

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
นางประสพพร พุ่มพวง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ตุลาคม 2545

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

332.4511

ป/394พ

ธ.3

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
นางประสพพร พุ่มพวง

19 พ.ย. 2545

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ตุลาคม 2545

ประสพพร พุ่มพวง (2545). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ บธ.ม (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรรณิการ์ ลิมไทย.

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภค สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสาร และความปลอดภัย ตลอดจนเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 7 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t - test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย พบว่า

1. ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางภายในประเทศ 1 - 3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางโดยทางรถยนต์ โดยเดินทางไปกับครอบครัว วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน ส่วนมากตัดสินใจเดินทางด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า โดยหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศทางโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ / โทรทัศน์ / วิทยุ มีระยะเวลาพำนักระยะหนึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 1 - 3 วัน ช่วงเวลาที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ ชอบเดินทางตลอดทั้งปี และภูมิภาคที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือภาคเหนือ รองลงมาคือภาคกลาง

2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

3. ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวโดยรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ประชาชนที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวม และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

6. ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวม และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.01นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ยกเว้นด้านสินค้าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

8. ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และใช้ปัจจัยในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึก และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

9. ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ / ภูมิสำเนาต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวมและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึก ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 นอกนั้นแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**BEHAVIOR AND FACTORS AFFECTING THE DECISION MAKING OF PEOPLE IN
BANGKOK TOWARD SELECTING DOMESTIC TOURS**

**AN ABSTRACT
BY
MRS.PRASOPPORN POOMPUANG**

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

Prasopporn Poompuang (2002). *Behavior and Factors Affecting the Decision making of People in Bangkok toward Selecting Domestic Tours. Master Project, M.B.A (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Assist.Prof. Supee Limthai.*

The purpose of this research was to study Behavior and Factors Affecting the Decision making of People in Bangkok toward Selecting Domestic Tours. It compared the factor of tours in 6 aspects: Resource of tours, Facility, Infrastructure, Souvenir, Communication and Safety. Including compared the factors affecting the decision making of people with the demographic of sex, age, status, education, occupation, income and domicile.

The samples of this research were 400 persons. A questionnaire was constructed and used as a tool to collect data. Frequency, Percentage, mean, standard deviation, t-test and One-way Analysis of Variance were statistical methods to analyze data.

The research revealed that:

1. Most of the people had frequency for domestic tours 1 - 3 time / year. Almost of them traveled by car with they family. The objective was for holiday most of them made decision by themself. They would have a plan in advance by finding out the information from printed matters / television / radio. They love to take domestic tours by whole years and their most likely area were a northern part of Thailand and the second on was the middle part.
2. The people in Bangkok used factors in each and all aspects at the high level.
3. There was statistical significant difference level .01 for the usage of factors in all aspects from the people with difference sex. Except the resource of tour, there was no statistical significant difference.
4. There was statistical significant difference level .01 for the usage of factors in all aspects from the people with different age. Considerations from each aspect found that there were statistical significant difference level at .01 in the aspect of Resource of tour and Communication and the aspect of Facility and Souvenir, there was statistical significant difference level at .05. There was no statistical significant difference for the others aspects.
5. There was statistical significant difference level at .01 for the usage of factors in all aspects from the people with different marry status. The aspects of Resource of tour and Communication, there were statistical significant difference level at .01. There was no statistical significant difference for the others aspects.
6. There was statistical significant difference level at .01 for the usage of factors in all aspects and the aspect of Resource of tour Facility Infrastructure and Communication from the tourist with different education. There was no statistical significant difference for the others aspects.
7. There was statistical significant difference level at .01 for the usage of factors in each and all aspects with different occupation. Except the Souvenir there was statistical significant difference level at .05.

8. There was statistical significant difference level at .05 for the usage of factors in all aspects with different income. There were statistical significant difference levels at .01 in the aspect of Resource of tour, Souvenir and Communication. There was no statistical significant difference for others aspects.

9. There was statistical significant difference level at .01 for the usage of factors in all aspects and the aspect of Resource of tour Souvenir and Communication from the people with different domicile. There was no statistical significant difference for others aspects.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



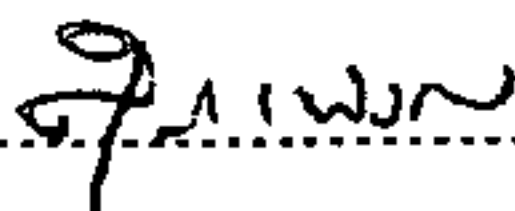
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์)



กรรมการ

(อาจารย์ ญัฎฐา ประดิษฐสุวรรณ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

วันที่ 4 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2545

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิมไทย อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำแนะนำช่วยเหลือและตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ อาจารย์ผจงศักดิ์ หมดสง และอาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือและให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพียรุ ลิมไทย รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ และอาจารย์ ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่เป็นคณะกรรมการสอบปากเปล่า

ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ช่วยประสานงานต่าง ๆ ในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อน ๆ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นเพื่อนที่ดีตลอดมาทุกท่าน จนทุกอย่างสามารถดำเนินมาถึงจุดหมายที่ต้องการ

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้การอบรมเลี้ยงดูและสั่งสอนให้ผู้วิจัยเป็นคนดี มีมานะ ขยันและอดทน ตลอดจนคอยให้กำลังใจและคำแนะนำที่ดีมีคุณค่า รวมทั้งสมาชิกในครอบครัวทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา ทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการตอบคำถาม เพื่อเป็นประโยชน์ในงานวิจัยครั้งนี้

ประสพพร พุ่มพวง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
✓ ภูมิหลัง.....	1
✓ ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
✓ ความสำคัญของการวิจัย.....	3
✓ ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
✓ นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
✓ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
✓ สมมติฐานในการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	9
นโยบายการดำเนินงาน.....	12
กลยุทธ์ไทยเที่ยวไทย.....	14
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว.....	15
ระบบการท่องเที่ยว.....	20
มูลเหตุจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว.....	20
วัตถุประสงค์ของการเดินทาง.....	22
การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	27
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	68
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และข้อเสนอแนะ.....	68
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	70

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
5 (ต่อ)	อภิปรายผล.....	74
	ข้อเสนอแนะ.....	77
	ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	79
	บรรณานุกรม.....	80
	ภาคผนวก.....	88
	ภาคผนวก ก.....	86
	ภาคผนวก ข.....	91
	ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	93

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง.....	28
2 จำนวนและร้อยละของประชาชน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ถิ่นที่อยู่ ภูมิภาค.....	34
3 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมमतการท่งเที่ยวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.....	36
4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.....	39
5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่งเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศ.....	40
6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศ.....	41
7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านโครงสร้างพื้นฐาน.....	41
8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านสินค้าของที่ระลึก.....	42
9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่งเที่ยว.....	42
10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความปลอดภัย.....	43
11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการท่งเที่ยวของประชาชนที่มีเพศต่างกัน.....	44
12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการท่งเที่ยวของประชาชนที่มีอายุต่างกัน.....	45
13 ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศของประชาชนที่มีอายุต่างกัน.....	46
14 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศในด้านทรัพยากรการท่งเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และด้านรวมจำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	47
15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการท่งเที่ยวของประชาชนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน.....	49
16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศของประชาชนที่มีการศึกษาแตกต่างกัน.....	50
17 ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่งเที่ยวภายในประเทศของประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	51

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และด้าน รวม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	52
19	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ภายในประเทศ ของประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันโดยรวมและรายด้าน.....	54
20	ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ของประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน.....	55
21	การทดสอบความแตกต่างการพิจารณาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน สินค้าของ ที่ระลึก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และด้านรวม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	56
22	ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายใน ประเทศของประชาชนที่มี รายได้ต่างกัน.....	60
23	การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้าน ทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และด้าน รวม จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่.....	61
24	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวของประชาชน ที่มี ภูมิลำเนาต่างกัน.....	63
25	ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายใน ประเทศของประชาชนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน.....	64
26	การทดสอบความแตกต่าง การใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวใน ด้าน ทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และด้านรวม จำแนกตามถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา เป็นรายคู่.....	65

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย โดยสามารถสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ได้กว่าปีละ 200,000 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ รวมทั้งยังเป็นตัวจักรสำคัญที่ทำให้ไทยฟื้นตัวจากวิกฤตเศรษฐกิจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย) นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคของประเทศได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งนี้นอกจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแล้ว การเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศก็มีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถสกัดกั้นการไหลออกของเงินตราไปยังต่างประเทศ ทั้งยังสร้างจิตสำนึกและความภูมิใจในการเป็นไทย ปัจจุบันหลายประเทศได้ให้ความสนใจในการส่งเสริมให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของตนเองมากขึ้น (ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย และการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตร ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติ สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชน นอกจากนี้ยังช่วยฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรมระเบียบประเพณี การละเล่น นาฏศิลป์ ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้ (www.tat.or.th)

ในระยะยาวการท่องเที่ยวยังคงมีศักยภาพพอสมควร หากมีการเสริมจุดแข็งที่ไทยยังคงมีความได้เปรียบในหลายๆด้าน ขณะเดียวกันก็ลดจุดอ่อน ตลอดจนแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2544 - 2553) อันจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระยะยาวที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยเติบโตอย่างเข้มแข็งและมั่นคง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับ 1 ติดต่อกันมาหลายปี โดยรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศของไทยในปี พ.ศ. 2540 เท่ากับ 220,754.50 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตร้อยละ 0.63 (ที่มา: กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) /

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศได้ลดลงเนื่องจากเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา และในช่วงเดือนกันยายนปี 2544 ได้มีปัญหการก่อการร้ายเกิดขึ้นในอเมริกา ทำให้คนในแถบอเมริกาและยุโรปไม่เดินทางท่องเที่ยวนอกประเทศ ขณะเดียวกันก็มีสาเหตุมาจากปัจจัยภายในประเทศ เนื่องจากไทยเริ่มมีคู่แข่งทางด้านแหล่งท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง และมีปัญหาปัจจัยพื้นฐานภายในประเทศ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเริ่มเสื่อมโทรม ปัญหาการคมนาคม ปัญหาการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ขณะที่คนไทยมีการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น ตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา รายจ่ายค่าเดินทางและท่องเที่ยวของคนไทย ที่เดินทางไปต่างประเทศมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 20 ของรายจ่าย

ทั้งหมด (จากการซื้อขายเงินตราต่างประเทศผ่านระบบธนาคาร) โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งจำนวนคนไทยที่เดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายโดยมีสาเหตุที่สำคัญดังนี้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย . 2539 : 14-16)

1. การส่งเสริมการขายของบริษัทท่องเที่ยว รวมทั้งการแข่งขันกันลดราคาจูงใจให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศกันมากขึ้น
2. คนไทยไปค้าขายลงทุนในต่างประเทศเพิ่มขึ้น
3. ผลจากการผ่อนคลायปรัวรรตเงินตรา ทำให้คนไทยสามารถนำเงินออกไปท่องเที่ยวไม่จำกัดจำนวน
4. ค่าใช้จ่ายในการศึกษาของนักเรียนไทยในต่างประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากค่านิยมในการส่งบุตรหลานออกไปเรียนต่างประเทศสูงขึ้น

ซึ่งหากปล่อยให้ภาวะการณ์เป็นไปอย่างนี้ไปเรื่อยๆย่อมมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ อย่างไรก็ตามรัฐบาลไทยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมิได้ละเลยถึงปัญหาเหล่านี้ ได้มีการสร้างสรรค์อย่างจริงจังให้คนไทยหันมาเที่ยวเมืองไทย จะเห็นได้ว่าการจัดงานไทยเที่ยวไทย มีการให้ส่วนลดค่าที่พักแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้เพราะการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยก่อให้เกิดการใช้จ่าย และก่อให้เกิดรายได้ในธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้อง เป็นเงินไหลเวียนภายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้เกิดการศึกษาในเรื่องนี้ โดยศึกษาว่ามีพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยวใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาปัจจัยต่างๆที่คาดว่าจะเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบและการตัดสินใจ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางนโยบายปรับปรุง และพัฒนางานแผนการจัดการตลอดจนจูงใจและสร้างสรรค์ค่านิยมให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศ มากกว่าการเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความมุ่งหมายในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในประเด็นดังต่อไปนี้

- ✓ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- ✓ 2. เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภค สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสาร และความปลอดภัย

3. เพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 7 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา

✓ ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลของการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว ในการวางแผนการจ้ดนำเที่ยวและการวางกลยุทธ์ต่างๆที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนี้สามารถนำผลการวิจัยมาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีประเด็นที่จะศึกษาดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการสุ่มตัวอย่างจากพื้นที่จำนวน 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 1 เขต ได้พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 5 เขต คือ

1. เขตสัมพันธวงศ์
2. เขตป้อมปราบ
3. เขตธนบุรี
4. เขตบางกอกน้อย
5. เขตจตุจักร

โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่อาศัยอยู่ใน 5 เขตของพื้นที่ที่ศึกษา จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากนั้นใช้วิธีการจัดสัดส่วนโดยใช้ความสะดวก (Convenience sampling) เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน และจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ไม่แตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1.1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 15-24 ปี

1.1.2.2 25-34 ปี

1.1.2.3 35-44 ปี

1.1.2.4 45 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพสมรส

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส

1.1.4 สำเร็จการศึกษาระดับสูงสุด

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรี

1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 นักเรียน / นักศึกษา

1.1.5.2 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.6 รายได้ / เดือน

1.1.6.1 น้อยกว่า 10,000 บาท

1.1.6.2 10,000 - 20,000 บาท

1.1.6.3 20,000 บาทขึ้นไป

1.1.7 ภูมิสำเนาเดิม

- 1.1.7.1 กรุงเทพมหานคร
- 1.1.7.2 ภาคกลาง
- 1.1.7.3 ภาคเหนือ
- 1.1.7.4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 1.1.7.5 ภาคใต้

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

2.1 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร

2.2 การใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ด้าน

- 2.2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว
- 2.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก
- 2.2.3 โครงสร้างพื้นฐานทางด้านสาธารณูปโภค
- 2.2.4 สินค้าของที่ระลึก
- 2.2.5 การรับรู้ข่าวสาร
- 2.2.6 ความปลอดภัย

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง ผู้ที่เคยเดินทางจากท้องถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นเป็น การชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คน ท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น โดยมี 4 กลุ่มคือ

1.1 **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอิสระ** หมายถึง กลุ่มที่สนใจมาท่องเที่ยวโดยการตัดสินใจ ด้วยตนเอง โดยเดินทางมาด้วยตนเองไม่ได้มาเป็นหมู่คณะ

1.2 **นักท่องเที่ยวทั่วไปที่มากับหน่วยงาน** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มากับหน่วยงานราชการ บริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ โดยเดินทางมาเป็นหมู่คณะ

