

ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยว
ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว
กันยายน 2559

ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยว
ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร



ปริญญานิพนธ์
ของ
อมรินทร์ หัตถกิจ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว

กันยายน 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยว
ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว
กันยายน 2559

อมรินทร์ หัตถกิจ. (2559). ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยวของ
นักศึกษา สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร. ปรินญาณิพนธ์ศศ.ม.(การกีฬา นันทนาการ
และการท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา:
รองศาสตราจารย์ ดร.ภาคภูมิ รัตนโรจนากุล.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการ
ท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่
ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

ดำเนินการศึกษาเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา
วิทยาเขตชุมพร จำนวน 222 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายปัจจัยในการเข้าร่วม
กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า

นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 68.5 คณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 65.8 มี
ภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 75.7

ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว นักศึกษาส่วนใหญ่มีจุดประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน คิดเป็น
ร้อยละ 31.1 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบที่สุดคือการเที่ยวชายทะเล/ชายหาด คิดเป็นร้อยละ 38.3
ลักษณะการเดินทางนิยมไปกับคู่รัก คิดเป็นร้อยละ 33.8 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือรถยนต์ส่วนตัว คิด
เป็นร้อยละ 30.2 โดยจะใช้ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 41.4 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ย
ต่อครั้ง 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.1

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดย
เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.91 รองลงมาคือด้าน
สถานที่ คิดเป็นร้อยละ 3.83 ด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 3.81 ด้านลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 3.79
ด้านบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 3.71 ด้านส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3.67 และน้อยที่สุด คือ ด้าน
กระบวนการ คิดเป็นร้อยละ 3.62

THE FACTORS RELATED TO PARTICIPATION IN RECREATIONAL AND TOURIST ACTIVITIES
AMONG STUDENTS AT THE INSTITUTE OF PHYSICAL EDUCATION CHUMPHON



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Art Program in Sport, Leisure and Tourism
at Srinakharinwirot University
September 2016

AmarinHuttagit. (2016). **The Factors related to Participation in Recreational and Tourist Activities among Students at the Institute of Physical Education, Chumphon.** Master Thesis, M.A.(Sport,Leisure andTourism). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assoc.Prof.Dr. Parkpoom Ratanarajanakool.

The objective of this study was to study the factors related to participation in Recreational Tourism Activities amongst students at the Institute of Physical Education, Chumphon with regard to the Marketing mix of product, price, place, promotion, process, people and physical evidence.

This research used a survey questionnaire as a tool. The subjects were two hundred and twenty two students at the Institute of Physical Education Chumphon. The statistics used in this research included percentage, mean, and standard deviation to describe the personal factors in the recreation that activities they participated in.

The results were as follows :

The majority of the students were male (68.5%), and were enrolled in the Faculty of Education (65.8%) and were from the South of Thailand (75.7%)

With reference to their preferences, (31.1%) some students rested at home, (38.3%) going to the seaside/beach, (33.8%) couples spending time together, (30.2%) driving the car, (41.4%). The most popular time for recreational activities was on Saturday and Sunday, (35.1%) The average cost was from 1,001 to 2,000 Bath.

These factors affected overall travelling at a high level. The results of each aspect showed the highest scores with the product with the highest average (3.91%), followed by (3.83%), and then price (3.81%), physical evidence (3.79%), people (3.71%), promotion (3.67%) and minimal process (3.62%).

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ท่านรองศาสตราจารย์ ดร.ภาควงมิ รัตนโรจนากุล ประธานคณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่ได้ให้ความเมตตา สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา ควบคุมดูแลและแนะนำแนวทางในการศึกษา ค้นคว้า แก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนให้สาระความรู้ต่างๆ ในการจัดทำวิจัยฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.สุนทรดี นิ่มเนติพันธ์ ประธานในการสอบปริญญานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ กากแก้ว ซึ่งเป็นคณะกรรมการในการสอบปริญญานิพนธ์และให้ข้อเสนอแนะ ปรับปรุงแก้ไขอันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีรายนามดังต่อไปนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยโรจน์ สายพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกทวี พึ่งโพธิ์ทอง รองศาสตราจารย์มลิวัลย์ ผิวคราม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ อินพิรุต์ อาจารย์จิราภรณ์ ขาวศรี

ขอกราบขอบพระคุณคณะครู อาจารย์ ตลอดจนขอขอบคุณสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล รวมทั้งมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ให้โอกาสในการศึกษา กราบเท้าบิฑามารดา และขอบคุณครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจและสนับสนุนให้การศึกษาครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

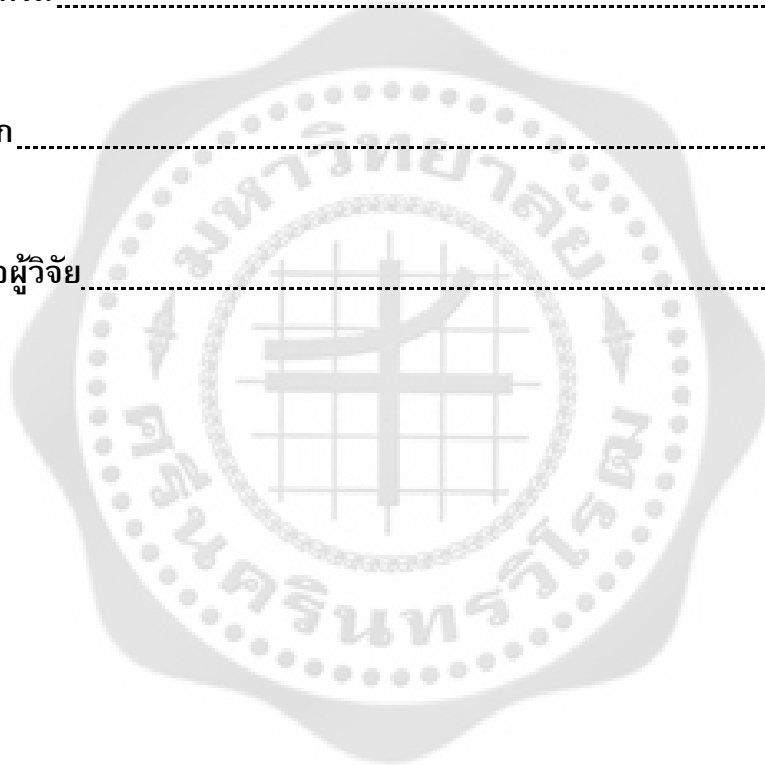
อมรินทร์ หัตถกิจ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการ	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	7
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว	13
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	14
การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว	19
แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว	30
สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร	31
จังหวัดชุมพร	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
3 วิธีดำเนินการวิจัย	41
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	41
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
การจัดกระทำการวิเคราะห์ข้อมูล	43
4 การวิเคราะห์ข้อมูล	45
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล	45
ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว	47
ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	59
สรุปผลการศึกษา	59
อภิปรายผล	59
ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	67
ประวัติย่อผู้วิจัย	76



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ.....	45
2 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามคณะวิชา.....	46
3 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามภูมิสำเนา.....	46
4 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามจุดประสงค์การท่องเที่ยว.....	47
5 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบที่สุด.....	48
6 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามลักษณะของการเดินทาง.....	48
7 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว.....	49
8 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว.....	49
9 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉลี่ยต่อครั้ง.....	50
10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยรวม	51
11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้านผลิตภัณฑ์.....	52
12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้านราคา.....	53
13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้านสถานที่.....	54
14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้านส่งเสริมการตลาด.....	55
15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้านกระบวนการ.....	56
16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้านบุคลากร.....	57
17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	58

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....

