ) 2. 5001 – 10,000 บาท

( ) 3. 10,001 – 15,000 บาท

( ) 4. 15,001 – 20,000 บาท

( ) 5. มากกว่า 20,000 บาท

ส่วนที่2 ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

7. ในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา ท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยวกี่ครั้ง

- |                |                        |
|----------------|------------------------|
| ( ) 1. 1 ครั้ง | ( ) 2. 2 ครั้ง         |
| ( ) 3. 3 ครั้ง | ( ) 4. 4 ครั้ง         |
| ( ) 5. 5 ครั้ง | ( ) 6. มากกว่า 5 ครั้ง |

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด (เลือกเพียง 1 คำตอบ)

- |              |                             |
|--------------|-----------------------------|
| ( ) 1. ภูเขา | ( ) 2. ป่าไม้               |
| ( ) 3. น้ำตก | ( ) 4. ถ้ำ                  |
| ( ) 5. ทะเล  | ( ) 6. อื่นๆ โปรดระบุ ..... |

9. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน คือ (เลือกเพียง 1 คำตอบ)

- |                                         |                                      |
|-----------------------------------------|--------------------------------------|
| ( ) 1. เพื่อความสนุกสนาน / ผจญภัย       | ( ) 2. เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ |
| ( ) 3. เพื่อศึกษาหาความรู้ / ประสบการณ์ | ( ) 4. อื่นๆ โปรดระบุ .....          |

10. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบใด

- |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|
| ( ) 1. ไปเอง               | ( ) 2. ไปกับบริษัทนำเที่ยว |
| ( ) 3. อื่นๆโปรดระบุ ..... |                            |

11. ส่วนใหญ่ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวกับใคร

- |                        |                             |
|------------------------|-----------------------------|
| ( ) 1. คนเดียว         | ( ) 2. เพื่อน               |
| ( ) 3. ครอบครัวและญาติ | ( ) 4. อื่นๆ โปรดระบุ ..... |

12.ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกันประมาณกี่คน

- |                  |                            |
|------------------|----------------------------|
| ( ) 1. 1 – 5 คน  | ( ) 2. 6 –10 คน            |
| ( ) 3. 11 –15 คน | ( ) 4. มากกว่า 15 คนขึ้นไป |

13. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- |                           |                         |
|---------------------------|-------------------------|
| ( ) 1. มกราคม – มีนาคม    | ( ) 2. เมษายน - พฤษภาคม |
| ( ) 3. มิถุนายน - กันยายน | ( ) 4. ตุลาคม - ธันวาคม |

14. จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง คือ

- |                      |                  |
|----------------------|------------------|
| ( ) 1. 1 – 2 วัน     | ( ) 2. 3 – 4 วัน |
| ( ) 3. 5 – 6 วัน     | ( ) 4. 7 – 8 วัน |
| ( ) 5. มากกว่า 8 วัน |                  |

15. บุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของท่าน

- |                        |                             |
|------------------------|-----------------------------|
| ( ) 1. ตัวท่านเอง      | ( ) 2. เพื่อน               |
| ( ) 3. บุคคลในครอบครัว | ( ) 4. อื่นๆ โปรดระบุ ..... |

**ส่วนที่ 3** ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ

**คำชี้แจง** โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้แล้วพิจารณาว่าท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็น ดังนี้

|                    |   |       |
|--------------------|---|-------|
| เห็นด้วยมากที่สุด  | 5 | คะแนน |
| เห็นด้วยมาก        | 4 | คะแนน |
| เห็นด้วยปานกลาง    | 3 | คะแนน |
| เห็นด้วยน้อย       | 2 | คะแนน |
| เห็นด้วยน้อยที่สุด | 1 | คะแนน |

| ลักษณะความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ                      | ระดับความคิดเห็น  |             |                 |              |                    |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------|-----------------|--------------|--------------------|
|                                                                        | เห็นด้วยมากที่สุด | เห็นด้วยมาก | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยน้อย | เห็นด้วยน้อยที่สุด |
| <b>ด้านลักษณะการท่องเที่ยวและบริการ</b>                                |                   |             |                 |              |                    |
| 16. วันหยุดราชการ เป็นวันที่เหมาะสมสำหรับการเดินทาง                    | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 17. วันหยุดปิดภาคเรียน เป็นช่วงเวลาที่ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยว        | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 18. วันหยุดเทศกาลต่าง ๆ เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเดินทาง         | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 19. โปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นต้องมีความหลากหลาย                   | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 20. การบริการที่ดีของพนักงานบริษัทนำเที่ยวก่อให้เกิดความประทับใจ       | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 21. รถยนต์เป็นพาหนะที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในทุกๆภาคของไทย | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 22. ท่านนิยมท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเฉพาะที่มีชื่อเสียง             | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 23. ท่านนิยมท่องเที่ยวภายในประเทศตามบุคคลในครอบครัว                    | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 24. ท่านนิยมท่องเที่ยวภายในประเทศ ตามบุคคลในสังคม                      | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 25. ท่านนิยมท่องเที่ยวแบบมีการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง             | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 26. ท่านนิยมท่องเที่ยวแบบจับพลัน โดยไม่มีการวางแผนล่วงหน้า             | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |

| ลักษณะความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                                                     | ระดับความคิดเห็น  |             |                 |              |                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------|-----------------|--------------|--------------------|
|                                                                                                                       | เห็นด้วยมากที่สุด | เห็นด้วยมาก | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยน้อย | เห็นด้วยน้อยที่สุด |
| 27. อาหารที่รวมอยู่ในโปรแกรมของบริษัทนำเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริษัทนำเที่ยว                                  | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 28. ขนาดของกลุ่มท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัด มีผลต่อการเลือกบริษัทนำเที่ยว                                          | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 29. ท่านจะพอใจอย่างมาก ถ้าวัยของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่บริษัทจัด เป็นวัยที่ใกล้เคียงกัน                                 | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 30. ท่านต้องการไกด์ที่มีความรู้ในสถานที่ต่างๆเป็นอย่างดี                                                              | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| <b>ด้านราคา</b>                                                                                                       |                   |             |                 |              |                    |
| 31. ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวต้องมีความเหมาะสมกับการให้บริการของผู้จัดนำเที่ยว                                      | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 32. ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนโดยไม่คำนึงถึงเรื่องราคา                                              | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 33. ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวควรรวมค่าเช่าเยี่ยมชมสถานที่ด้วย                                                       | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 34. ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยว ควรมีส่วนลดให้เมื่อไปกับบริษัทนำเที่ยวหลายคน                                          | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 35. ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่ควรรวมอาหารบางมื้อ เช่น มื้อกลางวัน / เย็น เพราะนักท่องเที่ยว ต้องการเลือกบริโภคเอง | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 36. ปริมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว                                                   | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |

| ลักษณะความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ                                                                                | ระดับความคิดเห็น  |             |                 |              |                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------|-----------------|--------------|--------------------|
|                                                                                                                                  | เห็นด้วยมากที่สุด | เห็นด้วยมาก | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยน้อย | เห็นด้วยน้อยที่สุด |
| <b>ด้านสถานที่</b>                                                                                                               |                   |             |                 |              |                    |
| 37. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่อไปนี้ กับบริษัทนำเที่ยว                                                                     |                   |             |                 |              |                    |
| 37.1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ                                                                                                | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 37.2 สถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถาน โบราณวัตถุ                                                                                    | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 37.3 สถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม                                                                                         | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 37.4 สถานที่ที่มีความปลอดภัย                                                                                                     | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| <b>ด้านการส่งเสริมทางการตลาด</b>                                                                                                 |                   |             |                 |              |                    |
| 38. การโฆษณาท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ สามารถดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทาง                                                             | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 39. การโฆษณาท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์ ทำให้ท่านได้รับความชัดเจนมากที่สุด                                                        | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 40. การโฆษณาท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นการเสนอขายโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด                         | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 41. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลท่องเที่ยว ทางสื่อวิทยุของบริษัทนำเที่ยว ทำให้ท่านได้รับข่าวสารอย่างรวดเร็วที่สุด                      | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 42. การขายโดยพนักงานขายที่มีความรู้ และประสบการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจให้กับท่าน ในการเลือกไปกับบริษัทนำเที่ยวนั้น | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 43. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ กับบริษัทนำเที่ยวที่มีการให้ส่วนลด                                                       | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 44. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ กับบริษัทนำเที่ยว ที่มีการแจกของแถม เช่น กระเป๋าเดินทาง หมวก เสื้อ T-Shirt               | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |
| 45. ท่านเลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ กับบริษัทนำเที่ยวที่มีการออกบูธ ในงานท่องเที่ยวไทย                                       | .....             | .....       | .....           | .....        | .....              |





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ    บัณฑิตวิทยาลัย มศว    โทร. 5726, 5644

ที่    ทม 1012/ ๒4๗6

วันที่ ๑๙ มีนาคม 2545

เรื่อง    ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน    คณะบดีคณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวรื่นรมย์ บวรธีรกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลี้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวรื่นรมย์ บวรธีรกุล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ    บัณฑิตวิทยาลัย มศว    โทร. 5726, 5644

ที่    ทม 1012/๑๑๗๗

วันที่ ๑๑ มีนาคม 2545

เรื่อง    ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน    คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวรื่นรมย์ บวรธีรกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิ่มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ และ อาจารย์กาญจณีย์ อนันตอัศรกุล เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิต นักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวรื่นรมย์ บวรธีรกุล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

| รายชื่อ                                    | ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน                                                           |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ           | อาจารย์ประจำ<br>คณะศึกษาศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ                     |
| 2. รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ | อาจารย์ประจำ<br>ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 3. อาจารย์กาญจณีย์วี อนันต์อักษรกุล        | อาจารย์ประจำ<br>ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

|                                |                                                                                   |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อผู้วิจัย                   | นางสาวรื่นรมย์ บวรธีรกุล                                                          |
| วันเดือนปีเกิด                 | 20 มิถุนายน 2512                                                                  |
| สถานที่เกิด                    | อำเภอป้อมปราบ จังหวัดกรุงเทพมหานคร                                                |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน            | 46/7-8 ซอยแสนบาย ถนนพระราม 4<br>แขวงพระโขนง เขตคลองเตย<br>กรุงเทพมหานคร 10110     |
| ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน | โปรแกรมเมอร์                                                                      |
| สถานที่ทำงานปัจจุบัน           | บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)                                                  |
| ประวัติการศึกษา                |                                                                                   |
| พ.ศ. 2528                      | มัธยมศึกษาตอนต้น จาก โรงเรียนศึกษาวัฒนา                                           |
| พ.ศ. 2531                      | มัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนมัธยมสาธิตเพชรบุรีวิทยาลัย<br>กรณีในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| พ.ศ. 2535                      | วิทยาศาสตรบัณฑิต (คอมพิวเตอร์) จากมหาวิทยาลัยหอการค้า<br>ไทย                      |
| พ.ศ. 2545                      | บธ.ม. (การตลาด) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ                                    |