1.3 **นักเรียนนักศึกษาที่มาท่องเที่ยวอิสระ** หมายถึง กลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่สนใจมา ท่องเที่ยวโดยการตัดสินใจด้วยตนเอง ไม่ได้มาเป็นหมู่คณะ

1.4 **นักเรียนนักศึกษาที่มากับสถาบัน** หมายถึง นักเรียนนักศึกษาที่เดินทางมาท่องเที่ยว ทัศนศึกษากับสถาบันการศึกษา โดยเดินทางมาเป็นหมู่คณะ

2. **ประชาชน** หมายถึง คนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ทุกชาติศาสนาซึ่งมีที่พักแรมอยู่ ในกรุงเทพมหานคร และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำ โดยมี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ทัศนศึกษา การกีฬา การศาสนา การประชุม สัมมนา หรือประกอบธุรกิจใดๆเพียงชั่วคราว โดยเป็นการเดินทางไปกลับภายใน 24 ชั่วโมงหรือมากกว่า แต่ ไม่เกิน 60 วัน

3. พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง การตกลงใจ หรือ การแสดงออก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้แก่ ความถี่ในการเดินทาง วิธีการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการเดินทาง อำนาจในการตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การหาข้อมูลในการเดินทาง ระยะเวลาในการพำนักร์ ช่วงเวลา และภูมิภาคใดที่ชอบในการเดินทาง

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่มีผู้บริโภคใช้พิจารณาตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้แก่

4.1 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น

4.2 สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย อันได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ที่พักที่มีราคาเหมาะสม สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล ร้านอาหารที่สะอาดถูกสุขลักษณะ และการบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งอัยาศัยไมตรีที่ดีของคนในท้องถิ่นนั้นๆ

4.3 โครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภค หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ได้แก่ ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น

4.4 สินค้าของที่ระลึก หมายถึง สิ่งที่มีประติษฐ์ขึ้นโดยเน้นถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ และมีการใช้วัสดุพื้นบ้าน มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม มีการบรรจุหีบห่อสวยงาม

4.5 การรับรู้ข่าวสารข้อมูล หมายถึง กรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จัก และสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

4.6 ความปลอดภัย หมายถึง ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ
4. การศึกษา
5. รายได้
6. อาชีพ
7. ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา

ตัวแปรตาม

1. พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวด้าน

- 2.1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว
- 2.2. สิ่งอำนวยความสะดวก
- 2.3. โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค
- 2.4. สินค้าของที่ระลึก
- 2.5. การรับรู้ข่าวสารข้อมูล
- 2.6. ความปลอดภัย

สมมุติฐานในการศึกษา

1. ประชาชนที่เพศต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

✓ 2. ประชาชนที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

✓ 3. ประชาชนที่สถานภาพต่าง ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันแตกต่างกัน

✓ 4. ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันแตกต่างกัน

- ✓ 5. ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันแตกต่างกัน
- ✓ 6. ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน แตกต่างกัน
- ✓ 7. ประชาชนที่มีภูมิภาคนาต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัย โดยอาศัยพื้นฐานจากแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. นโยบายการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. กลยุทธ์ไทยเที่ยวไทย
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
5. ระบบการท่องเที่ยว
6. มลเหตุจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว
7. วัตถุประสงค์ของการเดินทาง
8. การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

ในปี 2506 (ค.ศ.1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า " การท่องเที่ยว " ไว้ว่า " การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐาน หรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร " พร้อมกับให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า " ผู้มาเยือน " (Visitor) แทนคำว่า " นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน " (Tourist) คำว่า " ผู้มาเยือน " มีความหมาย 2 ประการ คือ

นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourist) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่24ชั่วโมงขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักผ่อน ทักตักศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจหรือร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (นักทัศนาจร หรือ Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า24ชั่วโมง

ประเทศไทยได้ใช้คำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นนี้ เป็นหลักในการจดทะเบียนสถิติจำนวน "นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ" ซึ่งสรุปแล้วก็หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางมาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า1คืนหรือ24ชั่วโมง และไม่มากกว่า60วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อทำกิจกรรม ดังนี้

1. มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติหรือเพื่อมาพักผ่อน ฯลฯ
2. มาร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนของศาสนา นักกีฬา นักแสดง ฯลฯ
3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทำงานหารายได้
4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า1คืน

พร้อมกันนี้ได้กำหนดคำนิยามของ "นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน" (Domestic Tourist) ไว้ว่า คือ คนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางจากจังหวัดซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอะไรก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายในการทำงานหารายได้และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

ความหมายของคำว่า "อุตสาหกรรม" ตามพจนานุกรม คือ "การกระทำสิ่งเพื่อให้เป็นสินค้า" แต่ปัจจุบันมีความหมายมากกว่านั้น คือ "กิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมีระบบการพาณิชย์ หรือการผลิตสาขาใดสาขาหนึ่ง" ในสายอุตสาหกรรมการผลิต จะมีองค์ประกอบที่เห็นเด่นชัด 4 ประการ คือ โรงงาน สินค้า ลูกค้า และการขนส่ง เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่ง สามารถเปรียบเทียบได้ ดังนี้

1. " โรงงาน " หมายถึง แหล่งที่ผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ที่ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวนั่นเอง
2. " ลูกค้า " หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาชมบ้านเมือง ธรรมชาติ ศิลป วัฒนธรรม สิ่งที่คุณจะได้รับคือ ความพึงพอใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ ความสะดวกสบาย การพักผ่อน และความทรงจำที่น่าประทับใจ สิ่งเหล่านี้ คือสินค้าที่โรงงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องผลิตสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า
3. " สินค้า " ในสายอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ไม่ต้องมีการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์เหมือนอุตสาหกรรมผลิต จึงเป็นข้อได้เปรียบอย่างหนึ่ง คือนำมาขายได้เรื่อยๆ เช่น
 - ความสวยงามทางธรรมชาติ
 - สิ่งสวยงามที่มนุษย์สร้างขึ้น
 - วิถีทางดำเนินชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น
4. " การขนส่ง " องค์ประกอบของอุตสาหกรรมทุกประเภท คือ การขนส่ง ผู้ผลิตจะต้องส่งสินค้าไปยังลูกค้า แต่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลับตรงกันข้าม เพราะทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นทั้ง " โรงงาน " " วัตถุดิบ " " สินค้า " ในตัวเองพร้อมสรรพ ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวจึงต้องเดินทางไปซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ณ แหล่งผลิตหรือโรงงาน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าคือบริการต่างๆที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุนซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศ และจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมๆกับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจและการเมืองมีดังต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . 2544 :1-3)

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ

2. รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มาในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเงิน เพียงประมาณ 7,200 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก

3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เป็นอย่างดี หรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจเป็นผู้นำเที่ยวด้วย

4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในทางธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลารว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้น ให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปไหนก็ต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และหากพักแรมก็ต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้ไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรม แต่จะกระจายออกไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่างๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ก็จะมีรายได้จากวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้จะเป็นรายได้เล็กๆน้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมากๆก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งจะกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้า หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปีพ.ศ.1493 นักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคน ในปี พ.ศ.2527 กระนั้นก็ดี นักวิชาการทางการท่องเที่ยว ก็ยังเชื่อว่า ปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นแต่เพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะว่าประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการด้านการขนส่ง ที่สามารถขนส่งผู้โดยสารได้จำนวนมากทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงดังแต่ก่อนเท่านั้น การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติประกาศว่า "การท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน "

7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัด ในเรื่องการผลิตเพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสวยงาม

ของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืนไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพฝนฟ้าอากาศ ดังเช่นการผลิตด้านเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมอื่น ไม่ต้องลงทุนเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุน และหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

8. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปีจึงมีวัฒนธรรมระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

9. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยว จากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศ ก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่นนั้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งก็จะต้องมีผู้ลงทุนในหลายๆ ลักษณะ เป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคง ให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปทีใดจะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้น แหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้ แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

11. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ ลัมพันธ์ไมตรี และความเข้าใจอันดี ด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการไปมาหาสู่กัน ผลก็คือ ความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ

นโยบายการดำเนินงาน

1. ส่งเสริม ชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยรวม
2. ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค
3. อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด
4. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น
5. เพิ่มความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่างๆ ในประเทศไทย ด้วยความมั่นใจ ในความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สินของตน และหมู่คณะ

ทั้งด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง จนทำให้ปี 2530 เป็นปีที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากถึง 3.48 ล้านคน ทำให้มีอัตราเพิ่มที่สูงมากถึง ร้อยละ 23.59 ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 50,023 ล้านบาท ทั้งยังส่งผลให้ปี 2531 มีนักท่องเที่ยวมาเยือนเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากอีกเช่นกันถึง 4.23 ล้านคน โดยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 21.4 ทำรายได้เป็นเงิน 78,859 ล้านบาท สำหรับในปี 2532 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประมาณ 4.8 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินที่สูงถึงประมาณ 96,386 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2538 เป็นเงิน 190,765 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานในช่วงปี Amazing Thailand 1998-1999 หรือปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 สถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยจำนวน 7.76 ล้านคน ในปี 2541 เพิ่มขึ้นจาก 2540 ร้อยละ 7.53 รายได้จากการท่องเที่ยว 142,177 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2540 ร้อยละ 9.70 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสถิติการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 51.68 ล้านคน-ครั้ง ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศถึง 187,898 ล้านบาท

ในปี 2542 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้าประเทศไทย 8.58 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2541 ร้อยละ 10.50 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 253,018 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.48 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย สถิติการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 53.65 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นจากปี 2541 ร้อยละ 3.08 มีรายได้หมุนเวียนภายในประเทศ 203,853 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.78

ทั้งนี้ คาดว่าในปี 2543 มีแนวโน้มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามายังประเทศไทย อย่างน้อย 9.12 ล้านคน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวในประเทศประมาณ 55.05 ล้านคน-ครั้ง (ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

กลยุทธ์ไทยเที่ยวไทย

- ปรับปรุงโครงการขายคมนาคมในประเทศไทย
 - แก้ไขปัญหาการจราจรในช่วง "คอขวด" ด้านการเดินทางออกจากกรุงเทพฯ ในทุกช่องทางเข้าออก เฉพาะถนนวิภาวดีรังสิต ก่อนถึงสนามบินดอนเมือง
 - ปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนที่มีอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ขยายการคมนาคม ขนส่งมวลชนอย่าอื่นนอกจากรถยนต์ เพื่อลดความคับคั่งและมลภาวะ เช่น รถรางไฟฟ้า เชียงใหม่ ภูเก็ต นครราชสีมา
 - ปรับปรุงการคมนาคมทางรถไฟให้มีความสะดวก สะอาด และรวดเร็ว เร่งรัดโครงการ รถไฟความเร็วสูงเมื่อถึงเวลาอันควร
 - เชื่อมและขยายโครงข่ายคมนาคมให้เกิดวงแหวนหลายรอบให้ถึงกันเป็นวง
 - เร่งรัดการสร้างสนามบินนานาชาติแห่งที่ 2 ในกรุงเทพฯ
 - ยกกระดับมาตรฐานของขนาดและคุณภาพของผิวจราจร
 - ปรับปรุงเส้นทางคมนาคม ทั้งในด้านคุณภาพของถนน และการลดระยะทาง
 - ปรับปรุงถนนในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ พร้อมทั้งปรับปรุงภูมิทัศน์ในช่องทางที่เข้าสู่ชายหาด เช่น เกาะสมุย

- พัฒนาจังหวัดหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงแต่ยังมีนักท่องเที่ยวน้อย เพื่อการกระจายการท่องเที่ยวออกจากเมืองหลักสู่เมืองรองที่อยู่ใกล้เคียง ซึ่งมีอุปทาน (Supply) และอุปสงค์ (Demand) ที่ใกล้เคียงกัน โดยมีการเตรียมสาธารณูปโภค เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไว้ก่อนที่จะมีการประชาสัมพันธ์

- สร้างความเข้าใจกับบุคลากรทั้งใน ททท. หน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับ สภาพของปัญหาการท่องเที่ยว มีวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจใหม่ (Mission) สร้างเครือข่ายเพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ มีประสิทธิภาพ และมีการแก้ไขอุปสรรคร่วมกัน

- ใช้นโยบายนานาพาส์ในประเทศ เพื่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคา บริการ และ คุณภาพของสายการบินต่างๆ

- ปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวให้ทันสมัย และจัดให้มีบริการแจกแผ่นพับข้อมูล ณ จุดที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงง่าย

- สร้างตลาดท่องเที่ยวทางรถไฟ เช่น โครงการสัมปทานเอกชนร่วมกับจังหวัด อุทยานแห่งชาติ หรืออุทยานประวัติศาสตร์ต่างๆ และโครงการสัมปทานตู้รถไฟแบบชั้นหนึ่ง (World class express service)

- จัดทำโครงการ " ไทยเที่ยวไทย แบบ VIP " สำหรับผู้มีรายได้สูง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ผลิตผลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้

ปัจจัยภายใน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น3ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำน้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเลหาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมือง

2. ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)

ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น หรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นก็ยังคงเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาดผ่านต่าง ๆ ผ่านเข้า-ออกได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

4.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลายเป็นระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งสัมภาระ เป็นต้น

4.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้วจะต้องถูกสุขลักษณะมีบริการที่สุภาพ และมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

4.5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตราค่าจ้างไม่ต้อ และมีบริการรถรับส่งที่สะดวกสบาย

5. สินค้าของระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

7. ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

ปัจจัยภายนอก

1. สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคง เป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยเวลานั้น ในทางตรงกันข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2.ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จในระบบประหยัด ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น ความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

3.การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางเดินรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

4. การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

ระบบการคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวเล็กลง รัฐบาลของทุกประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกันทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาดและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ตามที่ L . E . Hudman (1980) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาจากปัจจัยต่อไปนี้

ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) คือ สภาพเงื่อนไขที่มากระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในตัวบุคคลให้ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันอาจจะมาจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

1. ความอยากรู้อยากเห็น ในสิ่งนี้อาจถือว่าเป็นแรงผลักดันภายในที่เห็นได้ชัด เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณในการอยากรู้อยากเห็นเรื่องต่างๆ ที่ตนเองยังไม่รู้ การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็นการสำรวจโลกใหม่ในความคิดและเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับตนเอง

2. ความพึงพอใจ การเดินทางท่องเที่ยวและความประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็น ก็ได้สร้างความสุข ความพึงพอใจให้กับบุคคล ดังนั้น การท่องเที่ยวก็คือความพยายามที่จะแสวงหาความสุขให้กับตนเองนั่นเอง

ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) คือ สภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูดใจให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดเหล่านี้ ได้แก่