5



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สังคมในโลกยุคปัจจุบัน ผู้คนแสวงหาความสุขจากวัตถุมากขึ้น ก่อให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทั้งด้านอาชีพ การงาน เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง สังคมโลกมีแนวโน้มแข่งขันกันอย่างรุนแรง มีการแข่งขันสูง ประกอบกับในปัจจุบัน สิ่งแวดล้อมถูกทำลายลงอย่างต่อเนื่องจากน้ำมือมนุษย์ ทำให้เกิดการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ สภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง ปัญหาโลกร้อนจากสภาวะเรือนกระจก สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ล้วนมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของบุคคล ทำให้เกิดภาวะความเครียด เกิดโรคร้ายไข้เจ็บและก่อให้เกิดปัญหาสังคมรุนแรงมากขึ้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพคนไทย ทุกกลุ่มวัยให้มีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีระเบียบวินัย มีจิตสำนึกถึงวัฒนธรรมที่ดีงามและรู้คุณค่าความเป็นไทย มีโอกาส และสามารถเรียนรู้ตลอดชีวิต มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงและเป็นพลังทางสังคม ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และมีเป้าหมายต้องการให้คนไทยทุกคนมีคุณภาพเพิ่มขึ้น ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจและสติปัญญา มีสถาบันทางสังคมโดยเฉพาะสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา และชุมชนที่มีบทบาทในการบ่มเพาะและหล่อหลอมเด็ก เยาวชน คนไทยให้เป็นคนดี มีคุณธรรมและจริยธรรมอย่างเข้มแข็ง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2555: 43-44)

นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมที่ทำตามความสมัครใจในยามว่างเพื่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน และผ่อนคลายความตึงเครียด ทำให้เกิดการสำราญใจซึ่งหมายถึง กิจกรรมที่ทำให้เกิดความสนุกสนาน ความพึงพอใจแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งกระทำด้วยความสมัครใจ ไม่มีการบังคับ โดยใช้เวลารว่างจากภารกิจประจำวัน ทั้งนี้จะต้องไม่ผิดศีลธรรมประเพณี และการยอมรับของสังคมนั้นๆ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2538: 435) หรืออีกความหมายหนึ่งนั้น นันทนาการ ก็คือกิจกรรมต่างๆ ที่สร้างความสัมพันธ์กับสภาวะหรือสภาพแวดล้อมนั้นๆ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจและประสบการณ์ของแต่ละคน นันทนาการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงออกซึ่งความพึงพอใจตามความต้องการ จึงควรมีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเจริญงอกงามทั้งทางกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา

กิจกรรมนันทนาการจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่คนทุกคนพึงตัดสินใจกระทำ และมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตที่จะอยู่ได้เป็นปกติอย่างมีความสุข กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต สร้างความประทับใจในธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน และสังคมในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป การท่องเที่ยวส่งเสริมพัฒนาการด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา นอกจากนี้ การท่องเที่ยว ยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ ช่วย

กระจายรายได้ลงสู่ชนบทเป็นยุทธศาสตร์แนวทางหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ มีส่วนช่วยประเทศให้ฟื้นตัวจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ และเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษย์ที่มีต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมได้อย่างลึกซึ้ง

แมคคินทอช และโกลด์เนอร์ (สมบัติ กาญจนกิจ. 2544: 18; อ้างอิงจาก McIntosh; & Goeldner. n.d.) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่ง ที่มักหมายถึงที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ และองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourist Organization หรือ WTO) ได้ให้ความหมายว่าหมายถึงการเดินทางใดๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการคือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary)
2. เดินทางไปด้วยความสมัครใจ (Voluntary)
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจและนิยมเลือกกระทำในเวลาว่างหรือเวลาอิสระมากที่สุด เป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา การเมือง วิทยาศาสตร์การอนุรักษ์ธรรมชาติ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า กิจกรรมและกีฬากลางแจ้ง การบันเทิง การอาบน้ำแร่ และสัมผัสวัฒนธรรมชาติ สมุนไพร (สมบัติ กาญจนกิจ. 2544: 50) นับได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญยิ่งต่อสังคมและประเทศชาติ และยังเป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อชีวิต ช่วยสร้างให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีสุขภาพที่สมบูรณ์ แข็งแรง มีบุคลิกภาพที่ดี นอกจากนั้นยังส่งเสริมให้สังคมมีความเข้มแข็ง มีความสามัคคี เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่ม ชุมชน ท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศชาติ

ผู้วิจัย ในฐานะที่รับราชการอยู่ในจังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียง เรียกว่าเป็นประตูสู่ภาคใต้ มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ทั้งป่าไม้ ทะเล เกาะแก่งต่างๆ มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงามไม่ว่าจะเป็นชายหาดทุ่งวัวแล่น หาดทรายรี อ่าวทุ่งมะขาม เกาะง่ามน้อย งามใหญ่ ฯลฯ และยังเป็นสถานที่ตั้งของศาลพลเรือเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ที่ประชาชนชาวชุมพรให้ความเคารพ นอกจากนี้ยังมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิตซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว อาทิ การแข่งขันเรือยาว ขึ้นโขงชิงธง งานประเพณีไทยทรงดำ ชุมชนเกษตรบ้านคลองเรือ ชุมชนชาวประมงเกาะพิทักษ์ เป็นต้น

ดังนั้นจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ การท่องเที่ยว ของนักศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ซึ่งเป็นวัยหนุ่มสาว และจะเป็นกลุ่มคนทำงานที่สำคัญต่อไปในอนาคต และข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ยังสามารถเป็นประโยชน์ให้กับสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ในการจัดโปรแกรม

นันทนาการด้านการท่องเที่ยว ในสาขาวิชา นันทนาการและการท่องเที่ยวและสโมสรมักศึกษาสามารถนำมาใช้ ในการเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมต่างๆ รวมถึงเป็นประโยชน์กับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดชุมพร ศูนย์ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชุมพร รวมทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยวของ นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยว เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน พัฒนา เพื่อให้เกิดประโยชน์ และประสิทธิภาพ ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นและสามารถสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นและประเทศชาติต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ชั้นปีที่ 1-4 ทุกคณะวิชา และลงทะเบียนเรียน ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 524 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ชั้นปีที่ 1-4 ทุกคณะวิชา และลงทะเบียนเรียน ในปีการศึกษา 2558 ได้มาโดยการใช้ตารางเทียบขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 610) จากประชากรจำนวน 524 คน ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 222 คน โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

- 1.1 เพศ
- 1.2 คณะวิชา
- 1.3 ภูมิลำเนา

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยว

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ด้านการท่องเที่ยว ของนักศึกษา สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ในด้านต่างๆ ได้แก่

- 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์
- 1.2 ด้านราคา
- 1.3 ด้านสถานที่
- 1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด
- 1.5 ด้านบุคลากร
- 1.6 ด้านแรงจูงใจและสิ่งกระตุ้น
- 1.7 ด้านสังคม

2. นักศึกษาระดับปริญญาตรี หมายถึง ผู้ลงทะเบียนเรียนใน สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ปีการศึกษา 2558 ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1-4 ใน 3 คณะวิชา

3. คณะวิชา หมายถึง จำนวนคณะวิชาภายใน สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ประกอบด้วย

- 3.1 คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ (สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา)
- 3.2 คณะศึกษาศาสตร์ (สาขาวิชาพลศึกษา)
- 3.3 คณะศิลปศาสตร์ (สาขาวิชานันทนาการและการท่องเที่ยว)

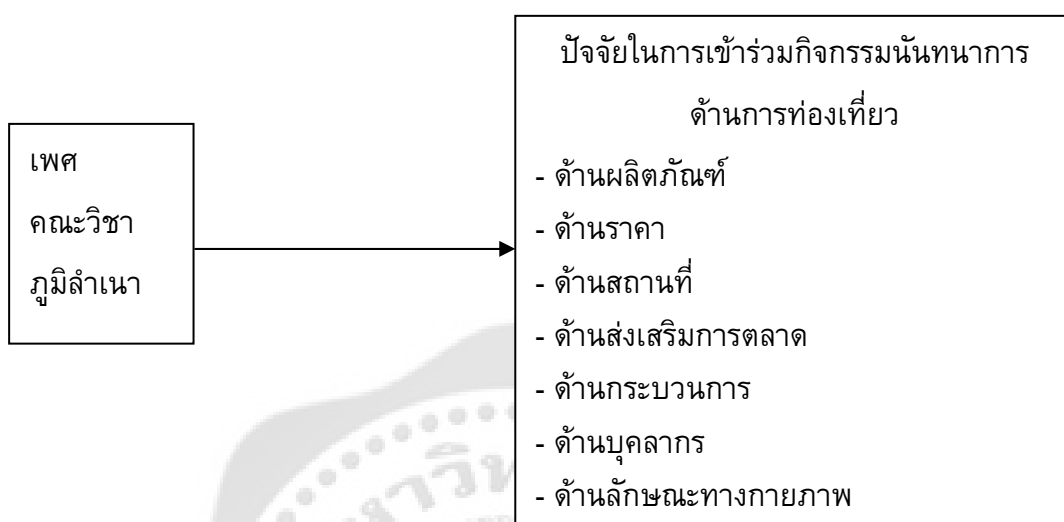
4. เพศ หมายถึง นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง

5. การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมนันทนาการประเภทหนึ่ง ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ เป็นการเดินทางจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง เป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อน หาความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์ และความสนุกสนานเพลิดเพลิน โดยกิจกรรมที่ทำนั้นไม่มุ่งหวังเพื่ออาชีพ และเป็นเรื่องของอารมณ์ที่ จะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เพื่อใช้ประกอบในการศึกษาค้นคว้างานวิจัย เรื่อง ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ การท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร โดยนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการ
2. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
5. การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว
6. แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว
7. สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร
8. จังหวัดชุมพร
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการ

นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมที่ทำตามความสมัครใจในยามว่าง เพื่อให้เกิดความ สนุกสนานเพลิดเพลิน และผ่อนคลายความตึงเครียด ทำให้เกิดการสำราญใจซึ่งหมายถึง กิจกรรม ที่ทำให้เกิดความสนุกสนาน ความพึงพอใจแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งกระทำด้วยความสมัครใจ ไม่มีการบังคับ โดยใช้เวลารว่างจากภารกิจประจำวัน ทั้งนี้จะต้องไม่ผิดศีลธรรมประเพณี และการ ยอมรับของสังคมนั้นๆ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2538: 435)

หรืออีกความหมายหนึ่งนั้น นันทนาการ ก็คือกิจกรรมต่างๆ ที่สร้างความสัมพันธ์กับ สภาวะหรือสภาพแวดล้อมนั้นๆ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจและประสบการณ์ของแต่ละคน นันทนาการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงออกซึ่งความพึงพอใจตามความต้องการ จึงควรมีกิจกรรม ที่ก่อให้เกิดความเจริญงอกงามทั้งทางกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา

การท่องเที่ยว (Tourism) นั้นถือเป็นนันทนาการประเภทหนึ่ง ความหมายกว้างขวาง มิ ได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง เรืองรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาความรู้ เพื่อการ กีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นภาพใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจทางการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก

ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว ในหลักการแล้วอาจจะกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary)
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary)
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้

กิจกรรมการท่องเที่ยวการศึกษา เป็นกิจกรรมที่สร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต สร้างความประทับใจ มีความซาบซึ้งในธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน และสังคมในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป การท่องเที่ยวส่งเสริมพัฒนาการด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา รวมทั้งบุคลิกภาพ การได้รับประสบการณ์ตรงจากแหล่ง นันทนาการนอกห้องเรียน เป็นการศึกษาธรรมชาติของชุมชนที่แท้จริง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวศึกษา ยังเป็นการช่วยพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจช่วยกระจายรายได้ลงสู่ชนบท และ เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างเพื่อนมนุษย์ที่มีต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ได้อย่างแน่นแฟ้น

แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร”

ปรีชา แดงโรจน์ (2544: 29) ได้อ้างอิงนิยามของการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติ ในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ได้แก่ การเดินทาง จุดหมายปลายทาง และ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

นิคม จารุมณี (2535: 1) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางใดๆ ที่เป็นการเดินทางที่อยู่ในเงื่อนไข 3 ประการ คือการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยัง สถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ มิได้ถูกบังคับ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม แต่มิใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

จากความหมายดังกล่าวพอจะสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของ มนุษย์ จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัย ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อไปพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษาการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

พระยอม ธรรมบุตร (2549: 1-3) (เอกสารประกอบการสอน สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยว เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมการขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักประเภทต่างๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่างๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร บาร์ สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

3. แหล่งท่องเที่ยว นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอมหรือการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมนันทนาการ นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวมิได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท่องเที่ยว การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ องค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ควรปรากฏอยู่บนระบบฐานข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 19-20) กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน และความบันเทิงเป็นการท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อเปลี่ยนสถานที่พักอาศัย ฯลฯ ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ทัศนียภาพ ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่าง เพื่อการพักผ่อนร่างกาย และสมองอาจรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่สามารถทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่ มักมีจุดประสงค์ ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่มานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือการแสดงต่างๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวประเภทนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรก เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย การท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือ การเดินป่าเพื่อดูนก ตกปลา หรือส่องสัตว์ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ซึ่งผู้ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนา มักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่ เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ต้องสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือโรงแรม และระบบการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษาดูงาน หรือวิจัยหรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยว เพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย จัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่รายได้ให้แก่ประเทศอีกอย่างหนึ่ง

ในขณะที่ ชิดจันทร์ หังสสูตร (2532: 8-9) แบ่งความมุ่งหวังของการเดินทางท่องเที่ยวออกเป็น 4 อย่าง คือ

1. มุ่งหวังในทางกายภาพ คือ มุ่งเดินทางเพื่อการพักผ่อนทางกาย การแสดงกีฬา กิจกรรม เพื่อความสนุกสนานริมหาด การพักผ่อนใจในในดัลลัส และด้านรักษาสุขภาพร่างกายโดยตรง อาจเป็นคำสั่งของแพทย์ หรือคำแนะนำและประโยชน์ของการรักษาตัว เช่น การอาบน้ำแร่เพื่อรักษา เป็นต้น

2. มุ่งหวังในทางศิลปวัฒนธรรม ผู้เดินทางต้องการจะหาความรู้เกี่ยวกับประเทศนั้นๆ เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดพื้นฐานบางประการ เช่น ความรู้ทางด้านดนตรี ศิลปะ นิทาน การเต้นรำ การเขียนภาพ ศาสนา และกิจกรรมวัฒนธรรม หรือประเพณีต่างๆ

3. มุ่งหวังในมิตรภาพ ผู้เดินทางประสงค์ที่จะเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ เพื่อหนีความจำเจ หนีไปจากครอบครัว และเพื่อนบ้านที่ยุงเหยิง หรือ เพื่อคบเพื่อนใหม่ๆ

4. มุ่งหวังทางฐานะและชื่อเสียงเกียรติศักดิ์ ต้องการพัฒนามุขกสิกรรมส่วนตัว เช่น การไปประชุม ไปธุรกิจ ไปศึกษาต่อ ไปเพื่อทำอะไรในยามว่าง ไปเพื่อศึกษาที่ได้รับปริญญาบัตร และสนใจในด้านอาชีพอื่นๆ เป็นเรื่องที่ต้องการจะเรียนรู้

ประเภทของการท่องเที่ยว

วรรณ วรชวานิช (2539: 17-18) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท ใหญ่ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ต้องอาศัยสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย การโฆษณา หรือ สิ่งจูงใจโดยเฉพาะ เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือ ศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ (International tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านขบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น พิธีการศุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ในภาษาต่างประเทศ และอาจจะต้องมี มัคคุเทศก์เป็นผู้นำในการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวต่างประเทศมักขึ้นอยู่กับขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่ มักมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสมากที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่นๆ หลายอย่างกว่าประเทศที่มีขนาดเล็ก แต่บางครั้งการเดินทางไกลๆ ก็อาจจะเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงก็ได้

ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ยศพล ณ นคร (2543: 9) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากถิ่นที่อยู่ประจำของตัวเองไปสู่สถานที่แห่งใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสนุกสนาน ทักษะศึกษา พักผ่อน หรือ การเยี่ยมเยียน และทำให้ผู้เดินทางเกิดความพอใจ โดยจะเกิดขึ้นในช่วงระหว่างเวลาว่างของผู้เดินทาง

ธีระวิทย์ พรายแย้ม (2545: 18) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราว เพื่อพักผ่อน หรือทำกิจกรรมอื่นๆ

ธิดารัตน์ คีรี (2548: 8) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่พักไปยังสถานที่แห่งใหม่ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ โดยการเดินทางต้องมีความสะดวกสบาย และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

นพรัตน์ อาจเอี่ยม (2551: 11) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง โดยจะออกจากพื้นที่ที่อาศัยอยู่เพื่อไปยังพื้นที่อื่นโดยอาจจะมิวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือหาประสบการณ์แปลกใหม่

สุรเชษฐ์ เชมฐมาส (2551: 11) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัย / ภูมิลำเนา ไปยังสถานที่อยู่ห่างไกล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบต่างๆ ของสถานที่ที่เดินทางผ่านไปหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เข้าไป หรือหาประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวันในภูมิลำเนาของตนเอง

สรุป การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากพื้นที่ อาจจะมีการค้างแรม หรือเดินทางไปกลับ อีกทั้งวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างอื่นๆ ที่ทำให้ต้องเดินทางออกจากพื้นที่ที่พักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน วัตถุประสงค์อาจจะมีทั้งเพื่อการพักผ่อน หรือหาประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับชีวิต

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

กัลยา สมมาตย์ (2541: 23-24) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง และถือว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้ ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวย่อมมีความสำคัญ และส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม การเมือง ดังต่อไปนี้

1. มาตรฐานการครองชีพดีขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ และกระจายโอกาสการจ้างงานไปสู่คนในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ทั้งทางตรง เช่น การจ้างงานบุคลากรในโรงแรม การขนส่ง บริการนำเที่ยว บริการให้เช่าสินค้าและบริการต่างๆ หรือทางอ้อม เช่น คนส่งหนังสือพิมพ์โรงแรม คนงานทอผ้า เกษตรกรผู้ผลิตอาหาร คนงานขนถ่าย พนักงานธนาคาร ฯลฯ บุคคลเหล่านี้เมื่อมีอาชีพ มีรายได้ ย่อมมีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นเพื่อการดำรงชีวิตที่ดีขึ้นได้

2. ความสะดวกสบายจากกิจการสาธารณูปโภคที่รัฐจัดทำขึ้น ในแหล่งท่องเที่ยว คนในท้องถิ่นย่อมได้รับประโยชน์จากกิจการน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และอื่นๆ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เหล่านี้ ย่อมส่งผลดีแก่สภาพความเป็นอยู่ที่ดีที่สะดวกสบายในท้องถิ่นได้ทั้งสิ้น

3. การเดินทางท่องเที่ยวจะช่วยให้เกิดสันติภาพแห่งมวลมนุษย สหประชาชาติได้เคยประกาศในปี ค.ศ. 1967 (พ.ศ. 2510) เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวสากลและกำหนดคำขวัญว่า การท่องเที่ยวเป็นหนทางไปสู่สันติภาพ (Tourism is a passport to peace) เพราะเมื่อมีการเดินทางไปยังท้องถิ่นต่างๆ ผู้คนมีโอกาสร่วมกิจกรรมกัน ได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ได้เห็น และมีโอกาสใช้ชีวิตความเป็นอยู่ขนบธรรมเนียมประเพณีร่วมกันและกัน ต่างฝ่ายต่างมีโอกาสถ่ายทอด และรับความรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน และนำกลับไปเผยแพร่ยังภูมิลำเนาของตน

4. การท่องเที่ยวชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากร นันทนาการ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่น ฯลฯ ของท้องถิ่น ทำให้เกิดความต้องการที่จะค้นคว้าอนุรักษ์ และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเอาไว้ได้

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา คือ ช่วยให้คนมีโลกทัศน์กว้าง ความรู้และประสบการณ์ที่พบเห็นด้วยตนเองมีประโยชน์ สามารถนำมาปรับใช้กับวิถีชีวิตในสังคมได้

6. การท่องเที่ยวจะช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าไปแออัดในเมืองหลวง เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่น ประกอบอาชีพรายย่อย หรือทำอุตสาหกรรมภายในครอบครัว เมื่อคนเหล่านี้มีงานทำ ย่อมไม่อพยพไปในเมืองหลวง ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมได้

7. ใช้ทรัพยากรไร้ค่าให้เกิดประโยชน์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นที่จะนำเอาทรัพยากรส่วนเกินหรือไร้ค่ามาประดิษฐ์คิดค้นเป็นของใช้ ของที่ระลึกในรูปของสินค้าพื้นเมืองจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เช่น เอาเปลือกหอยมาประดิษฐ์เป็นของประดับบ้าน ก่อให้เกิดรายได้และใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์เพิ่มคุณค่า

8. เกิดทัศนคติที่ดี ความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวจะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ ยามเมื่อมีโอกาสและช่องทางที่ให้ความช่วยเหลือ ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ตัดสินใจในด้านที่เป็นคุณได้

9. การท่องเที่ยวจะช่วยป้องกันการแทรกซึม บ่อนทำลายจากฝ่ายตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อสถานที่นั้นผู้คนมีงานทำมีความเป็นอยู่ที่ดี และมีคนพลุกพล่าน จะทำให้ผู้ก่อการร้ายไม่มีโอกาสโจมตีรัฐบาล

10. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเที่ยวจะต้องมั่นใจว่ามีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้น แหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้ แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ปิยะวดี หิริกมล (2545: 35-36) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ และเหตุการณ์ สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้าง แต่เหตุการณ์ที่ประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปสถานที่ที่รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานในการผลิต เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ สิ่งก่อสร้างอื่นๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก โรงพยาบาล ตลอดจนระบบการกำจัดของเสีย ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่กันไปกับแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง ซึ่งประกอบด้วยเส้นทางพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการ การขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคน และสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทาง หรือท่าลำเลียง

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชน แต่การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะอย่าง เช่น กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มผจญภัย กลุ่มนักวิชาการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ หรือปัจจัยพื้นฐานในการผลิตบางอย่างอาจมีความจำเป็นน้อย เพราะกลุ่มบุคคลดังกล่าวแล้วต้องการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติ และวัฒนธรรมเดิม การสร้างปัจจัยการผลิต และสิ่งอำนวยความสะดวก ถ้าปราศจากการวางแผนที่ดี ก็ย่อมกระทบต่อทรัพยากรท่องเที่ยว และเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่สิ่งมีชีวิตกระทำและบุคคลอื่นสามารถสังเกตได้ หรือใช้เครื่องมือวัดได้ นอกจากนี้พฤติกรรมมิได้มีความหมายเฉพาะแต่การแสดงออกทางด้านร่างกายภายนอกเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงกิจกรรมภายใน อันได้แก่ ความรู้สึกอยากด้วย (โสภา ชูพิกุลชัย. 2521: 1)

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของมนุษย์ไม่ว่าการกระทำนั้นจะเป็นการกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวและไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม การพูด การเดิน และการกระพริบตา การได้ยิน การเข้าใจ การรู้สึกโกรธ และการคิด ต่างก็เป็นพฤติกรรมทั้งนั้น (ชัยพร วิชาวุธ. 2523: 1)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติดหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูป รับประทานอาหาร เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคน ที่อาจจะคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกัน หรืออาจจะมาจากสิ่งแวดล้อมหรือประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น

แนวคิดแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว (สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ. 2545: 71) ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว หรือช่วงเวลาที่ยูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้
2. สิ่งกีดขวางความต้องการ คือ สิ่งต่างๆ ที่ทำให้ความต้องการถูกกระตุ้นไป หรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลง เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (รายได้ลดน้อยลง ค่าเงินที่เปลี่ยนแปลง) ปัจจัยทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ทัศนคติทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว)

3. สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม จากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขาย ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ ทักษะคิด และมองภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป

4. บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจ หรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยว นักศึกษา นักท่องเที่ยวหัวหน้าครอบครัว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix's) ซึ่งปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบของการวางแผนการตลาดในการทำการตลาดสินค้าหรือบริการใดๆ ก็ตามโดยมากแล้วหากเป็นสินค้าจะมีส่วนประสม 4 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) สำหรับการทำการตลาดธุรกิจท่องเที่ยว นั้น จะมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจะเพิ่มขึ้นมาอีก 3 ปัจจัย คือ บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ตามแนวความคิดของเพย์น (Payne, 1993: 35) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย (2545: 4) กล่าวถึง ความหมายของผลิตภัณฑ์ (Product) ว่า หมายถึง สินค้า บริการและแนวคิดที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการ และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว การบริการของโรงแรม สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547: 14) ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ว่า หมายถึง สินค้า (Goods) และบริการ (Service) ที่ธุรกิจพัฒนาและผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (2548: 73) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นตัวแปรตัวแรกของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญที่สุดที่จะต้องนำมาพิจารณาก่อน โดยการเลือกผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย เพื่อสะดวกในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตัวอื่นๆ ให้สัมพันธ์กัน

วุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ (2553 ก, กรกฎาคม 23) ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดๆ ที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดให้ได้รับความพึงพอใจ ดังนั้น จากความหมายนี้ ผลิตภัณฑ์ จึงมีความหมายที่กว้างครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคได้ โดยครอบคลุมถึงสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. สินค้า (Goods) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนจับต้องได้ เช่น รองเท้า อาหาร ยารักษาโรค โทรศัพท์
2. บริการ (Service) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ เช่น การตัดผม การชมคอนเสิร์ต
3. บุคคล (Person) เช่น นักกีฬาที่มีชื่อเสียง ดารา นักร้อง นักการเมือง
4. สถานที่ (Place) เป็นสถานที่ที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคในแง่ใดแง่หนึ่งได้ เช่น เพื่อการพักผ่อน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เช่น พระราชวัง อุทยานประวัติศาสตร์ เกาะภูเก็ต เขาใหญ่ ถนนข้าวสาร เป็นต้น
5. แนวความคิด (Idea) เป็นแนวความคิดที่สามารถเป็นที่ยอมรับได้ของผู้บริโภค (ประชาชน) เช่น นโยบายพรรคการเมือง การรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ การรณรงค์ความประหยัด

จากความหมายต่างๆ ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้พึงพอใจสูงสุด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ มีมูลค่าในสายตาของผู้บริโภค จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ดังนั้นจึงถือว่า ธุรกิจจะขายผลประโยชน์ในตัวผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ขายตัวผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว

2. ราคา (Price)

ขุนารถ รัตนสุวงศ์ชัย (2545: 4) กล่าวถึง ความหมายของราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับคุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมักจะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว และตามอุปสงค์หรือพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว

จิตยาพร เสมอใจ (2546: 67) กล่าวว่า ราคาหมายถึง ตัวกำหนดความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นตัวกำหนดขอบเขต และอัตราในการแลกเปลี่ยนระหว่างลูกค้าและธุรกิจผู้ขาย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (2548: 74) กล่าวถึง ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการในรูปแบบของเงินตรา แม้ว่าผลิตภัณฑ์และราคาจะถูกพัฒนาอย่างถูกต้องตามความต้องการของตลาดเป้าหมายแล้วก็ตาม ไม่ได้หมายความว่าผลิตภัณฑ์จะขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ราคาจะเป็นตัวแปรที่สำคัญตัวหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าสนใจและยอมรับในผลิตภัณฑ์นั้น อย่างไรก็ตามการกำหนดราคาจะต้องให้ถูกต้องและยุติธรรมโดยคำนึงถึงต้นทุน ลักษณะการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย หากลูกค้าไม่ยอมรับราคาเมื่อใด แผนงานที่กำหนดไว้อาจล้มเหลวและนำไปปฏิบัติไม่ได้ ราคาที่เหมาะสมจะเป็นตัวผลักดันผลิตภัณฑ์ให้ออกสู่ตลาดเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

วุฒิสถิติ พิศสุวรรณ (2553 ข, กรกฎาคม 23) ให้ความหมายของราคา (Price) หมายถึง อัตราในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกันในตลาด โดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง ในปัจจุบันราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารงานการตลาดอย่างมาก ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องกำหนด กลยุทธ์ด้านราคาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ อาทิ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ พฤติกรรมและกรอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ระดับความรุนแรงของการแข่งขันในตลาด ความสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านอื่นๆ รวมถึงการประยุกต์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ของอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) เป็นองค์ประกอบการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีระดับราคาที่เป็นที่น่าพอใจขององค์กร คือ สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร และเหมาะสมกับระดับความสามารถหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาด

จากความหมายของราคาที่ได้กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า ราคา หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่กำหนดออกมาในรูปของตัวเงิน เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการในการท่องเที่ยว

3. สถานที่ (Place)

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย (2545: 4) กล่าวถึง ความหมายของการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการและวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไปถึงนักท่องเที่ยว โดยธุรกิจอาจเลือกจำหน่ายเอง หรือผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ต่างๆ นอกจากนี้หลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจการบิน ธุรกิจเรือสำราญ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ฯลฯ นิยมใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในช่องทางจัดจำหน่าย เช่น ระบบสำรองผ่านคอมพิวเตอร์ การจองตั๋วโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-ticketing) เป็นต้น

จิตยาพร เสมอใจ (2546: 90) กล่าวว่า การจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางในการกระจายสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ต้องถึงมือลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547: 14) ให้ความหมายของการจัดจำหน่ายว่า หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มีความสะดวกสบายสูงสุด ด้วยการนำสินค้าและบริการไปส่งมอบให้กับลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสินค้า พฤติกรรมของลูกค้า สถานที่ ตั้งของธุรกิจและที่ตั้งของลูกค้า โดยมีความเกี่ยวข้องกับงานของนักการตลาดในการออกแบบและพัฒนากระบวนการจัดการช่องทางการตลาดให้เหมาะสมกับตัวสินค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า การจัดจำหน่าย หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มีความสะดวกสบายสูงสุด โดยเลือกสถานที่ที่เหมาะสมหรือช่องทางการจำหน่ายที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่กิจการได้มากที่สุด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย (2545: 4) กล่าวถึง ความหมายของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ โดยนิยมใช้วิธีการต่างๆ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการท่องเที่ยว หรือผ่านทางเว็บไซต์ การท่องเที่ยว ปัจจุบันนิยมการตลาดที่เน้นการตลาดเพื่อสังคมและความยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

สุวิมล แม้นจริง (2546: 345-350) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นส่วนประสมทางการตลาดตัวหนึ่งของกิจการที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ ราคาและการจำหน่ายที่ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางการตลาดกับผู้มุ่งหวัง ทั้งในตลาดอุตสาหกรรมและตลาดผู้บริโภค เพื่อแจ้งข่าวสารจูงใจ และเตือนความทรงจำให้เกิดความเชื่อถือหรือเพื่อสร้างเจตคติ การรับรู้ การเรียนรู้ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่กิจการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2546: 96) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมทางการตลาดอย่างหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และองค์กรเพื่อเพิ่มความต้องการซื้อและทำให้ผลิตภัณฑ์ต่างจากคู่แข่ง

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547: 14) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นส่วนประสมทางการตลาดตัวหนึ่งของกิจการที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ ราคาและการจำหน่ายที่ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางการตลาดกับผู้มุ่งหวัง ทั้งในตลาดอุตสาหกรรมและตลาดผู้บริโภคเพื่อแจ้งข่าวสารจูงใจ และเตือนความทรงจำให้เกิดความเชื่อถือหรือเพื่อสร้างเจตคติ การรับรู้ การเรียนรู้ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่กิจการ

วุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ (2553 ง, กรกฎาคม 23) ให้ความหมายของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง สิ่งที่ต้องการใช้เพื่อแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรซึ่งต้องอาศัยกระบวนการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ

จากความหมายการส่งเสริมการตลาด สรุปได้ว่า การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ โดยการใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดเป็นตัวกระตุ้นความต้องการลูกค้าโดยมุ่งหวังให้มีอิทธิพลต่อความรู้สึกที่ดี ความเชื่อ หรือพฤติกรรมของผู้ซื้อ

5. กระบวนการ (Process)

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย (2545: 4) กล่าวถึง ความหมายของกระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการเลือกผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มจะศึกษาข้อมูล รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว รายการนำเที่ยว ก่อนการตัดสินใจซื้อ แต่บางกลุ่มอาจไม่มีการวางแผนในเรื่องดังกล่าวมาก่อน เมื่อมีเวลาว่างก็เดินทางท่องเที่ยวเลย

อดุลย์ จาตุรงค์กุล, ดลยา จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล (2546: 13) กล่าวถึง กระบวนการให้บริการว่า หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการ กับลูกค้าได้รวดเร็ว และประทับใจลูกค้า

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547: 16) กล่าวถึง ความหมายของกระบวนการว่า หมายถึง การวางระบบและการออกแบบให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ มากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ผู้บริโภครอคอยนาน จัดระบบการไหลของการให้บริการ (Services flow) ให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด เนื่องจากการรอคอยการให้บริการนานๆ อาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้ โดยยึดแนวคิด การบริการเบ็ดเสร็จ (One stop service) ให้ลูกค้าอยู่ที่จุดเดียว