1. ลักษณะภูมิประเทศ ได้แก่ ลักษณะทางภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หรือทัศนียภาพทางภูมิอากาศ เช่น อากาศสดชื่น อากาศเย็นสบาย ประกอบกันเป็นลักษณะภูมิกายภาพที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น

2. สภาพอื่นๆ เป็นเรื่องหรือสิ่งอื่นๆ ที่จัดว่าเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว นอกเหนือไปจากสภาพทางกายภาพ สภาพอื่นๆ นี้ อาจจะได้แก่การเป็นแหล่งสินค้าที่น่าสนใจ ราคาถูก เป็นต้น

ปัจจัยทางจิตวิทยาทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดก็มีความเกี่ยวพันกันในลักษณะตัวเสริมกำลัง (Reinforcement) ของกันและกัน กล่าวคือ ปัจจัยดึงดูดก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดผลักดัน ในขณะเดียวกัน ปัจจัยผลักดันก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดปัจจัยดึงดูด

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ปัจจัยผลักดันที่ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้นและบ่อยขึ้น อันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่

1. การเกษียณก่อนกำหนดเวลา
2. การมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น
3. ช่วงเวลาทำงานน้อยลง
4. การมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
5. การมีสิทธิได้มีวันหยุดโดยได้รับค่าจ้างเต็ม (paid holiday)
6. ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร

7. ครอบครัวมีขนาดเล็กลง
8. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมกรบริโภค
9. ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน
10. นโยบายของรัฐ กฎหมายและระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทาง และให้ความปลอดภัย

ทวิศักดิ์ ทิพยมหงษ์ (2544: 18-19) การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (Mill, 1990: 22)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง (Mill, 1990: 22)

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งจูงใจ ดึงดูดใจทั้งสิ้น มิล (Mill, 1990 : 24-26) กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่มี 4 ประการ คือ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

3. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ถนนหนทาง ระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้าและออกจากเมืองต่างๆ ในการเดินทางจากสนามบินของประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อากาศรวดเร็วแต่ไปเสียเวลาเพราะระบบการจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความไม่สะดวก ถือว่ายังเป็นสิ่งที่บกพร่องที่ควรแก้ไข

4. การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ทวิศักดิ์ ทิพยมหงษ์ (2544 : 9 - 20) นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel motivation) และพบว่า การเดินทางท่องเที่ยวมีทั้งแรงผลักดัน (Push factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องการเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกัน การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้น ขึ้นอยู่กับแรงดึงดูด (Pull Factors) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ได้มีการศึกษาและค้นพบสาเหตุหลายประการ ดังนี้

แรงผลัก (Push Factors) 7 ประการ ได้แก่

1. Physical ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย ทำงานเหนื่อยต้องการพักผ่อนโดยการเดินทางท่องเที่ยว (Mill, 1990)
2. Escape หลีกหนีความจำเจ ความเครียด รุดติด (Ibid, 1990)
3. Novelty ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ (Ibid, 1990)
4. Esteem / Prestige ความภูมิใจที่ตนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ (Ibid, 1990)
5. To Know and understand / Education vacation การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยเดิม
6. Coping ไปทำใจจากเรื่องราวๆ

7. Social - Kinship and New People ความต้องการในการเดินทาง เพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะได้ติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ อย่างไรก็ตามอาจเป็นความต้องการที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว คนรัก หรือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าที่ห่างหายไปนาน

แรงดึง (Pull Factors) การเลือกจุดหมายปลายทาง

Pull Factors คือ แรงดึงดูดต่างๆ นำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักดันในการเดินทางเป็นการไปทำใจ เขาอาจต้องการไปที่เงียบๆ ไม่พบปะผู้คน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ การสร้างความภูมิใจให้ตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

ระบบการท่องเที่ยว

นิศา ชัชกุล (2542 : 43 - 50) ระบบการท่องเที่ยว (The Tourism system) หมายถึง สิ่งต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กันและมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีระเบียบขั้นตอนการท่องเที่ยวที่มีลักษณะซับซ้อน ตั้งแต่พฤติกรรมของการเลือกซื้อ กระบวนการรับรู้ของมนุษย์ การตัดสินใจซื้อ จนกระทั่งถึงระดับการวิเคราะห์วิจัย ปัจจัยองค์ประกอบต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ระบบการท่องเที่ยวประกอบด้วยสิ่งสำคัญ 4 ส่วนใหญ่ๆ คือ ตลาด (Market) การท่องเที่ยว (Travel) จุดหมายปลายทาง (Destination) และการตลาด (Marketing) ดังรายละเอียดดังนี้

มูลเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

ม.ล.ดุษฎี ชุมสาย และณิพนธ์ พรหมโยธี (2527 : 29 - 30) กล่าวถึง เหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาหยุดงาน เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอึกทึกครึกโครม และดีกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่ และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว และอื่นๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางคนไปเที่ยวเพื่อที่ได้เปลี่ยนสถานที่พักอาศัยไปเรื่อยๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้แก่ พวกที่ใช้วันหยุดเพื่อพักโดยไม่ทำอะไร ทั้งนี้เพื่อขจัดความเหนื่อยล้าทั้งหลายทั้งปวง ทั้งกายและทางจิตใจที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพละกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้มักไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะนานได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่มั่นใจได้ว่าสงบจริงๆ เช่น ชายหาดห่างไกลผู้คน หรือบนเขาบนดอยห่างไกลจากความจอแจอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่างๆ ในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของพวกเขา นักท่องเที่ยวก็จะไปเที่ยวในประเทศนั้นๆ เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหกรรมและงานฉลอง

4. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ชนิด

- 4.1 การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ๆ
- 4.2 การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้นๆ

5. การท่องเที่ยวจังหวัดการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจ ไม่น่าจะเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะขาดปัจจัยที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรี และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ถ้าถือเคร่งครัดตามทฤษฎีก็น่าจะเป็นเช่นนั้น แต่ที่เป็นข้อเท็จจริง นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็ได้เจียดเวลาและจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวด้วย

6. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีองค์กร คณะกรรมการ สมาคม สหภาพ ฯลฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ได้ส่งเสริมให้มีขึ้นมากมาย จนองค์การ IUOTO (International Union of Office Travel Organization) เห็นสมควรที่จะจัดนักท่องเที่ยวนเพื่อการประชุมสัมมนา ฯลฯ ไว้ต่างหากอีกพวกหนึ่ง

7. การท่องเที่ยวเพื่อเพศสภาวะ(Sex Tour) การท่องเที่ยวไปที่ไหนก็ตามของนักท่องเที่ยวนอกชาย โดยมีเจตนาชมแฝงอยู่ในอันที่จะหาความเพลิดเพลินเชิงเพศสภาวะนั้นมีมานานแล้ว นักมนุษยวิทยาสันนิษฐานว่า กิจกรรมโสเภณีมีมาพร้อมกับอารยธรรมของคน และเกิดขึ้นในชุมชนที่มีคนเดินทางผ่านกิจกรรมโสเภณี ซึ่งตรงกับคำว่า Prostitution ในภาษาอังกฤษ หมายถึง การกระทำให้เพศตรงข้ามได้รับสุขารมณ์เชิงเพศสภาวะ โดยผู้กระทำได้ค่าจ้างตอบแทนเป็นเงินหรือสิ่งของ และโดยฝ่ายผู้กระทำมิได้มีอารมณ์เชิงใคร่อยู่ด้วย

การเดินทางไปตามที่ต่างๆ ของคนเป็นเหตุแรก ที่ทำให้เกิดอาชีพโสเภณี แล้วโสเภณีก็นำไปในรูปแบบและลักษณะต่างๆที่ใช้ในการปฏิบัติลูกค้า และแล้วกิจการโสเภณีก็นำกลับเป็นเหตุจูงใจของนักท่องเที่ยวอีก

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ได้กล่าวถึง เหตุผลของการท่องเที่ยวไว้ว่า ประชาชนมีการเดินทางไปมาอยู่เสมอด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ ได้แก่

1. การเข้าร่วมประชุม
2. การเยี่ยมเยียนเพื่อน และญาติพี่น้อง
3. การไปติดต่อธุรกิจ
4. การไปรักษาโรค และรับการส่งเสริมสุขภาพ
5. ความต้องการไปในที่มีอากาศอบอุ่นกว่าหรือเย็นกว่า
6. การไปพักผ่อนหย่อนใจ หลีกหนีจากความจำเจและความเครียด

7. การเที่ยวชมสวนสนุก นิทรรศการ เหตุการณ์พิเศษ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม
8. การเข้าชมการแข่งขันกีฬา การประกวด
9. การไปศึกษาต่อ ศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาติอื่น
10. การเข้าร่วมพิธีแต่งงาน งานศพ หรือพิธีทางศาสนา

วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) อันได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ (recreation) วันหยุด (holiday) เพื่อสุขภาพ (health) การศึกษา (study) ศาสนา (religion) และการกีฬา (sport)
2. การติดต่อธุรกิจ (Business) อันได้แก่ การประชุม (meeting) การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย (mission) รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเที่ยวดูชม การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยว มีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเงินตามราคาของสินค้าในขณะนั้น

ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมที่พักอาศัยแบบต่างๆ ภัตตาคาร ร้านค้า ธุรกิจการขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ หรือผู้ประกอบธุรกิจการจำหน่ายอื่นๆ ต่างก็พยายามจัดหาสินค้าและบริการ หรืออุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจ ดึงดูดใจให้เกิดความต้องการหรืออุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand) เพิ่มมากขึ้น

การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวมักจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและการตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่งต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทางและขนาดของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ให้แตกต่างออกไปตามข้อจำกัด ที่แต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ย่อมสามารถท่องเที่ยวได้ไกล เวลาสั้นเท่านั้น ขณะที่คนมีรายได้สูง มีเวลามาก และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวที่ทันสมัยและมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น

สำหรับความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งมักจะเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ นั้น แมคอินทอช และเกลเนอร์ (Mc Intosh and Goeldner . 1980 : 124 -125) ระบุว่าเกิดจากการกระตุ้น 4 ด้านด้วยกัน คือ

1. การกระตุ้นทางกายภาพ (Physical Motivators) ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายทางกายภาพหรือเพื่อร่างกาย เช่น การไปพักผ่อนร่างกาย การทำกิจกรรมทางกีฬา การได้ไปตากอากาศชายหาดทะเล

2. ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรม(Cultural Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนต่างๆ

3. ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล(Interpersonal Motivators) เป็นตัวกระตุ้น ที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ หรือเพื่อพบปะกับบุคคลต่างๆ

4. ตัวกระตุ้นทางด้านฐานะและชื่อเสียง(Status and Prestige Motivators) เป็นตัวกระตุ้น ที่ต้องการยกฐานะของตนเองให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศและชื่อเสียง เช่น การเดินทางไปต่างประเทศ ไปประชุม สัมมนาหรือการศึกษาดูงาน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อแสดงออกถึงความเป็นคนที่มีเกียรติและมีความสำเร็จในการทำงานของตน

นอกจากนี้แล้ว ยังมีตัวกระตุ้นอีกด้านหนึ่งซึ่งกำลังมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ นั่นคือ ตัวกระตุ้น ด้านการงานและอาชีพ อันเป็นตัวที่เกิดจากการปฏิบัติหน้าที่การงาน หรือการได้รับสวัสดิการจากหน่วยงาน บริษัทห้างร้าน เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนา การไปศึกษาดูงาน การไปฝึกงาน การได้รับรางวัลจาก ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจการงานในรูปการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นที่กล่าวมาทั้งหมด ข้างต้นนี้ คือที่มาของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลนั่นเอง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

✓ นางสิริกาญจน์ ปรับโตวิดิโย (2539) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จากผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสาร จากหนังสือพิมพ์ วิทยุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ประชาชนที่มีการเปิดรับวิทยุและหนังสือพิมพ์ ไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ตาม ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของความทันสมัย การท่องเที่ยวก็อาจถือว่าเป็นความทันสมัยได้เช่นกัน

การเปิดรับข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสาร มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะนิตยสารมีการเสนอข่าวด้านการท่องเที่ยว ที่มีภาพสีสรรค์สวยงามดึงดูดความสนใจ และโน้มน้าวใจให้คนอยากไปท่องเที่ยวได้มากกว่าสื่ออย่างอื่น โดยเฉพาะนิตยสารก็เป็นสื่อเฉพาะกิจที่ผู้ส่งสารเลือกใช้ การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว จากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคล ในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ สื่อที่สะดวกที่สุดในการรับข้อมูลข่าวสาร คือสื่อระหว่างบุคคล เนื่องจากในการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว จากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีการพูดคุยระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับสื่อ

✓ นายทนายาท กิตติกุล (2540) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย : กรณีศึกษา คนไทยที่กำลังเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ จากผลการทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไป

ท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ไม่ว่าจะเป็นส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าการท่องเที่ยว ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางเทคโนโลยี ค่านิยม กลุ่มอ้างอิง ปัจจัยส่วนบุคคล ประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ แรงจูงใจ ความเชื่อและทัศนคติ และบุคลิกภาพ ปัจจัยทั้งหมดนี้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ซึ่งผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงแผนงานในการสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดังนี้

เนื่องจากสินค้าด้านการท่องเที่ยว เป็นสินค้านามธรรมที่ไม่สามารถมองเห็นได้ การขายสินค้าทางการท่องเที่ยวจึงเป็นการขายความคาดหวังที่จะได้รับความรู้สึกทางใจ เมื่อได้บริโภคสินค้าแล้วทำให้ผู้ซื้อมีความยากลำบากในการตัดสินใจ ดังนั้นผู้เป็นเจ้าของสินค้าทางการท่องเที่ยวต้องพยายามควบคุมสินค้าทางการท่องเที่ยว และราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยวให้เป็นจริง ตามที่ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ นอกจากนี้ ควรมีการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของสินค้าการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ซึ่งเป็นหนทางหนึ่งที่สามารถสร้างความเชื่อมั่น และเป็นหลักประกันทางด้านคุณภาพของสินค้าการท่องเที่ยว การนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้ซื้อสามารถติดต่อ และเข้าถึงแหล่งที่ขายสินค้าทางการท่องเที่ยวได้สะดวก ตลอดจนการใช้แรงจูงใจต่างๆ กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว ด้วยการใช้สื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง แต่สามารถสร้างการรับรู้ได้จากเสียง ภาพ สี สรรค์ และการเคลื่อนไหว โดยจะทำให้ผู้บริโภคสามารถจินตนาการสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ชัดเจนขึ้น การใช้กลยุทธ์การลดราคาค่าบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว เพื่อดึงดูดให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้น ไม่อาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรายการท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทยได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้จ่ายเงินค่อนข้างสูง ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ค่อนข้างดี มีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 2 ครั้ง และมีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง นอกจากนี้กลุ่มคนไทยในครอบครัวมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนในครอบครัวมีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าการท่องเที่ยว ผู้เป็นเจ้าของสินค้าการท่องเที่ยวควรมีการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ของผู้บริโภคสินค้าการท่องเที่ยวของตน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มคนในครอบครัว ซึ่งมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวของคนไทย สำหรับผลการวิจัยเกี่ยวกับค่านิยมพบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ซึ่งค่านิยมดังกล่าวประกอบด้วย ค่านิยมในการไปซื้อสินค้าของที่ระลึกเมื่อไปเที่ยวต่างประเทศ และค่านิยมในการไปท่องเที่ยวประเทศที่อยู่ในความสนใจของคนทั่วไป นอกจากนี้ในด้านบุคลิกภาพยังพบว่า บุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย โดยมีบุคลิกภาพอยู่ 2 ประการ คือ ลักษณะส่วนบุคคลที่ชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้สะดวก และลักษณะส่วนบุคคลที่ชอบพักในที่พักที่มีมาตรฐานและอยู่ใกล้กับแหล่งช้อปปิ้งและ/หรือร้านอาหาร ซึ่งลักษณะส่วนบุคคลทั้ง 2 ประการ แสดงให้เห็นว่าคนไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบความสะดวกสบาย

✓ กัลยา สมมาตรย์ (2541) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายทะเลซึ่งเป็นแหล่งธรรมชาติ รองลงมาคือการคมนาคมขนส่ง ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายขึ้น รวมทั้งความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น และมักเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากภูมิลำเนามากนัก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

การพักผ่อน รองลงมาคือเยี่ยมญาติ และลักษณะของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่วนใหญ่ เลือกสิ่งสนใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน คือเลือกชายหาด การคมนาคมขนส่งสะดวก และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดในจังหวัดเพชรบุรี พบว่าปัจจัยที่เป็นสิ่งสนใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายหาดซึ่งเป็นแหล่งธรรมชาติ รองลงมาคือการคมนาคมขนส่ง ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายขึ้น และสิ่งสนใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายหาดที่สะอาด สวยงาม รวมทั้งความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่าสื่อบุคคลมีความสำคัญมากที่สุด ในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี

นางสาวณัฐกานต์ โรจนุตมะ (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวได้คือ เน้นในการเพิ่มอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจากพบว่า นักท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่ครอบครัวมีรายได้สูงจะมีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งค่อนข้างมากในทางบวก การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุค่อนข้างมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวสูง จะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครได้ นอกจากนี้การส่งเสริมค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งโดยการพิจารณากลุ่มอาชีพ พบว่าควรเลือกกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพอยู่ในกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มแม่บ้าน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวสูง

ปวีณา โทณแก้ว (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย จากการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและช่วยกระตุ้นภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันได้พบว่า ระดับรายได้มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายหลักว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมีหลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอย่างไร และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับต่ำ หรือระดับปานกลางมีหลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อให้การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวตรงตามหลักเกณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น อายุของนักท่องเที่ยวยังมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละกลุ่มช่วงอายุต่างก็มีหลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวต่างกัน ดังนั้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงควรกำหนดแนวทางในการส่งเสริม ให้ตรงตามหลักเกณฑ์ของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มช่วงอายุ ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เหมาะสม สำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิง และจูงใจนักท่องเที่ยวเพศหญิงให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เนื่องจากเพศหญิงจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชายควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพแม่บ้าน/ทำงานในครอบครัวเป็นหลัก เนื่องจากกลุ่มอาชีพดังกล่าว มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าอาชีพอื่น ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่าย และค่าบริการสินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวราคาต่ำให้กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำ เนื่องจากนักท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นผู้มีรายได้น้อย หรือยังไม่มีรายได้เป็นของ

ตัวเอง ส่วนผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูง ควรมีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงประจักษ์สัมมนาเชิงวิชาการ หรือการศึกษาดูงานให้เพิ่มขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาจะมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด โดยคำนึงถึงความสวยงามของสภาพแวดล้อม ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย และความสะดวกในการเดินทาง ดังนั้นในการวางแผนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรมุ่งเน้นการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชาชนกลุ่มเป้าหมายสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,710,547 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลสถิติของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย และสำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร ข้อมูล ณ เดือน พฤศจิกายน 2544 ได้แบ่งเขตกรุงเทพมหานครเป็น 50 เขต

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสุ่มเลือก ในขั้นนี้จะใช้สูตรอย่างง่าย ในการคำนวณ ดังนี้ (ดร.วิเชียร เกตุสิงห์, 2541)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย

- | | |
|---|--|
| n | คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |
| N | คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,710,547 คน (สถิติจำนวนราษฎร ณ เดือนพฤศจิกายน 2544) |
| e | คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้และในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าความผิดพลาดของการเก็บข้อมูล (ค่า E) ไว้ร้อยละ 5 จะได้ว่า |

$$n = \frac{5,710,547}{1 + (5,710,547)(0.05)^2}$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่าง = 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการสุ่มตัวอย่างจากพื้นที่จำนวน 50 เขต ใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 1 เขต ได้พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 5 เขต คือ

- 1. เขตสัมพันธวงศ์
- 2. เขตปทุมวัน
- 3. เขตธนบุรี
- 4. เขตบางกอกน้อย
- 5. เขตจตุจักร

โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่อาศัยอยู่ใน 5 เขตของพื้นที่ที่ศึกษา จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากนั้นใช้วิธีการจัดสรรส่วนโดยใช้ความสะดวก (Convenience sampling) เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน และจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 1 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เขตในกรุงเทพมหานคร	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
เขตสัมพันธวงศ์	36,906	80
เขตปทุมวัน	139,271	80
เขตธนบุรี	181,219	80
เขตบางกอกน้อย	157,617	80
เขตจตุจักร	170,583	80
รวม	685,596	400 คน

ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 เขตนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในแต่ละเขตจนได้จำนวนประชากรครบตามจำนวนที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการสร้างโดยผู้วิจัยเป็นผู้สร้างเอง โดยแบ่งออกเป็นขั้นตอนเป็น 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่1. เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนา มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด

ตอนที่ 2. เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่งเทียวของผู้ตอบแบบสอบ โดยมีรูปแบบคำถามดังนี้

คำถามที่มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice Question)

คำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question)

ตอนที่ 3. เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงการใช้ปัจจัยทางด้านการท่งเทียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่งเทียวภายในประเทศ ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัด Likert Scale มี 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยนั้นมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยนั้นมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีการใช้ปัจจัยนั้นปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยนั้นน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีการใช้ปัจจัยนั้นน้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยทางด้านการท่งเทียว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1. แบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และข้อมูลส่วนตัวมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 2. แบบสอบถามพฤติกรรมทางท่งเทียว มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด และให้เลือก 2 ทาง

ส่วนที่ 3. แบบสอบถามการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมทางท่งเทียว ลักษณะเป็นคำถามเป็นมาตรวัด แบบ Likert Scale

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้ความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้

5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้กับนักท่งเทียวชาวไทยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อนำไปหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126) และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ของการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ทำการเก็บข้อมูลเบื้องต้น (Exploratory) จากกลุ่มตัวอย่างโดยการนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วจำนวน 30 ชุด ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม สำหรับนำมาปรับแนวทางในการวิจัย การออกแบบสอบถาม และนำมาปรับปรุงข้อบกพร่องในการใช้ภาษาให้อ่านเข้าใจและชัดเจนยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการเก็บข้อมูลโดยผู้ช่วยของผู้วิจัย ที่ได้รับการชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้ได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ รายละเอียดของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูล ช่วงระยะเวลาในการเก็บรวบรวมตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม - 13 สิงหาคม 2545

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS / For Windows.
2. คำนวณข้อมูลทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ มาคิดเป็นค่าร้อยละ
3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย
4. ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับสเกลวัดความสำคัญตามแนวคิดของ Likert (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 167) ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่าการใช้ปัจจัยนั้นมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่าการใช้ปัจจัยนั้นมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่าการใช้ปัจจัยนั้นปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่าการใช้ปัจจัยนั้นน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่าการใช้ปัจจัยนั้นน้อยที่สุด

5. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ใช้ค่าสถิติคือ t-test โดยใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 - 2 ของปัจจัยด้านเพศ และสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศที่แตกต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

6. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ค่าสถิติ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) โดยใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2-7 ของปัจจัยทางด้าน อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา คือ

6.1 อายุ ที่แตกต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

6.2 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

6.3 รายได้ที่แตกต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

6.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

6.5 ภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)

สูตรค่าเฉลี่ย / มัชฌิมเลขาคณิต (Arithmetic mean) หรือ $\bar{X}$

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

$\bar{X}$ = คะแนนเฉลี่ยหรือค่าเฉลี่ย

$\sum x$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 40)

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

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

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

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \frac{1 - \sum S_i^2}{\sum S_i^2}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

S_i^2 แทน ผลรวมของความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

2.2 หาค่าอำนาจจำแนก (วิเชียร เกตุสิงห์ . 2541 : 90)

$$t = \frac{\bar{X}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S_H^2 + S_L^2}{n_L}}}$$

เมื่อ t คือ ค่าที่จะใช้ตัดสินว่าข้อคำถามนั้นมีอำนาจจำแนกอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้หรือไม่ (เกณฑ์ที่นิยมใช้คือ ค่า t ที่มากกว่า 1.75)

X_H, X_L คือ ค่าเฉลี่ยที่ได้จากกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ (เฉพาะข้อนั้น)

S_H^2, S_L^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนจากกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ

n_H, n_L คือ จำนวนผู้ตอบในกลุ่มสูงและต่ำ ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้

3.1 ค่า T-Test เพื่อ ทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ)ที่แตกต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน โดยใช้สูตร Independent T-Test ณ. ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 (ล้วน สายยศ. 2538 : 134) ดังนี้

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

เมื่อ	t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	X ₁	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	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

3.2 ค่า ANOVA (one way Analysis of Variance) ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ(ยกเว้นเพศ) โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 :249)

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

เมื่อ	F	แทนค่าแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	MS _b	แทนความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS _w	แทนความแปรปรวนภายในกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ 3 ตอน และเพื่อให้เกิดความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรในการวิเคราะห์ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ตอน

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการใช้ปัจจัยทางการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคโดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของประชาชน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนา

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	229	57.30
หญิง	171	42.80
รวม	400	101.00
2. อายุ		
15 - 24 ปี	136	34.00
25 - 34 ปี	108	27.00
35 -44 ปี	84	21.00
45 ปีขึ้นไป	72	18.00
รวม	400	100.00
3. สถานภาพสมรส		
โสด	229	57.30
สมรส	171	42.80
รวม	400	101.00
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	174	43.50
ปริญญาตรี	171	42.80
สูงกว่าปริญญาตรี	55	13.80
รวม	400	100.10
5. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	87	21.80
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	184	46.00
พนักงานบริษัทเอกชน	129	32.30
รวม	400	100.10

ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. รายได้ / เดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	156	39.00
10,000 - 20,000 บาท	114	28.50
20,000 บาทขึ้นไป	130	32.60
รวม	400	100.10
7. ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา		
กรุงเทพมหานคร	196	49.00
ภาคกลาง	82	20.50
ภาคเหนือ	35	8.80
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	29	7.30
ภาคใต้	32	8.00
ภาคตะวันออก	26	6.50
รวม	400	100.10

จากตาราง 2 พบว่า ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน เป็นเพศชาย มากกว่า เพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 15 - 24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่า ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ในระดับน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนมากมี ถิ่นที่อยู่ ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผล ดังตาราง 5

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ความถี่ในการเดินทางภายในประเทศต่อปี		
1 - 3 ครั้ง	196	49.00
4 - 6 ครั้ง	112	28.00
มากกว่า 6 ครั้ง	92	23.00
รวม	400	100.00
2. เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยวิธีใดมากที่สุด		
ทางรถยนต์	354	88.50
ทางเรือ	7	1.80
ทางรถไฟ	20	5.00
ทางเครื่องบิน	19	4.80
รวม	400	100.10
3. วิธีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ		
ไปด้วยตนเอง	122	30.50
ไปกับหน่วยงานหรือองค์กร	26	6.50
ไปกับสถานศึกษา	17	4.30
ไปกับครอบครัว	231	57.80
ไปกับบริษัทนำเที่ยว	4	1.00
รวม	400	100.10
4. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ		
หยุดพักผ่อน	331	82.8
ประชุม / สัมมนา / ราชการ	13	3.3
เยี่ยมญาติ	39	9.8
ธุรกิจ	8	2.0
การศึกษา	9	2.3
รวม	400	100.20

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อำนาจตัดสินใจในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ		
ตัดสินใจด้วยตนเอง หรือมีส่วนร่วม	367	91.80
ไม่ได้ตัดสินใจเอง	33	8.30
รวม	400	100.10
6. มีการวางแผนล่วงหน้าในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ		
มี	312	78.00
ไม่มี	88	22.00
รวม	400	100.00
7. การหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ		
โฆษณาทางสิ่งพิมพ์ / โทรทัศน์ / วิทยุ	190	47.50
งานเทศกาลเกี่ยวกับการเที่ยวเมืองไทย	61	15.30
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	76	19.00
บริษัทนำเที่ยว	5	1.30
อื่นๆ	68	17.00
รวม	400	100.10
8. ระยะเวลาพำนักระหว่างครั้งในการท่องเที่ยวภายในประเทศ		
1 - 3 วัน	339	84.80
4 - 6 วัน	53	13.30
มากกว่า 1 สัปดาห์	8	2.00
รวม	400	100.10
9. ช่วงเวลาที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ		
มีนาคม - มิถุนายน	87	21.80
กรกฎาคม - ตุลาคม	22	5.50
พฤศจิกายน - กุมภาพันธ์	80	20.00
ตลอดทั้งปี	211	52.80
รวม	400	100.10

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10. ภูมิภาคที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศ		
ภาคเหนือ	142	35.5
ภาคกลาง	46	11.5
ภาคตะวันออก	113	28.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14	3.5
ภาคใต้	77	19.3
ภาคตะวันตก	8	2.0
รวม	400	100

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการเดินทางภายในประเทศ 1 - 3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางโดยทางรถยนต์ โดยเดินทางไปกับครอบครัว วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน ส่วนมากตัดสินใจเดินทางด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า โดยหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศทางโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ / โทรทัศน์ / วิทยุ มีระยะเวลาพำนักระหว่างครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 1 - 3 วัน ช่วงเวลาที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ ชอบเดินทางตลอดทั้งปี และภูมิภาคที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ ภาคเหนือ รองลงมาคือภาคกลาง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 6 ด้าน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว และความปลอดภัย

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประเด็นพิจารณา	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.58	.65	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.95	.63	มาก
โครงสร้างพื้นฐาน	4.02	.72	มาก
สินค้าของที่ระลึก	3.56	.75	มาก
การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.54	.68	มาก
ความปลอดภัย	4.17	.80	มาก
รวม	3.80	.51	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ

ทรัพยากรการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย
1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	4.45	.74	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนาที่น่าสนใจ	3.52	.97	มาก
3. ศิลปวัฒนธรรมงานประเพณี และกิจกรรมต่างๆ ในท้องถิ่นที่น่าสนใจ	3.46	1.00	ปานกลาง
4. สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิง	3.18	1.19	ปานกลาง
5. การจัดงานเทศกาลต่างๆของแต่ละจังหวัด	3.31	1.06	ปานกลาง
รวม	3.58	.65	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่ประชาชนใช้มากที่สุดคือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดีและศาสนา ส่วนข้ออื่นๆ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปานกลาง

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ

สิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย
1. มีพาหนะหลายประเภทเข้าถึงได้	4.07	.89	มาก
2. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย	4.20	.84	มาก
3. ที่พักแรมหาง่าย	4.17	.83	มาก
4. การบริการด้านข่าวสารเกี่ยวกับการจองที่พัก	3.74	.98	มาก
5. มีที่พักระดับต่างๆให้เลือก	3.78	1.03	มาก
6. ความสะอาดของที่พัก	4.14	.88	มาก
7. มีร้านอาหารให้เลือกหลายชนิด	3.94	.93	มาก
8. อาหารสะอาด ถูกหลักอนามัย	4.08	.86	มาก
9. มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	3.53	1.11	มาก
10. การบริการที่พักได้มาตรฐาน	3.83	.99	มาก
11. ที่พักและสินค้ามีราคาที่เหมาะสม	4.06	.90	มาก
12. เจ้าหน้าที่หรือคนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยดี	3.91	.95	มาก
รวม	3.95	.63	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

โครงสร้างพื้นฐาน	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย
1. มีความสะดวกในด้านสาธารณูปโภค	3.99	.85	มาก
2. ถนนหนทาง และระบบการจราจรที่ดี	4.06	.86	มาก
3. ระบบสื่อสารที่ทันสมัย	3.88	.88	มาก
4. มีน้ำประปาที่สะอาดและเพียงพอ	4.16	.81	มาก
รวม	4.02	.72	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสินค้าของที่ระลึก

สินค้าของที่ระลึก	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย
1. คุณภาพดี	3.52	1.00	มาก
2. ราคาเหมาะสม	3.76	.99	มาก
3. การใช้วัสดุพื้นบ้าน	3.53	.93	มาก
4. สินค้ามีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ	3.62	1.00	มาก
5. การบรรจุหีบห่อสวยงาม	3.30	.95	ปานกลาง
6. ร้านค้าของที่ระลึกจัดอยู่ในย่านที่นักท่องเที่ยวหาซื้อได้สะดวก	3.56	.93	มาก
7. มีสินค้าของที่ระลึกให้เลือกหลากหลาย	3.64	.91	มาก
รวม	3.56	.75	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่ประชาชนใช้ปานกลางคือ การบรรจุหีบห่อสวยงาม ส่วนข้ออื่นๆผู้บริโภคใช้มาก

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย
1. หนังสือพิมพ์	3.45	1.06	มาก
2. นิตยสาร	3.55	1.01	มาก
3. แผ่นพับ / ป้ายโฆษณา	3.34	1.03	ปานกลาง
4. เว็บไซต์ / อินเทอร์เน็ต	3.32	1.20	ปานกลาง
5. การจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	3.45	1.07	ปานกลาง
6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.59	1.05	มาก
7. การแนะนำจากบุคคลที่เคยไป	4.07	.92	มาก
รวม	3.54	.70	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีการใช้ปัจจัยในระดับปานกลาง 3 ข้อ คือ แผ่นพับ / ป้ายโฆษณา และเว็บไซต์ / อินเทอร์เน็ต และการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย

ความปลอดภัย	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย
1. มาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว	4.28	.83	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4.34	.83	มาก
3. มีศูนย์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เมื่อเกิดปัญหาขึ้นขณะท่องเที่ยว	4.08	.93	มาก
4. มีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	4.06	.98	มาก
5. มีตำรวจท่องเที่ยวให้ความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	4.07	1.05	มาก
รวม	4.17	.80	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านความปลอดภัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศทางทั้ง 6 ด้าน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว และ ความปลอดภัย จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่ ภูมิสำเนา ดังแสดงในตาราง 11 – 29

4.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ประชาชนที่เพศต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยทางการท่องเที่ยวของประชาชนที่มีเพศต่างกัน

ประเด็นการพิจารณาปัจจัย ทางการท่องเที่ยว	ชาย N=229		หญิง N=171		t	p
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S		
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.59	.65	3.57	.65	.26	.79
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.80	.65	4.16	.54	-5.91**	.00
โครงสร้างพื้นฐาน	3.90	.74	4.19	.66	-4.25**	.00
สินค้าของที่ระลึก	3.48	.78	3.67	.71	-2.62**	.01
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูล การท่องเที่ยว	3.47	.71	3.63	.67	-2.38**	.01
ความปลอดภัย	4.02	.87	4.36	.65	-4.36**	.00
รวม	3.69	.52	3.93	.44	-4.87**	.00

จากตาราง 11 พบว่า ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้ปัจจัยทางการท่องเที่ยวโดยรวม และรายด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ส่วนด้านอื่นๆใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวของประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน

ประเด็น พิจารณา	15-24 ปี			25-34 ปี			35-44 ปี			54 ปีขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S	การใช้ ปัจจัย	$\bar{X}$	S	การใช้ ปัจจัย	$\bar{X}$	S	การใช้ ปัจจัย	$\bar{X}$	S	การใช้ ปัจจัย
1. ทรัพยากร การท่องเที่ยว	3.73	.60	มาก	3.59	.70	มาก	3.46	.64	มาก	3.44	.60	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	3.98	.64	มาก	4.07	.53	มาก	3.89	.68	มาก	3.79	.67	มาก
3. โครงสร้าง พื้นฐาน	4.02	.72	มาก	4.14	.71	มาก	3.97	.75	มาก	3.92	.70	มาก
4. สินค้าของ ของที่ระลึก	3.67	.75	มาก	3.64	.72	มาก	3.44	.76	มาก	3.38	.76	มาก
5. การรับรู้ ข่าวสาร	3.58	.64	มาก	3.74	.56	มาก	3.50	.75	มาก	3.19	.79	มาก
6.ความ ปลอดภัย	4.23	.78	มาก	4.26	.72	มาก	4.13	.80	มาก	3.95	.93	มาก
รวม	3.86	.48	มาก	3.91	.43	มาก	3.73	.55	มาก	3.60	.55	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกันใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของ
ประชาชนที่มีอายุต่างกัน

แหล่งของความแปรปรวน		Df	SS	MS	F	P
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3	5.71	1.90	4.64**	.00
	ภายในกลุ่ม	396	162.42	.41		
	รวม	399	168.14			
สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	3.79	1.26	3.21*	.02
	ภายในกลุ่ม	396	155.53	.39		
	รวม	399	159.31			
โครงสร้างพื้นฐาน	ระหว่างกลุ่ม	3	2.66	.89	1.71	.16
	ภายในกลุ่ม	396	204.79	.52		
	รวม	399	207.45			
สินค้าของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	3	5.712	1.90	3.42*	.02
	ภายในกลุ่ม	396	220.49	.56		
	รวม	399	226.20			
การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	3	13.19	4.40	9.65**	.00
	ภายในกลุ่ม	396	180.53	.46		
	รวม	399	193.72			
ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	3	4.79	1.60	2.52	.06
	ภายในกลุ่ม	396	251.36	.63		
	รวม	399	256.15			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	4.95	1.65	6.62**	.00
	ภายในกลุ่ม	396	98.72	.25		
	รวม	399	103.67			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการพิจารณาการใช้ปัจจัยโดยรวม และรายด้าน ทรัพยากรการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในด้านอื่น ๆ ใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าประชาชนที่มีอายุต่างกันมีการพิจารณาการใช้ปัจจัยแตกต่างกันระหว่างคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ โดยวิธีของ LSD ปรากฏผลดังตาราง 14

ตาราง14 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้าน
ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และด้านรวม จำแนกตามอายุ
เป็นรายคู่

$\bar{X}$		อายุ			
อายุ	ทรัพยากร การท่องเที่ยว	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป
		3.73	3.60	3.46	3.44
15 - 24 ปี	3.73	-	.14	.27*	.29*
25 - 34 ปี	3.59	-	-	.13	.16
35 - 44 ปี	3.46	-	-	-	.26
45 ปีขึ้นไป	3.44	-	-	-	-

$\bar{X}$		อายุ			
อายุ	สิ่งอำนวยความสะดวก	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป
		3.98	4.07	3.89	3.79
15 - 24 ปี	3.98	-	.84	.96	.19*
25 - 34 ปี	4.07	-	-	.18*	.28**
35 - 44 ปี	3.89	-	-	-	.96
45 ปีขึ้นไป	3.79	-	-	-	-

$\bar{X}$		อายุ			
อายุ	สินค้าของที่ระลึก	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป
		3.67	3.64	3.44	3.38
15 - 24 ปี	3.67	-	.30	.22*	.29**
25 - 34 ปี	3.64	-	-	.19	.26*
35 - 44 ปี	3.44	-	-	-	.61
45 ปีขึ้นไป	3.38	-	-	-	-

ตาราง 14 (ต่อ)

อายุ	$\bar{X}$	อายุ			
	การรับรู้ข่าวสารข้อมูล	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป
		3.58	3.73	3.50	3.19
15 - 24 ปี	3.58	-	.15	.80	.39**
25 - 34 ปี	3.73	-	-	.23**	.54**
35 - 44 ปี	3.50	-	-	-	.30**
45 ปีขึ้นไป	3.19	-	-	-	-

อายุ	$\bar{X}$	อายุ			
	ด้านรวม	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป
		3.86	3.91	3.73	3.60
15 - 24 ปี	3.86	-	.48	.13	.26**
25 - 34 ปี	3.91	-	-	.18**	.30**
35 - 44 ปี	3.73	-	-	-	.12
45 ปีขึ้นไป	3.60	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01
* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์การใช้ปัจจัยรายคู่ของประชาชน พบว่า

- ด้านทรัพยากรการทองเทียว พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 15 - 24 ปีใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการทองเทียว มากกว่าประชาชนที่มีอายุ 25 34 ปี 35 -44 ปี 45ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนรายคู่ด้านอื่นๆ ใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 15 - 24 และ 25 - 34 ปีใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าประชาชนที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนรายคู่ด้านอื่นๆ ใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
- ด้านสินค้าของที่ระลึก พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 15 - 24 ปี ใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกมากกว่าประชาชนที่มีอายุ 34 - 44 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และใช้มากกว่าประชาชนที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รวมทั้งประชาชนที่มีอายุ 25 - 34 ปีใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึก มากกว่าประชาชนที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่ด้านอื่นๆ ใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
- ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 15 - 24 ปี 25 - 34 ปี และ 35 - 44 ปีใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่าประชาชนที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนรายคู่ด้านอื่นๆ ใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ด้านรวม พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 15 - 24 ปีใช้ปัจจัยทางด้านรวมมากกว่าประชาชนที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป และประชาชนที่มีอายุ 25 - 34 ปีใช้ปัจจัยด้านรวมมากกว่าประชาชนที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 45 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนรายคู่ด้านอื่นๆ ใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ประชาชนที่มีสถานภาพต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวของประชาชน ที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน

ประเด็นการพิจารณา การใช้ปัจจัย	โสด N = 229		สมรส N = 171		t	P
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S		
1.ทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.67	.64	3.47	.64	2.97**	.00
2.สิ่งอำนวยความสะดวก	4.00	.61	3.90	.66	1.66	.09
3. โครงสร้างพื้นฐาน	4.02	.75	4.02	.68	.02	.98
4. สินค้าของที่ระลึก	3.61	.75	3.50	.75	1.48	.14
5. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.64	.63	3.40	.76	3.30**	.00
6. ความปลอดภัย	4.20	.77	4.12	.84	.94	.35
รวม	3.85	.48	3.73	.54	2.47**	.01

จากตาราง 15 พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพ โสด สมรส ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายข้อ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยทางด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ของประชาชนที่มีการศึกษาแตกต่างกัน

ประเด็นการพิจารณา การใช้ปัจจัย	ต่ำกว่าปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ ปัจจัย	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ ปัจจัย	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ ปัจจัย
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.51	.59	มาก	3.57	.68	มาก	3.84	.70	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.83	.59	มาก	4.02	.70	มาก	4.14	.41	มาก
โครงสร้างพื้นฐาน	3.88	.70	มาก	4.07	.73	มาก	4.35	.64	มาก
สินค้าของที่ระลึก	3.53	.71	มาก	3.59	.82	มาก	3.57	.68	มาก
การรับรู้ข่าวสารข้อมูล	3.36	.65	มาก	3.59	.71	มาก	3.92	.59	มาก
ความปลอดภัย	4.08	.86	มาก	4.22	.77	มาก	4.27	.66	มาก
รวม	3.69	.46	มาก	3.84	.55	มาก	4.00	.43	มาก

จากตาราง 16 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของ
ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	4.48	2.24	5.44**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	163.65	.41		
	รวม	399	168.14			
สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	5.47	2.73	7.06**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	153.84	.39		
	รวม	399	159.31			
โครงสร้างพื้นฐาน	ระหว่างกลุ่ม	2	10.04	5.02	10.10**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	197.40	.50		
	รวม	399	207.45			
สินค้าของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	2	.28	.14	.24	.78
	ภายในกลุ่ม	397	225.92	.57		
	รวม	399	226.20			
การรับรู้ข่าวสารข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	2	13.65	6.82	15.05**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	180.07	.45		
	รวม	399	193.72			
ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2	2.21	1.11	1.73	.18
	ภายในกลุ่ม	397	253.94	.64		
	รวม	399	256.15			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	4.57	2.28	9.15**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	99.10	.25		
	รวม	399	103.67			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวม และรายชื่อ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการพิจารณาการใช้ปัจจัยแตกต่างกันระหว่างคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ โดยวิธีของ LSD ปรากฏผลดังตาราง 18

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และด้านรวม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
	ทรัพยากรการท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.51	ปริญญาตรี 3.57	สูงกว่าปริญญาตรี 3.84
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.51	-	.59	.33**
2. ปริญญาตรี	3.57	-	-	.27**
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.84	-	-	-

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
	สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก	ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.83	ปริญญาตรี 4.02	สูงกว่าปริญญาตรี 4.14
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.83	-	.19**	.31**
2. ปริญญาตรี	4.02	-	-	.12
3. สูงกว่าปริญญาตรี	4.14	-	-	-

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
	โครงสร้างพื้นฐาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.88	ปริญญาตรี 4.07	สูงกว่าปริญญาตรี 4.35
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.88	-	.19**	.48**
2. ปริญญาตรี	4.07	-	-	.29**
3. สูงกว่าปริญญาตรี	4.35	-	-	-