จากความหมายของกระบวนการ พอสรุปได้ว่า กระบวนการ หมายถึง วิธีการ ขั้นตอน ของกิจกรรมการบริการ ที่ดำเนินตามความต้องการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค

6. บุคลากร (People)

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย (2545: 4) กล่าวถึง ความหมายของบุคคล (People) หมายถึง พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดีในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนับได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจไม้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อดุลย์ จาตุรงค์กุล, ดลยา จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล (2546: 13) กล่าวว่า บุคคล คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการทั้งหมด หมายความว่ารวมทั้ง ลูกค้า และบุคคลที่คอย ให้บริการลูกค้า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547: 74-76) กล่าวว่า บุคคลประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดใน องค์การที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหารในทุกๆระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมี ผลต่อคุณภาพของการให้บริการ

จากความหมายของบุคคล พอสรุปได้ว่า บุคคล หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการทั้งหมด อันได้แก่ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในองค์การที่มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดี ในการให้บริการ รวมทั้งลูกค้าและคนอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับลูกค้าเอง

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย (2545: 4) กล่าวถึง ความหมายของสภาพทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง ลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคาร สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ฯลฯ รวมถึงการตกแต่งภายในและบรรยากาศ เช่น การออกแบบ และตกแต่งโรงแรมให้สอดคล้อง กับวัฒนธรรมล้านนา เป็นต้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล, ดลยา จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล (2546: 14) กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง หลักฐานที่เป็นตัววัตถุ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการการ ออกแบบตกแต่ง และแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร และลักษณะทางกายภาพอื่นที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการอย่างชัดเจน รวมไปถึง อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีไว้ในการบริการ

คิวทรี พงศกรรังศิลป์ (2547: 16) ความหมายของลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การออกแบบวางแผนผังสำนักงาน สถานที่รวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ ให้เรียบร้อยเป็นระเบียบและเหมาะสมกับลักษณะขององค์กร

จากความหมายของลักษณะทางกายภาพที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคาร สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ฯลฯ รวมถึงการตกแต่งภายในและบรรยากาศ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์

การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)

การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการ ที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความล้มเหลว การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System approach) และบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นต้องพิจารณาระบบย่อย (Sub system) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยวบทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย (วรรณ วรชวานิช. 2539: 49-52) องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยว จำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource) เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ

ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural tourism resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่ง น้ำจืด (ห้วย บึง หนอง คลอง) เป็นต้น บางแห่งได้รับการจัดให้เป็นสวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ วนอุทยานแห่งชาติ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด อุทยานนกน้ำ เป็นต้น

ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made tourism resource) นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังพึงหวงแหนและปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกได้ 3 ชนิด ได้แก่

ก. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical tourism resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งนี้เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน แหล่งโบราณคดีก่อน ประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

ข. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Culture and rural way of life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีในรอบปี ทั้งประเพณีในราชสำนัก (พระราชพิธีต่างๆ) ประเพณีไทย ประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่เกี่ยวกับศาสนา เช่นประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีกินเจ หรือประเพณีถือศีลอด งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น ประเพณีโกนจุก พิธีแต่งงาน พิธีบวช และพิธีศพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ได้แก่ การสร้างบ้านเรือน ชุดแต่งกาย อาหารประจำท้องถิ่น การประดิษฐ์ของใช้เพื่อการดำรงชีวิต ภาษาพูดในท้องถิ่นและวรรณคดีพื้นบ้าน เป็นต้น หมู่บ้านที่มีวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านทำร่ม หมู่บ้านช้าง รวมถึงตลาดนัด ตลาดน้ำ

ค. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์บันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์การแสดงศิลปะ แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า ศูนย์การประชุม เป็นต้น

2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการใช้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

3. การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism market) การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในนั้นจะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี

3.1 การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านเรื่องต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวนกระตุ้นนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539: 7) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวจำเป็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นผลดีแก่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง คือ

1. นักท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย ลักษณะของนักท่องเที่ยว การกระจายของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวและทัศนคติของนักท่องเที่ยว

2. สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือ เป็นสินค้าที่รวมรวมเอาสินค้าและบริการหลายประเภททั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อรรถาธิบายไมตรีและสาธารณูปโภค สินค้าเหล่านี้มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวจะต้องเป็นสิ่งซึ่งนักท่องเที่ยวซื้อ (ไปเที่ยว) และเกิดความประทับใจ เพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่างๆ หลายอย่าง เช่น คุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้นๆ ทิวทัศน์ หรือทัศนียภาพ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ความประทับใจ จากลมฟ้าอากาศ เป็นต้น

3. การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งต้องพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ เช่น รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก รูปแบบหรือปัญหาการจราจร เป็นต้น

4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ ข้อมูลข่าวสารเป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่ เอกสารแนะนำ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเป็นการให้ความรู้ใหม่ๆ การอบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การจัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

5. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าเมืองซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด เพราะจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่ได้เดินทางเข้าสู่ประเทศ โดยให้ความสะดวกในเรื่องต่างๆ ดังนี้

5.1 ระเบียบพิธีการเข้าออกเมือง เช่น การทำวีซ่า และพิธีการศุลกากร

5.2 การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร

5.3 บริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานีสานักกับที่พัก

5.4 การอำนวยความสะดวก แก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่งและท่าอากาศยาน

6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐานเป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจได้แก่

6.1 การไฟฟ้า มีเพียงพอและใช้การได้ดีไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ รวมทั้งความปลอดภัย

6.2 การประปา สะอาดถูกอนามัย และมีปริมาณเพียงพอแก่การบริการ

6.3 การสื่อสาร โทรเลข โทรศัพท์ โทรสาร สะดวกรวดเร็ว และมีปริมาณของหน่วย บริการเพียงพอ

6.4 ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล

6.5 สถานพยาบาล และโรงพยาบาลที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และ ค่ารักษาพยาบาลอยู่ในอัตราที่ยุติธรรม

7. การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเงิน การธนาคารระเบียบต่างๆ สถานที่ศึกษา แหล่งค้นคว้าด้านต่างๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีจิตต่อกัน (วรรณ วลัยวานิช. 2539: 19-23) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกอื่นๆ ได้แก่

7.1 สภาพเศรษฐกิจและการเมืองของโลก ซึ่งมีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศอาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคง เป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในช่วงระยะเวลาสั้นในทางตรงกันข้ามการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมืองจะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

7.2 ความนิยมในการท่องเที่ยว การที่ครอบครัวมีรายได้สูงขึ้นครอบครัวมีขนาดเล็กในขณะที่รายจ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จอย่างประหยัดทำให้ผู้รักการท่องเที่ยวสามารถจัดรายได้ เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้นความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลงตราบเท่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการท่องเที่ยว

7.3 การขยายเส้นทางคมนาคม โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีการยืดหยุ่นสูงกว่าตารางการเดินรถไฟที่ค่อนข้างจำกัด ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

7.4 การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเมือง ระบบการคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพ และรวดเร็วทำให้โลกดูเหมือนจะเล็กลง รัฐบาลของทุกประเทศต่างให้ความสนใจประสานความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกันทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาด และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ม.ป.ป.: 10-11)

อุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการหรือเลือกจุดหมายปลายทาง โดยมีความสามารถและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าหรือบริการนั้นๆ (สาวิตรี แก่นพลอย. 2546: 10)

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว

แมริสัน และวอลล์ (สาวิตรี แก่นพลอย. 2546: 10-15; อ้างอิงจาก Mathieson; & Wall. 1993: 56-62) นักวิชาการด้านนันทนาการท่องเที่ยว เจ้าของตำราการท่องเที่ยวชื่อ Tourism: Economics, Physical, and Social Impacts ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย กล่าวว่ามนุษย์สามารถสร้างหรือลดอุปสงค์การท่องเที่ยวได้ ซึ่งปัจจัยที่เข้ามามีส่วนในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวมีดังนี้

1. ฤดูกาลท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะของภูมิอากาศ ภูมิประเทศ หรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความดึงดูดใจทางกายภาพ อันเนื่องหรือเป็นอุปสรรคต่อการเดินทาง ซึ่งฤดูกาลถือเป็นอุปสงค์ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการเพิ่ม-ลดอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว ซึ่ง McIntosh (สาวิตรี แก่นพลอย. 2546: 11) ได้เสนอกลยุทธ์แก้ปัญหาความผันผวนของอุปสงค์อันเนื่องมาจากปัจจัยฤดูกาลไว้ 2 แนวทาง คือ การสร้างสิ่งกระตุ้นอุปสงค์นอกฤดูกาลท่องเที่ยว เช่น การจัดงานหรือกิจกรรมพิเศษเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และการกำหนดราคาพิเศษในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อเปิดโอกาสให้คนบางกลุ่มที่ไม่มีความสามารถพอที่จะจ่ายค่าบริการในฤดูกาลได้มีโอกาสมาใช้บริการ

2. ระยะเวลาพัก เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้มากำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในฐานะเป็นตัวกำหนดและกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์อื่นๆ ตามมา เช่น การบริโภคอาหาร การใช้บริการอื่นๆ เป็นต้น

3. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่สามารถเพิ่มหรือลดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น เช่น สถานเศรษฐกิจตกต่ำ ผันผวน ภาวะเงินฝืด-เงินเฟ้อ

4. ความรู้สึกพึงพอใจ ด้วยเหตุผลที่สินค้าและบริการของการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการที่ไร้รูปแบบสัมผัสจับต้องไม่ได้ (Intangible goods) หากปรากฏขึ้นในรูปแบบของความพึงพอใจ ล้วนมีส่วนสำคัญต่อการกระตุ้นหรือเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น

5. สมัยนิยม จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละแห่งอาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างมาก ขึ้นอยู่กับว่าสถานที่นั้นอยู่ในสมัยของผู้คนในยุคไหนมากน้อยเพียงใด

6. รูปแบบของพาหนะในการเดินทาง จะเป็นตัวกำหนดอุปสงค์อื่นๆ ตามมา เช่น การเลือกเดินทางด้วยรถไฟจะนำไปสู่การให้บริการรถนำเที่ยวหรือรถโดยสารท้องถิ่นตามมา เป็นต้น

ในขณะที่ จลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546: 35-38) สรุปปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factors) สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและระดับประเทศมีผลกระทบต่อการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับอุปสงค์แตกต่างกัน เช่น ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนเดินทางมากขึ้น ทั้งเพื่อไปเจรจาติดต่อธุรกิจ ไปประชุม ไปศึกษาหาความรู้ ไปพักผ่อน ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวย่อมสูงขึ้นตามอำนาจการซื้อ

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factors) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทั้งขนาดและองค์ประกอบของปัจจัยต่างๆ เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ล้วนแต่มีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งสิ้น

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic factors) ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ผู้ซื้อซึ่งมีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติในลักษณะที่ต่างกันไป และเป็นสิ่งกำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่ตั้งอยู่ในเขตร้อนชื้น ย่อมประสงค์จะเดินทางไปยังประเทศที่ตั้งอยู่ในเขตหนาว เป็นต้น

4. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio - cultural factors) ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมจะหล่อหลอมความคิด รสนิยม และทัศนคติในการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

5. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political and regulatory factors) การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและระเบียบกฎหมายต่างๆ อาจทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และเกิดความแตกต่างกันของอุปสงค์การท่องเที่ยวได้ เช่น ภาวะสงคราม การก่อการร้าย เป็นต้น

6. ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน (Mass media communication factors) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนเพียงพอของสื่อมวลชนมีผลต่อการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

7. ปัจจัยการเปรียบเทียบราคา (Comparative prices factors) ปัจจัยข้อนี้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินเมื่อเทียบกับค่าเงินสกุลหลัก ความแตกต่างในเชิงได้เปรียบ-เสียเปรียบมีส่วนในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเช่นกัน เช่น เมื่อค่าเงินบาทอ่อนตัวโอกาสเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยอาจลดลง ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวต่างชาติอาจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น เป็นต้น

8. ปัจจัยการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล (Personal mobility factors) การเดินทางส่วนตัวโดยทางรถยนต์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น สามารถไปเช้า เย็นกลับได้ หรือมีความถนัดในการเดินทางเพิ่มขึ้น เป็นต้น

9. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง (Technology of communication and transportation factors) เป็นปัจจัยเอื้อให้นักท่องเที่ยววางแผนหรือตัดสินใจเดินทางได้ง่ายขึ้น เช่น ระบบการจองและออกบัตรโดยสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์

ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยว

เนื่องจากพื้นโลกมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่แตกต่างกันจึงก่อให้เกิดลักษณะของภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันประกอบกับโดยทั่วไปมนุษย์ต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังบริเวณต่างๆ ที่มีสภาพแวดล้อมที่แปลก และแตกต่างไปจากถิ่นเดิมของตน ดังนั้นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้ (วรรณ วรชวานิช. 2539: 29-32)

1. ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์

ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิประเทศที่ปรากฏอยู่ตามส่วนต่างๆ ของโลกจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การกระทำของตัวการทางธรรมชาติดังกล่าวที่มีต่อลักษณะภูมิประเทศแบบต่างๆ จึงทำให้เกิดภูมิทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงาม หรือแปลกประหลาด เป็นประโยชน์ในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอันมากสำหรับประเทศไทยลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่จะเกิดการกระทำของตัวการตามธรรมชาติสองประการคือ การกระทำที่เกิดจากการไหลของน้ำและการกระทำของกระแสน้ำและคลื่น ซึ่งจะก่อให้เกิดทิวทัศน์ที่แปลกประหลาดและสวยงาม เช่น โตรกเขา น้ำตก และถ้ำ เป็นต้น การที่แต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันทางภูมิประเทศ หรือภูมิทัศน์ที่สวยงามนั้นเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ฉะนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับลักษณะภูมิประเทศของเขตการท่องเที่ยวแต่ละเขต เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดบริการการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ทั้งในด้านการเดินทางระยะเวลา และการบริการต่างๆ ให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

ลักษณะภูมิอากาศ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ที่อยู่ไกลออกไป ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางภายในประเทศหรือต่างประเทศ นักท่องเที่ยวจะต้องศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศของบริเวณที่ตนเองจะไปล่วงหน้าก่อนที่จะออกเดินทาง ข้อมูลต่างๆ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ ตลอดจนสามารถเลือกเวลาที่จะเข้าไปท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม สภาพภูมิอากาศมียุทธพลต่อกิจกรรมท่องเที่ยวทุกชนิด กล่าวคือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวอาจมีไม่เท่ากันในแต่ละฤดูกาล และข้อมูลเกี่ยวกับภูมิอากาศจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการท่องเที่ยวทำให้บรรลุตามที่ต้องการ

2. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม

ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม หมายถึงสิ่งต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเป็นมรดกตกทอดกันมาจนปัจจุบัน รวมถึงความเชื่อขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม อุปนิสัยใจคอ ตลอดจนรูปแบบของการดำรงชีวิตในสังคม ซึ่งแต่ละท้องถิ่นจะมีลักษณะทางวัฒนธรรมแตกต่างกันออกไป ความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยทางวัฒนธรรม อาจจะแบ่งออกได้กว้างๆ 4 ประการ คือ

2.1 ปัจจัยทางด้านประวัติศาสตร์ บริเวณที่เป็นแหล่งอารยธรรมมาตั้งแต่สมัยโบราณมักมีหลักฐานทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีปรากฏให้เห็นอยู่ ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน พระราชวัง และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เหล่านี้เป็นสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นและแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีตและยังดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน เหล่านี้จะเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวแสวงหาความรู้และความเพลิดเพลิน

2.2 ขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรม เป็นการแสดงถึงรูปแบบการดำรงชีวิตของประชาชนในแต่ละสังคม ซึ่งจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป เป็นสิ่งที่ยึดถือสืบทอดต่อกันมา ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันนี้จะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะประเพณีวัฒนธรรมเฉพาะอย่าง เช่น ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง ประเพณีเผาเทียนเล่นไฟ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ อาจจะเป็นเรื่องธรรมดา หรือความเคยชินของคนในท้องถิ่น แต่จะเป็นสิ่งที่แปลกประหลาดและน่าสนใจของคนอีกท้องถิ่นหนึ่งก็ได้และเป็นสิ่งที่เจ้าของท้องถิ่นนั้นจะต้องรักษาไว้ด้วยความรักและความภาคภูมิใจ