ตาราง 18 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
	การรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.36	3.59	3.92
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.36	-	.22**	.55**
2. ปริญญาตรี	3.59	-	-	.33**
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.92	-	-	-

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
	โดยรวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.69	3.84	4.00
4. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.69	-	.15**	.31**
5. ปริญญาตรี	3.84	-	-	.16*
6. สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	-	-	-

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์การใช้ปัจจัยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

- ด้านทรัพยากรการทองเที่ยว พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการทองเที่ยวมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนรายคู่อื่นๆ ใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนรายคู่อื่นๆ ใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
- ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รวมทั้งประชาชนที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนรายคู่อื่นๆ ใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
- ด้านการรับรู้ข่าวสารข้อมูล พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ใช้ปัจจัยทางการรับรู้ข่าวสารข้อมูลมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี รวมทั้งประชาชนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ใช้ปัจจัยทางการรับรู้ข่าวสารข้อมูลมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ส่วนรายคู่อื่นๆ ใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ด้านรวม พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ใช้ปัจจัยโดยรวมมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รวมทั้งประชาชนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ใช้ปัจจัยด้านรวมมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ภายในประเทศ ของประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันโดยรวมและรายด้าน

ประเด็นพิจารณา	นักเรียน			ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ			พนักงานบริษัทเอกชน		
	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.83	.69	มาก	3.56	.56	มาก	3.44	.69	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวก	4.20	.61	มาก	3.78	.59	มาก	4.03	.64	มาก
โครงสร้างพื้นฐาน	4.20	.75	มาก	3.89	.69	มาก	4.10	.71	มาก
สินค้าของที่ระลึก	3.74	.77	มาก	3.54	.71	มาก	3.47	.78	ปานกลาง
การรับรู้ข่าวสาร	3.73	.62	มาก	3.40	.69	ปานกลาง	3.60	.71	มาก
ความปลอดภัย	4.44	.69	มาก	4.01	.84	มาก	4.20	.76	มาก
รวม	4.02	.45	มาก	3.68	.50	มาก	3.81	.51	มาก

จากตาราง 19 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ประชาชนใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านสินค้าของที่ระลึก พนักงานบริษัทเอกชนใช้ปานกลาง ด้านการรับรู้ข่าวสารประชาชนที่มีอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้ปานกลาง

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ของ
ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน

แหล่งของความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	7.97	3.99	9.88**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	160.16	.40		
	รวม	399	168.14			
สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	11.82	5.91	15.91**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	147.49	.37		
	รวม	399	159.31			
โครงสร้างพื้นฐาน	ระหว่างกลุ่ม	2	6.57	3.28	6.49**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	200.88	.51		
	รวม	399	207.45			
สินค้าของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	2	3.89	1.95	3.48*	.03
	ภายในกลุ่ม	397	222.31	.56		
	รวม	399	226.20			
การรับรู้ข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	2	7.07	3.53	7.52**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	186.65	.47		
	รวม	399	193.72			
ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2	11.22	5.61	9.10**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	244.93	.62		
	รวม	399	256.15			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	6.76	3.38	13.85**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	96.91	.24		
	รวม	399	103.67			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ยกเว้นด้านสินค้าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ามีนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีการพิจารณาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแตกต่างกันระหว่างคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ โดยวิธีของ LSD ปรากฏผลดังตาราง 21

ตาราง 21 การทดสอบความแตกต่างการพิจารณาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และด้านรวม จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ		
	ทรัพยากร การท่องเที่ยว	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน
		3.83	3.56	3.44
นักเรียน / นักศึกษา	3.83	-	.26**	.39**
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.56	-	-	.12
พนักงานบริษัทเอกชน	3.44	-	-	-

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ		
	สิ่งอำนวยความสะดวก	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน
		4. 20	3.78	4.04
นักเรียน / นักศึกษา	4.20	-	.42**	.16
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.78	-	-	.26**
พนักงานบริษัทเอกชน	4.04	-	-	-

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ		
	โครงสร้างพื้นฐาน	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน
		4.20	3.89	4.10
นักเรียน / นักศึกษา	4.20	-	.31**	.10
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.89	-	-	.20**
พนักงานบริษัทเอกชน	4.10	-	-	-

ตาราง 21 (ต่อ)

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ		
	สินค้าของที่ระลึก	นักเรียนนักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน
		3.74	3.54	3.47
นักเรียน / นักศึกษา	3.74	-	.20**	.27*
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.54	-	-	.62
พนักงานบริษัทเอกชน	3.47	-	-	-

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ		
	การรับรู้ข่าวสาร	นักเรียนนักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน
		3.73	3.40	3.60
นักเรียน / นักศึกษา	3.73	-	.33**	.13
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.40	-	-	.20*
พนักงานบริษัทเอกชน	3.60	-	-	-

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ		
	ความปลอดภัย	นักเรียนนักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน
		4.44	4.01	4.20
นักเรียน / นักศึกษา	4.44	-	.43**	.24*
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.01	-	-	.18*
พนักงานบริษัทเอกชน	4.20	-	-	-

ตาราง 21 (ต่อ)

อาชีพ	X	อาชีพ		
	ด้านรวม	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท เอกชน
		4.02	3.68	3.81
นักเรียน / นักศึกษา	4.02	-	.33**	.20**
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.68	-	-	.13*
พนักงานบริษัทเอกชน	3.81	-	-	-

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์การใช้ปัจจัยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นรายคู่พบว่า

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ประชาชนที่ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนคู่อื่นๆใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ประชาชนที่ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน ใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนคู่อื่นๆใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า ประชาชนที่ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน ใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน มากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนคู่อื่นๆใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
4. ด้านสินค้าของที่ระลึก พบว่า ประชาชนที่ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกมากกว่า ประชาชนที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนคู่อื่นๆใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
5. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า ประชาชนที่ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รวมทั้งประชาชนที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนคู่อื่นๆใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. ด้านความปลอดภัย พบว่า ประชาชนที่ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ใช้ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย มากกว่ามากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนประชาชนที่ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ใช้ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย มากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และประชาชนที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนใช้ปัจจัยมากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนอื่นๆใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ด้านรวม พบว่า ประชาชนที่ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ใช้ปัจจัยทางด้านรวม มากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนประชาชนที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ใช้ปัจจัยทางด้านรวมมากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอื่นๆใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวของประชาชน ที่มีรายได้ ต่างกัน

ประเด็นการ พิจารณา การใช้ปัจจัย	น้อยกว่า 10,000 บาท			10,001 - 20,000 บาท			20,000 บาทขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S	การใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	S	การใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	S	การใช้ปัจจัย
ทรัพยากรการ ท่องเที่ยว	3.69	.60	มาก	3.41	.62	ปานกลาง	3.60	.70	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.97	.60	มาก	3.92	.70	มาก	3.96	.60	มาก
โครงสร้าง พื้นฐาน	4.04	.70	มาก	3.94	.73	มาก	4.08	.74	มาก
สินค้าของที่ ระลึก	3.71	.72	มาก	3.51	.73	มาก	3.42	.78	ปานกลาง
การรับรู้ข่าว สารข้อมูล	3.56	.67	มาก	3.38	.63	มาก	3.63	.76	มาก
ความปลอดภัย	4.25	.73	มาก	4.03	.91	มาก	4.18	.77	มาก
รวม	3.86	.46	มาก	3.70	.55	มาก	3.80	.52	มาก

จากตาราง 22 พบว่าประชาชนทุกกลุ่มรายได้ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายต้นพบว่าประชาชนใช้ในระดับมาก ยกเว้นประชาชนที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ใช้ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง และประชาชนที่มีรายได้ 20,00 บาทขึ้นไป ใช้ปัจจัยด้านสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบ การพิจารณาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ภายในประเทศของ ประชาชนที่มี รายได้ต่างกัน

แหล่งของความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	5.10	2.55	6.20**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	163.04	.41		
	รวม	399	168.14			
สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	.19	.93	.23	.79
	ภายในกลุ่ม	397	159.12	.40		
	รวม	399	159.31			
โครงสร้างพื้นฐาน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.15	.58	1.10	.33
	ภายในกลุ่ม	397	206.30	.52		
	รวม	399	207.45			
สินค้าของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	2	6.68	3.34	6.04**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	219.52	.55		
	รวม	399	226.20			
การรับรู้ข่าวสารข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	2	4.02	2.10	4.21**	.01
	ภายในกลุ่ม	397	189.70	.48		
	รวม	399	193.72			
ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2	3.20	1.60	2.51	.08
	ภายในกลุ่ม	397	252.95	.64		
	รวม	399	256.15			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.59	.80	3.10*	.04
	ภายในกลุ่ม	397	102.07	.26		
	รวม	399	103.67			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประชาชนใช้ปัจจัยในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01ส่วนในด้านอื่นๆ ประชาชนใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการพิจารณาการใช้ปัจจัยแตกต่างกันระหว่างคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ โดยวิธีของ LSD ปรากฏผลดังตาราง 23

ตาราง 23 การทดสอบความแตกต่าง ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และด้านรวม จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้ / เดือน	$\bar{X}$	รายได้ / เดือน		
	ทรัพยากรการท่องเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
		3.69	3.42	3.60
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.69	-	.28**	.90
10,001 - 20,000บาท	3.42	-	-	.19*
20,001 - 30,000 บาท	3.60	-	-	-

รายได้ / เดือน	$\bar{X}$	รายได้ / เดือน		
	สินค้าของที่ระลึก	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
		3.71	3.51	3.42
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.71	-	.21*	.29**
10,001 - 20,000บาท	3.51	-	-	.91
20,001 - 30,000 บาท	3.42	-	-	-

รายได้ / เดือน	$\bar{X}$	รายได้ / เดือน		
	การรับรู้ข่าวสารข้อมูล	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
		3.57	3.38	3.63
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.57	-	.18*	.65
10,001 - 20,000บาท	3.38	-	-	.25**
20,001 - 30,000 บาท	3.63	-	-	-

ตาราง 23 (ต่อ)

รายได้ / เดือน	$\bar{X}$	รายได้ / เดือน		
	ด้านรวม	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
		3.86	3.71	3.80
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.86	-	.16**	.60
10,001 - 20,000บาท	3.71	-	-	.95
20,001 - 30,000 บาท	3.80	-	-	-

** ที่ระดับนัยสำคัญ .01
* ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์การใช้ปัจจัยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นรายคู่ พบว่า

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ประชาชนที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมากกว่าประชาชนที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ยังพบว่า ประชาชนที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมากกว่าประชาชนที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
2. ด้านสินค้าของที่ระลึก พบว่า ประชาชนที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกมากกว่าประชาชนที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ยังพบว่า ประชาชนที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกมากกว่าประชาชนที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ด้านการรับรู้ข่าวสารข้อมูล พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ข่าวสารข้อมูลมากกว่าประชาชนที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนประชาชนประชาชนที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ใช้มากกว่าประชาชนที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
4. ด้านรวม พบว่า ประชาชนที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ใช้ปัจจัยทางด้านรวมมากกว่าประชาชนที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ประชาชนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวของประชาชน ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

ประเด็นพิจารณา	กรุงเทพมหานคร			ภาคกลาง			ภาคเหนือ			ภาคตะวันออก			ภาคใต้			ภาคตะวันออก		
	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	S	ระดับการใช้ปัจจัย
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.51	.64	มาก	3.59	.59	มาก	3.61	.67	มาก	3.68	.57	มาก	3.39	.72	ปานกลาง	4.16	.58	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.94	.60	มาก	3.94	.65	มาก	3.96	.73	มาก	4.02	.71	มาก	3.85	.77	มาก	4.12	.42	มาก
โครงสร้างพื้นฐาน	4.01	.71	มาก	3.99	.61	มาก	4.01	.83	มาก	4.15	.76	มาก	3.88	.89	มาก	4.26	.70	มาก
สินค้าของที่ระลึก	3.49	.78	ปานกลาง	3.56	.63	มาก	3.67	.76	มาก	3.82	.77	มาก	3.32	.89	มาก	3.95	.51	มาก
การรับรู้ข่าวสาร	3.46	.69	มาก	3.41	.60	มาก	3.76	.76	มาก	3.56	.62	มาก	3.66	.80	มาก	4.09	.54	มาก
ความปลอดภัย	4.11	.85	มาก	4.16	.82	มาก	4.20	.82	มาก	4.43	.57	มาก	4.16	.79	มาก	4.31	.56	มาก
รวม	3.75	.50	มาก	3.77	.46	มาก	3.87	.62	มาก	3.93	.53	มาก	3.71	.58	มาก	4.13	.26	มาก

จากตาราง 24 พบว่า ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนาต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ใช้ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวปานกลาง ส่วนประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยในด้านสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ของ
ประชาชนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

แหล่งของความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
ทรัพยากรการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	11.41	2.28	5.74**	.00
	ภายในกลุ่ม	394	156.72	.40		
	รวม	399	168.14			
สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5	1.206	.24	.60	.70
	ภายในกลุ่ม	394	158.11	.40		
	รวม	399	159.31			
โครงสร้างพื้นฐาน	ระหว่างกลุ่ม	5	2.620	.52	1.01	.41
	ภายในกลุ่ม	394	204.83	.52		
	รวม	399	207.45			
สินค้าของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	5	9.26	1.85	3.36**	.00
	ภายในกลุ่ม	394	216.94	.55		
	รวม	399	226.20			
การรับรู้ข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	5	12.64	2.53	5.50**	.00
	ภายในกลุ่ม	394	181.08	.46		
	รวม	399	193.72			
ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	5	3.32	.66	1.03	.40
	ภายในกลุ่ม	394	252.83	.64		
	รวม	399	256.15			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	4.18	.84	3.31**	.01
	ภายในกลุ่ม	394	99.49	.25		
	รวม	399	103.67			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 พบว่า ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนาต่างกันมีการพิจารณาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ส่วนในด้านอื่น ๆ มีการพิจารณาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนาต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก
ท่องเที่ยวแตกต่างกันระหว่างคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ โดยวิธีของ LSD
ปรากฏผลดังตาราง 26

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวใน ด้านทรัพยากร
การท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และด้านรวม จำแนกตามถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา
เป็นรายคู่

ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา	$\bar{X}$	ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา					
	ทรัพยากร การท่องเที่ยว	กรุงเทพมหานคร	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันออก
		3.51	3.60	3.61	3.68	3.39	4.17
กรุงเทพมหานคร	3.51	-	.80	.97	.16	.13	.65**
ภาคกลาง	3.60	-	-	.16	.87	.20	.57**
ภาคเหนือ	3.61	-	-	-	.73	.22	.55**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.68	-	-	-	-	.29	.48**
ภาคใต้	3.39	-	-	-	-	-	.78**
ภาคตะวันออก	4.17	-	-	-	-	-	-

ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา	$\bar{X}$	ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา					
	สินค้าของที่ ระลึก	กรุงเทพมหานคร	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันออก
		3.49	3.56	3.66	3.82	3.32	3.95
กรุงเทพมหานคร	3.49	-	.75	.18	.33*	.17	.46**
ภาคกลาง	3.56	-	-	.10	.25	.24	.38*
ภาคเหนือ	3.66	-	-	-	.15	.35	.28
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.82	-	-	-	-	.50**	.12
ภาคใต้	3.32	-	-	-	-	-	.63**
ภาคตะวันออก	3.95	-	-	-	-	-	-

ตาราง 26 (ต่อ)

ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา	$\bar{X}$	ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา					
	การรับรู้ข่าว สารเกี่ยวกับ ข้อมูลการ ท่องเที่ยว	กรุงเทพ มหานคร	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันออก
		3.46	3.40	3.75	3.55	3.65	4.09
กรุงเทพมหานคร	3.46	-	.52	.29*	.98	.19	.63**
ภาคกลาง	3.40	-	-	.34*	.15	.25	.68**
ภาคเหนือ	3.75	-	-	-	.19	.99	.33
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.55	-	-	-	-	1.00	.53**
ภาคใต้	3.65	-	-	-	-	-	.43*
ภาคตะวันออก	4.09	-	-	-	-	-	-

ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา	$\bar{X}$	ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา					
	โดยรวม	กรุงเทพ มหานคร	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันออก
		3.75	3.77	3.86	3.93	3.71	4.13
กรุงเทพมหานคร	3.75	-	.17	.11	.17	.47	.37**
ภาคกลาง	3.77	-	-	.94	.15	.64	.35**
ภาคเหนือ	3.86	-	-	-	.62	.15	.26*
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.93	-	-	-	-	.22	.20
ภาคใต้	3.70	-	-	-	-	-	.42**
ภาคตะวันออก	4.12	-	-	-	-	-	-

** ที่ระดับนัยสำคัญ .01

* ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์การใช้ปัจจัยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นรายคู่พบว่า

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมากกว่าประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนรายคู่อื่นๆ ใช้ปัจจัยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ด้านสินค้าของที่ระลึก พบว่า ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนาอยู่ในภาคตะวันออกใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึก มากกว่าประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร และประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนาอยู่ในภาคตะวันออกใช้มากกว่าประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนาอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกมากกว่าประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร และประชาชนที่มีภูมิสำเนาอยู่ในภาคตะวันออกใช้มากกว่าประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนาอยู่ในภาคกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายค่อื่นๆ ใช้ปัจจัยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือใช้มากกว่าประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง และประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกใช้มากกว่า ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ใช้ปัจจัยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ด้านรวม พบว่า ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนาอยู่ในภาคตะวันออกใช้ปัจจัยทางด้านรวมมากกว่าประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมากกว่าประชาชนประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิสำเนาอยู่ในภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ใช้ปัจจัยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาวงจรชีวิตและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายปรับปรุง และพัฒนางานด้านการจัดการตลาดนักท่องเที่ยวและสร้างสรรค์ค่านิยมให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศ มากกว่าการเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อไป

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวงจรชีวิตการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภค สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสาร และความปลอดภัย
3. เพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 7 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิฐานะ

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยวในการวางแผนการจูงใจและการวางกลยุทธ์ต่างๆที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนี้สามารถนำผลการวิจัยมาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานในการวิจัย

1. ประชาชนที่เพศต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ประชาชนที่สถานภาพต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

4. ประชาชนที่มีการศึกษาดังกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. ประชาชนที่มีรายได้ต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
7. ประชาชนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าวิจัย

ประชากร

ประชาชนกลุ่มเป้าหมายสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,710,547 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการสุ่มตัวอย่างจากพื้นที่จำนวน 50 เขตในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 1 เขต ได้พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 5 เขต คือ

1. เขตสัมพันธวงศ์
2. เขตปทุมวัน
3. เขตธนบุรี
4. เขตบางกอกน้อย
5. เขตจตุจักร

โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่อาศัยอยู่ใน 5 เขตของพื้นที่ที่ศึกษา จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากนั้นใช้วิธีการจัดสัดส่วนโดยใช้ความสะดวก (Convenience sampling) เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน และจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ไม่แตกต่างกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการสร้างโดยผู้วิจัยเป็นผู้สร้างเอง โดยแบ่งออกเป็นขั้นตอนเป็น 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1. เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนา มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด
- ตอนที่ 2. เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีรูปแบบคำถามดังนี้

คำถามที่มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice Question)

คำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question)

ตอนที่ 3. เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ลักษณะคำถามเป็นมาตราวัด Likert Scale มี 5 ระดับ คือ

- ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยนั้นมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยนั้นมาก
- ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีการใช้ปัจจัยนั้นปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยนั้นน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีการใช้ปัจจัยนั้นน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS / For Windows.
- คำนวณข้อมูลทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ มาคิดเป็นค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย
- ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย
- เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ใช้ค่าสถิติคือ t-test โดยใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 - 2 ของปัจจัยด้านเพศและสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศที่แตกต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ค่าสถิติ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) โดยใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 - 7

ผลการศึกษาค้นคว้า

จากการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสารข้อมูล และความปลอดภัย สรุปได้ดังนี้

- ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 15 - 34 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีและต่ำกว่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ในระดับน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 1 - 3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางโดย ทางรถยนต์ โดยนิยมเดินทางไปกับครอบครัว และเดินทางไปด้วยตนเองตามลำดับ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการ พักผ่อน มีอำนาจในการตัดสินใจด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม มีการวางแผนล่วงหน้าในการเดินทางท่องเที่ยว โดยหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ มีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยต่อครั้งในการเดินทาง 1 -3 วัน โดยชอบเดินทางท่องเที่ยวตลอดทั้งปี และภูมิภาคที่ชอบไปมากที่สุดคือ ภาคเหนือ รองลงมาคือภาคตะวันออก

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน มีดังนี้

3.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่ประชาชนใช้มากที่สุดคือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดีและศาสนา ส่วนข้ออื่นๆ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปานกลาง

3.2 สิ่งอำนวยความสะดวก ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

3.3 โครงสร้างพื้นฐาน ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

3.4 สินค้าของที่ระลึก ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่ประชาชนใช้ปานกลางคือ การบรรจุหีบห่อสวยงาม ส่วนข้ออื่นๆผู้บริโภคใช้มาก

3.5 การรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ภายในประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีการใช้ปัจจัยในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ แผ่นพับ / ป้ายโฆษณา และเว็บไซต์ / อินเทอร์เน็ต และการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.6 ความปลอดภัย ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านความปลอดภัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

4. การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

4.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวโดยรวม และรายด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ส่วนด้านอื่นๆใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการพิจารณาการใช้ปัจจัยโดยรวม และรายด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในด้านอื่น ๆ ใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.3 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่สถานภาพต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพโสด สมรส ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายข้อ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยทางด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

4.4 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวม และรายข้อ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นด้านสินค้าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

4.6 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการพิจารณาการใช้ปัจจัยในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนในด้านอื่น ๆ ประชาชนใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.7 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนาต่างกันมีการพิจารณาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้าน ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ส่วนในด้านอื่น ๆ มีการพิจารณาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาการพิจารณาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้าน พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่ประชาชนใช้มากคือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และศาสนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว.(2542: 113) ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความสวยงามของสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีที่ว่าด้วยปัจจัยดึงดูด L.E. Hudman. (1980) ซึ่งกล่าวว่าลักษณะทางภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวก ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยโดยรวม และรายข้ออยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สมมาตร. (2541: 121) ซึ่งทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่นั่น สิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ชายหาดที่สะอาดและสวยงาม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทายาท กิตติกุล.(2540: 81) ผลการวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพ พบว่าคนไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบความสะดวกสบายมากกว่าการท่องเที่ยวแบบโลดโผนผจญภัย ดังนั้นลักษณะสินค้าทางการท่องเที่ยวที่คนไทยชื่นชอบและตัดสินใจซื้อได้ง่ายนั้น จะต้องมัลักษณะที่มีความสะดวกสบาย และไม่มีความยุ่งยากในการบริโภค

1.3 โครงสร้างพื้นฐาน ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการใช้ปัจจัยรวมและรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ไทยเที่ยวไทย (www.tat.or.th การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ที่กล่าวว่าจะมีการปรับปรุงโครงข่ายคมนาคมในประเทศไทย ในด้านการแก้ไขปัญหาการจราจร ปรับปรุงระบบขนส่งมวลชน และปรับปรุงถนนในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

1.4 สินค้าของที่ระลึก ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่ประชาชนใช้ปานกลางคือ การบรรจุหีบห่อสวยงาม ส่วนข้ออื่นๆผู้บริโภคใช้มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทายาท กิตติกุล (2540: 77) ได้กล่าวว่าคนไทยที่ตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ มีค่านิยมในการซื้อสินค้าของที่ระลึกเมื่อไปต่างประเทศ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากพฤติกรรมของคนไทย ในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่อื่น เมื่อเดินทางกลับสู่ท้องถิ่นอันเป็นที่อยู่อาศัยประจำจะต้องมีการซื้อสินค้า ของฝาก และของที่ระลึกติดตัวมา ซึ่งพฤติกรรมเช่นนี้ ถือเป็นค่านิยมในวัฒนธรรมที่มีมาช้านาน

1.5 การรับรู้ข่าวสารข้อมูล ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีการใช้ปัจจัยในระดับปานกลาง 3 ข้อ คือ แผ่นพับ / ป้ายโฆษณา และเว็บไซต์ /

อินเทอร์เน็ต และการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวอาจเกิดจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนหนึ่งไม่มีคอมพิวเตอร์ใช้ หรือมีโอกาสใช้น้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริกาญจน์ ปรับโตวิทย์ (2539: 92 - 100) ซึ่งพบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว เพื่อน บุคคลในครอบครัว องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ เพราะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สมมาตร (2541: 123) ที่พบว่าข้อมูลข่าวสารที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว สื่อบุคคลมีความสำคัญที่สุด

1.6 ความปลอดภัย ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านความปลอดภัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก/ซึ่งสอดคล้องกับเอกสารจากกองวิชาการและการฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่าความปลอดภัยเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ โดยนักท่องเที่ยวจะนึกถึงความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ และมาตรการรักษาความปลอดภัยต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สมมาตร (2541: 120) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวชายทะเลในจังหวัดเพชรบุรี ปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจมากที่สุด คือ ชายทะเลซึ่งเป็นแหล่งทางธรรมชาติ รองลงมาคือการคมนาคมขนส่ง รวมทั้งความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

2. การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวของประชาชนที่มีเพศต่างกัน พบว่าประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ความปลอดภัย เพศหญิงใช้มากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าประชาชนเพศหญิงได้ให้ความสำคัญกับทรัพยากรการท่องเที่ยวมากกว่า และส่วนใหญ่ผู้หญิงจะเป็นผู้ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งเพศหญิงเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อนและรอบคอบ ดังนั้นเพศหญิงจึงมีการใช้ปัจจัยทางการท่องเที่ยวมากกว่า รวมทั้งในปัจจุบันเป็นยุคของข่าวสารข้อมูล ดังนั้นจึงทำให้การหาข่าวสารข้อมูลทำได้ง่าย

2.2 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวของประชาชนที่มีอายุต่างกัน พบว่าประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการพิจารณาการใช้ปัจจัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 15 - 24 ปี ใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และสินค้าของที่ระลึก มากกว่าประชาชนที่มีอายุ 25 34 ปี 35 -44 ปี 45ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าประชาชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี เป็นช่วงหนุ่มสาวที่ยังมีความต้องการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ตามที่ต่าง ๆ มากกว่าประชาชนในกลุ่มอื่น และปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจก็จะเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้คนหนุ่มสาวยังชอบซื้อสินค้าของที่ระลึกมากกว่าเพราะคนกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่ยังชอบการซื้อของขวัญงามๆ นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนที่มีอายุ 15 - 24 และ 25 - 34 ปีใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการรับรู้ข่าวสารมากกว่าประชาชนที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ในช่วงวัยดังกล่าวเป็นช่วงของวัยหนุ่มสาว และ

เป็นช่วงวัยทำงาน ซึ่งเป็นช่วงของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และเป็นช่วงวัยที่ชื่นชอบความสะดวกสบาย ส่วนประชาชนที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไปเป็นวัยที่เป็นผู้ใหญ่ซึ่งอาจไม่สนใจการท่องเที่ยวเหมือนประชาชนในกลุ่มอื่น

2.3 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางด้านทางด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพสมรสต่างกันพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ โสด สมรส ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนปัจจัยทางด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ของนักท่องเที่ยวนั้นถ้าเป็นคนโสดอาจชอบสถานท่องเที่ยวที่มีความบันเทิงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป แต่ถ้าเป็นคนที่มีครอบครัวแล้วอาจชอบแหล่งท่องเที่ยวที่สงบสวยงาม

2.4 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ของประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทายาท กิตติกุล (2540 : 81) พบว่าคนไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบความสะดวกสบาย ดังนั้นลักษณะสินค้าทางการท่องเที่ยวที่คนไทยชื่นชอบและตัดสินใจซื้อได้ง่าย ต้องมีลักษณะที่ความสะดวกสบายและไม่มีความยุ่งยากในการบริโภค นอกจากนี้ยังพบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องจากประชาชนในกลุ่มนี้เป็นผู้จบการศึกษาในระดับสูงจึงมีอำนาจใจการตัดสินใจ และเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางศิลปวัฒนธรรมต่งๆมากกว่าประชาชนในกลุ่มอื่นๆ

การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ของประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวโดยรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ยกเว้นด้านสินค้าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05 จากการวิจัยพบว่าประชาชนที่มีอาชีพพนักงานเรียนนักศึกษาใช้ปัจจัยสูงกว่าอาชีพอื่นในทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก นักเรียน นักศึกษา เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยรุ่นและวัยหนุ่มสาว ซึ่งมีเวลาและความสนใจเพียงพอในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น

2.6 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางด้านใช้ปัจจัยทางด้านทางด้านการท่องเที่ยว ของประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประชาชนใช้ปัจจัยในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนในด้านอื่นๆ

ประชาชนใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าผู้มีรายได้น้อยอาจไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากนัก เพราะข้อจำกัดในเรื่องรายได้ จึงพิจารณาในสถานที่ๆไปสะดวกและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว (2542: 112) โดยพบว่าระดับระดับรายได้มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวในทุกกลุ่มระดับรายได้จะคำนึงถึงความสวยงามและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกในการเดินทาง

2.7 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวของประชาชนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนาต่างกันมีการพิจารณาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ส่วนในด้านอื่น ๆ มีการพิจารณาการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จาก การวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกใช้ปัจจัยทางด้านการทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่นๆ สาเหตุ อาจเป็นเพราะว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ทางภาคตะวันออกเป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่แล้ว ดังนั้นคนที่ถิ่นที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่ในภาคนี้ ถ้าต้องการไปท่องเที่ยวยังภูมิภาคอื่นๆ จึงจำเป็นต้องใช้ปัจจัยอื่นๆมาช่วยมากเพื่อเป็นการเปรียบเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ใน ภูมิภาคของตนเอง

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ประชาชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ชอบเดินทางท่องเที่ยวตลอดทั้งปี และส่วนใหญ่ชอบภาคเหนือ ดังนั้นจึงควรมีการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคเหนือ เพราะเป็นภาคที่มีภูมิประเทศสวยงามและอากาศดี ดังนั้นจึงควรมีการชักชวนบรรณรักษ์ให้ช่วยกันอนุรักษ์ไว้ให้สวยงามตลอดไป

2. จากการวิจัย พบว่า ประชาชนใช้ปัจจัยทางการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้วิจัย เห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านจะต้องให้ความสนใจและดูแลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้เป็นไปตามความต้องการของ ประชาชน และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

2.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ประชาชนใช้ปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นควรมี การ ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้สวยงามตลอดเวลา รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เพื่อจะได้ช่วยดึงดูดให้คนไทยเที่ยวเมืองไทย

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก ประชาชนใช้ปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆควรให้ความร่วมมือในการดูแล เกี่ยวกับความสะอาดของที่พัก และการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้ประทับใจและไปเยือนต่อไป

2.3 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ประชาชนใช้ปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เจ้าหน้าที่ และนัก ท่องเที่ยวต้องช่วยกันดูแลสาธารณูปโภคที่มีอยู่ให้ใช้งานได้ดีอยู่เสมอ ทั้งนี้ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ยังขาด

สาธารณูปโภคพื้นฐานอยู่ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ของรัฐควรช่วยกันดูแลตรวจสอบให้เพียงพอ เพราะเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจมากเช่นกัน

2.4 สินค้าของที่ระลึก ประชาชนใช้ปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ควรมีการผลิตให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการออกแบบหีบห่อให้ดูสวยงาม เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น และเป็นไปได้ควรใช้วัสดุที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้ซื้อเก็บไว้เป็นที่ระลึกได้

2.5 การรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประชาชนใช้ปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้เข้าถึงคนทุกกลุ่ม มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปตามสื่อต่างๆอย่างทั่วถึง ซึ่งในปัจจุบันก็ได้พยายามทำอยู่ เช่น มีการโปรโมทเกี่ยวกับการเที่ยวเมืองไทยไปได้ทุกเดือน เป็นต้น

2.6 ความปลอดภัย ประชาชนใช้ปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ควรมีการจัดเจ้าหน้าที่ ที่จะดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง เนื่องจากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในปัจจุบันพิจารณาปัจจัยในด้านนี้มากเพราะบางแห่งก็ยังขาดเจ้าหน้าที่ที่จะเข้าไปดูแล

3. จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า

3.1 ประชาชนที่มีเพศและสถานภาพต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
ดังนั้น

3.1.1 ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงและ
สนใจนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะจากการวิจัยพบว่า ประชาชนที่เป็น
เพศหญิงใช้ปัจจัยทางการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย

3.1.2 ควรมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับคนที่มีสถานภาพโสด
เพราะคนโสดใช้ปัจจัยทางการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีสถานภาพสมรส

3.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ดังนั้นควรมีการ
จัด กิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับประชาชนที่มีอายุ 15 - 24 ปี โดยเน้นที่ความสวยงามทาง
ธรรมชาติ ความสะดวก เพราะประชาชนกลุ่มนี้ใช้ปัจจัยทางด้านนี้มากกว่าประชาชนในกลุ่มอายุอื่นๆ อีกทั้ง
ควรมีการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงคนกลุ่มนี้ด้วย และประชาชนกลุ่มนี้ยังใช้ปัจจัยทางด้านสินค้า
ของที่ระลึกมาก ดังนั้น ควรมีการออกแบบ ให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของประชาชนในกลุ่มนี้

3.3 ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและรายด้านต่างกัน ดังนั้นจึงควร
พัฒนาและปรับปรุงทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน การรับรู้ข้อมูล
ข่าวสาร และโดยรวม โดยให้ความสนใจกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เนื่องจากผู้
มีการศึกษาในกลุ่มนี้มีการใช้ปัจจัยทางด้านเหล่านี้มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี

3.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและรายด้านต่างกัน ดังนั้นควรมีการ
พัฒนาและปรับปรุงปัจจัยทางการท่องเที่ยวในด้านรวมทุกด้าน ควรให้ความสนใจกับประชาชนที่เป็น
นักเรียน / นักศึกษา เพราะเป็นกลุ่มที่ใช้ปัจจัยในทุกด้านมากกว่าประชาชนในกลุ่มอื่นๆ โดยอาจมีการจัด
กิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา โดยร่วมมือกับทางโรงเรียนและสถาบันการศึกษา โดยมีราคาที่เหมาะสมกับ
นักเรียน / นักศึกษา คือราคาที่ไมแพงนักเพราะนักเรียน / นักศึกษายังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง

3.5 ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ดังนั้นควรมีการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเน้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และด้านรวม ให้กับประชาชนที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เพราะประชาชนในกลุ่มรายได้นี้ใช้ปัจจัยที่กล่าวมามากกว่าผู้มีรายได้ในกลุ่มอื่น โดยมีการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบประหยัด

3.6 ประชาชนที่อยู่ในภูมิภาคต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ควรมีการส่งเสริมทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และสินค้าของที่ระลึก ในภาคอื่นๆ ให้กับประชาชนที่มีภูมิภาคอยู่ในภาคตะวันออกทราบว่ามียะไรบ้างที่แตกต่างและน่าสนใจกว่าภูมิภาคของตนเอง อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้ประชาชนในภูมิภาคนี้ออกไปท่องเที่ยวยังภูมิภาคอื่นๆ และต้องทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงประชาชนในกลุ่มนี้ด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยทางด้านอื่น ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว เช่น ด้านเศรษฐกิจ
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ กับ ในจังหวัดอื่น
3. ศึกษาปัจจัยเปรียบเทียบที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศหรือ ต่างประเทศ
4. ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย
5. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการบริการข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
6. ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของประชาชนในภาคตะวันออก

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). กองสถิติและวิจัย สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคกลาง ปี2543. กรุงเทพฯ : ม.ป.ป.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). กองวิชาการและฝึกอบรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ม.ป.ป.

ดุษฎี ชุมสาย และณิพนธ์ พรหมโยธี. (2527). ปฐมบทวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์. (2544). รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา. ฉะเชิงเทรา : สถาบันราชภัฏราชนครินทร์.

นิตา ชัชกุล. (2542). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. ภูเก็ต : สถาบันราชภัฏภูเก็ต.

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นครปฐม : โรงพิมพ์สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : A. N. การพิมพ์.

ดร.วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ทนายท กิตติกุล. (2540). ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย : กรณีศึกษา คนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศไทย โดยผ่านทางด่านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บ.ธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.

✓ สิริกาญจน์ ปรับไฉนใจโย. (2539). การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ น.ศ.ม. (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

✓ ปวีณา โทนแก้ว. (2542). ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร

✓ กัลยา สมมาตร. (2541). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเล ในเขตจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ บ.ธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.

ณัฐกานต์ ไรจนุตมะ. (2542). ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศ.ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร

เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545)

Hudman, L.E. (1980). *Tourism : A Shining World*. Ohio : rid Inc.

McIntosh, Robert W. & Goeldner, Charles R. (1986). *Tourism principles, practices philosophies*.

New York : John Wiley & Sons Inc.

Mill, Robert Christie. (1990). *Tourism the International Business*. New Jersey : Prentice Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถาม

เรื่อง "พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร"

ส่วนที่1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ○ หน้าข้อความที่เป็นจริง

1. เพศ

☐ 1.1 ชาย

☐ 1.2 หญิง

2. อายุ

☐ 2.1 15-24 ปี

☐ 2.2 25-34 ปี

☐ 2.3 35-44 ปี

☐ 2.4 45 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

☐ 3.1 โสด

☐ 3.2 สมรส

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 4.2 ปริญญาตรี

☐ 4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ 5.1 นักเรียน / นักศึกษา

☐ 5.2 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

6. รายได้ / เดือน

☐ 6.1 น้อยกว่า 10,000 บาท

☐ 6.2 10,000 – 20,000 บาท

☐ 6.3 20,000 บาทขึ้นไป

7. ถิ่นที่อยู่ / ภูมิลำเนา

☐ 7.1 กรุงเทพมหานคร

☐ 7.2 ภาคกลาง

☐ 7.3 ภาคเหนือ

☐ 7.4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

☐ 7.5 ภาคใต้

☐ 7.6 ภาคตะวันออก

☐ 7.7 ภาคตะวันตก

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ○ หน้าข้อความที่เป็นจริง โดยเลือกตอบเพียง 1 ข้อ

1. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศต่อปี

☐ 1.1 1 - 3 ครั้ง	☐ 1.2 4-6 ครั้ง
☐ 1.3 มากกว่า 6 ครั้ง	
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยวิธีใดมากที่สุด

☐ 2.1 ทางรถยนต์	☐ 2.2 ทางเรือ
☐ 2.3 ทางรถไฟ	☐ 2.4 ทางเครื่องบิน
3. ส่วนมากท่านเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างไร

☐ 3.1 ไปด้วยตนเอง	☐ 3.2 ไปกับหน่วยงานหรือองค์กร
☐ 3.3 ไปกับสถานศึกษา	☐ 3.4 ไปกับครอบครัว
☐ 3.5 ไปกับบริษัทนำเที่ยว	
4. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

☐ 4.1 หยุดพักผ่อน	☐ 4.2 ประชุม / สัมมนา / ราชการ
☐ 4.3 เยี่ยมญาติ	☐ 4.4 ธุรกิจ
☐ 4.5 การศึกษา	☐ 4.6 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
5. ท่านมีอำนาจตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศหรือไม่

☐ 5.1 ตัดสินใจด้วยตนเอง หรือมีส่วนร่วม	☐ 5.2 ไม่ได้ตัดสินใจเอง
--	---
6. มีการวางแผนล่วงหน้าในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือไม่

☐ 6.1 มี	☐ 6.2 ไม่มี
------------------------------	---------------------------------
7. ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยวิธีใดมากที่สุด

☐ 7.1 โฆษณาทางสิ่งพิมพ์/ โทรทัศน์/ วิทยุ	☐ 7.2 งานเทศกาลเกี่ยวกับการเที่ยวเมืองไทย
☐ 7.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	☐ 7.4 บริษัทนำเที่ยว
☐ 7.5 อื่นๆ _____	
8. ระยะเวลาพำนักระหว่างครั้งในการท่องเที่ยวภายในประเทศ

☐ 8.1 1 - 3 วัน	☐ 8.2 4 - 6 วัน
☐ 8.3 มากกว่า 1 สัปดาห์	

9. ช่วงเวลาใดที่ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

☐ 9.1 มีนาคม - มิถุนายน

☐ 9.2 กรกฎาคม - ตุลาคม

☐ 9.3 พฤศจิกายน - กุมภาพันธ์

☐ 9.4 ตลอดทั้งปี

10. ภูมิภาคใดที่ท่านชอบเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด

☐ 10.1 ภาคเหนือ

☐ 10.2 ภาคกลาง

☐ 10.3 ภาคตะวันออก

☐ 10.4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

☐ 10.5 ภาคใต้

☐ 10.6 ภาคตะวันตก

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ประเด็นพิจารณา	การใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	ใช้มากที่สุด	ใช้มาก	ใช้ปานกลาง	ใช้น้อย	ใช้น้อยที่สุด
<u>ทรัพยากรการท่องเที่ยว</u> 1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนาที่น่าสนใจ 3. ศิลปวัฒนธรรม งานประเพณีและกิจกรรมต่างๆ ในท้องถิ่นที่น่าสนใจ 4. สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิง 5. การจัดงานเทศกาลต่างๆของแต่ละจังหวัด					
<u>สิ่งอำนวยความสะดวก</u> 6. มีพาหนะหลายประเภทเข้าถึงได้ 7. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย 8. ที่พักแรมหาง่าย 9. การบริการด้านข่าวสาร เกี่ยวกับการจองที่พัก 10. มีที่พักระดับต่างๆให้เลือก 11. ความสะอาดของที่พัก 12. มีร้านอาหารให้เลือกหลายชนิด 13. อาหารสะอาด ถูกหลักอนามัย 14. มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ 15. การบริการที่พักได้มาตรฐาน 16. ที่พักและสินค้ามีราคาที่เหมาะสม 17. เจ้าหน้าที่หรือคนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยดี					
<u>โครงสร้างพื้นฐาน</u> 18. มีความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน 19. ถนนหนทาง และระบบการจราจรที่ดี 20. ระบบสื่อสารที่ทันสมัย 21. มีน้ำประปาที่สะอาดและเพียงพอ					

ประเด็นพิจารณา	การใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	ใช้มากที่สุด	ใช้มาก	ใช้ปานกลาง	ใช้น้อย	ใช้น้อยที่สุด
<u>สินค้าของที่ระลึก</u> 22. คุณภาพดี 23. ราคาเหมาะสม 24. การใช้วัสดุพื้นบ้าน 25. สินค้ามีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ 26. การบรรจุหีบห่อสวยงาม 27. ร้านค้าของที่ระลึกจัดอยู่ในย่านที่นักท่องเที่ยวหาซื้อได้สะดวก 28. มีสินค้าของที่ระลึกให้เลือกหลากหลาย					
<u>การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวจาก</u> 29. หนังสือพิมพ์ 30. นิตยสาร 31. แผ่นพับ / ป้ายโฆษณา 32. เว็บไซต์ / อินเทอร์เน็ต 33. การจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว 34. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 35. การแนะนำจาก บุคคลที่เคยไป					
<u>ความปลอดภัย</u> 36. มาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว 37. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน 38. มีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหาขึ้นขณะท่องเที่ยว 39. มีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว 40. มีตำรวจท่องเที่ยวให้ความปลอดภัยอย่างทั่วถึง					

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ ญัฐยา ประดิษฐสุวรรณ	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ ผจงศักดิ์ หมวดสง	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ - สกุล	นางประสพพร พุ่มพวง
วัน เดือน ปีเกิด	24 กันยายน 2508
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ปี 2527 มัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนเบญจมราชานุสรณ์ จังหวัดนนทบุรี ปี 2533 บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการบริหารทั่วไป) จากมหาวิทยาลัย รามคำแหง ปี 2545 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด) จากมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ปี 2538 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท รีตเดอร์สไคเจสต์ (ประเทศไทย) จำกัด