2.3 การประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่น ลักษณะการประกอบอาชีพของประชาชน มีส่วนสนับสนุน และส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการประกอบอาชีพที่นักท่องเที่ยวไม่เคยเห็นมาก่อน หรือการผลิตสินค้าที่แตกต่างไปจากบริเวณอื่น หรือเป็นการประกอบอาชีพที่มีขึ้นเฉพาะบริเวณใดบริเวณหนึ่งเท่านั้น เช่น การผลิตหมากของจังหวัดเชียงใหม่ หรือการผลิตมีดอรัญญิกของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าไปชมการผลิตหรือการประกอบอาชีพเหล่านั้น

2.4 การคมนาคมขนส่ง สถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีคนเข้าไปท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความสะดวกรวดเร็วของการคมนาคมขนส่ง ที่จะนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลจำเป็นต้องมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคม เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่สะดวก และอยู่ไม่ไกลมากนัก จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมากขึ้นตามมา

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource) หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะเป็นทั้งวัตถุและเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขายให้แก่นักท่องเที่ยว อาจจะกล่าวได้ว่าเป็น “สินค้า” ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดให้ “ลูกค้า” หรือนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา “ซื้อ” กันถึงของสินค้า

ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เช่น ภูเขา หุบเขา แม่น้ำ ลำธาร ทะเลสาบ น้ำตก ป่า ภูเขาไฟ น้ำพุร้อน ฯลฯ ตลอดจนปรากฏการณ์ทางธรรมชาติต่างๆ เช่น ฤดูกาลอพยพของสัตว์บางชนิด ตลอดจนแหล่งพฤษชาติต่างๆ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น
แบ่งเป็น

2.1 ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน
อาคาร บ้านเรือน ฯลฯ

2.2 วัฒนธรรมและประเพณี เช่น เทศกาล นิทรรศการ พิธีกรรม ฯลฯ

2.3 วิถีชีวิต เช่น การกินอยู่ การแต่งกาย ขนบธรรมเนียม ฯลฯ

2.4 ความเจริญก้าวหน้าและความทันสมัย เช่น ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์วิทยาศาสตร์
โรงงานอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา สนามกีฬา ศูนย์สุขภาพ ฯลฯ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวแยกตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประการ
ดังนี้

1. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเกิดขึ้น
เองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล เป็นต้น

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนสถาน ทรัพยากรการ
ท่องเที่ยวประเภทนี้ มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์และบอกให้ทราบถึงวัฒนธรรมที่เก่าแก่
ของธรรมชาติ ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพง
เมือง อนุสาวรีย์ เป็นต้น

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีก
รูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธีงานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพ
ชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวเมื่อได้ไปเยือนที่ใดก็
มักจะสนใจอยากรู้ อยากเห็นในความเป็นอยู่ และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนในท้องถิ่นที่เข้า
ไปเยือน ดังนั้นประชากรในท้องถิ่นจึงถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการสร้างความ
ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539: 18)

กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543: 38) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
ไว้ว่า เมื่อคนเรามีความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว ก็ต้องตัดสินใจก่อนว่าจะเดินทางไป
ท่องเที่ยวที่ไหน จะใช้บริการประเภทไหน จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวกี่วัน ซึ่งการตัดสินใจเดินทาง
ท่องเที่ยวต้องมีกระบวนการในการตัดสินใจ ซึ่งสรุปกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้
10 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย เป็นขั้นตอนที่หน่วยงานการ
ท่องเที่ยวทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมายใน 4 รูปแบบ คือ การโฆษณา
ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย โดยพนักงานขายเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพยากร
ท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวในตลาดท่องเที่ยวเป้าหมายได้ทราบ
อันจะนำไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการ
ท่องเที่ยวจึงต้องพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข่าวสารการ
ท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวในตลาดเป้าหมายอย่างทั่วถึง เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น

ขั้นที่ 2 นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 4 รูปแบบ คือ จากการโฆษณา จากการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และจากพนักงานขาย โดยข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ได้รับจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงแรงจูงใจให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

ขั้นที่ 3 ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนหลังจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไป หรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย เกิดความอยากเปลี่ยนบรรยากาศ เกิดความอยากเห็นสิ่งแปลกใหม่ เกิดความต้องการเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยว สามารถตอบสนองความต้องการภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนได้เป็นอย่างดี

ขั้นที่ 4 การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการทางการท่องเที่ยว ซึ่งเกิดขึ้นจากแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว 2 ประการ คือแรงจูงใจผลักดัน และแรงจูงใจดึงดูด

ขั้นที่ 5 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยว และเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจเข้าเสริม ก่อให้เกิดภาพพจน์การท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่นขึ้น แล้วทำการพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งในการพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดนั้น จะพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และมักติดตามด้วยลำดับความสำคัญของคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหน จะเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร จะเดินทางไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่ จะเดินทางโดยรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ หรือทางเครื่องบิน จะเดินทางท่องเที่ยวนานกี่วัน โดยแยกเป็นจำนวนวันในแต่ละสถานที่ที่จะไปท่องเที่ยวและเดินทางไปท่องเที่ยวกับใคร

ขั้นที่ 6 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่ศึกษาถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกแล้วว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งหมดเท่าไร ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวครั้งนี้เพื่อเตรียมการให้พร้อม อาจต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการเก็บเงินด้วย เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าบริการนำเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก เป็นต้น นักท่องเที่ยว อาจขอข้อมูล และการช่วยเหลือด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากธุรกิจนำเที่ยวก็ได้ นอกจากนี้ยังต้องมีการวางแผนถึงความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยว (Ability to travel) อันประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญดังต่อไปนี้คือ

- ด้านเวลา จะต้องวางแผนว่าจะต้องใช้เวลาว่างใดในการเดินทางท่องเที่ยว และใช้เวลาประมาณกี่วัน
- ด้านการเงิน จะต้องวางแผนว่าการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องใช้จ่ายเงินมากน้อยเพียงใด
- ด้านสุขภาพ จะต้องวางแผนว่าการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีการเตรียมตัวด้านสุขภาพอย่างไร เช่น การจัดเตรียมยาประจำตัว หรือการตระเตรียมเสื้อผ้าให้เหมาะสมสภาพอากาศ เป็นต้น
- ด้านการงาน จะต้องวางแผนว่าในช่วงระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวจะต้องมอบหมายภารกิจ หน้าที่การงานให้ใครทำแทน
- ด้านระยะทาง จะต้องวางแผนถึงระยะทางของสถานที่ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับเวลาว่าง การเงิน สุขภาพ และการงาน

ขั้นที่ 7 การเตรียมตัวก่อนเดินทาง เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจะต้องเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว หลังจากที่ได้วางแผนค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ซึ่งการเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวมีหลายอย่างที่ต้องคำนึงถึง เช่น การจองตั๋วเครื่องบินเหมาเหมาเดินทาง การจองตั๋วรายการนำเที่ยว การยืนยันการเดินทาง การจัดทำเอกสารการเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ต้องเตรียมสัมภาระส่วนตัวที่จะนำติดตัวไปด้วย

ขั้นที่ 8 การเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เลือกแล้ว จนกระทั่งเดินทางกลับสู่ที่พักอาศัยในภูมิลำเนาเดิม โดยนักท่องเที่ยวจะมีการประเมินการเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับเริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนที่พักแรม อาหารการกิน และบริการอื่นๆ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง

ขั้นที่ 9 ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะทำการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ หลังจากเสร็จสิ้นการท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งการประเมินประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว จะเกิดความรู้สึกอยู่ 2 ลักษณะ คือ ความรู้สึกพอใจ หรือความรู้สึกไม่พอใจ เป็นการประเมินประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับหรือสัมผัสจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็น สถานที่ คน สภาพแวดล้อม การให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว แล้วทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกพอใจ หรือความรู้สึกไม่พอใจ

ขั้นที่ 10 ทศนคติการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยว หลังจากการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้แล้ว ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ก็จะมีทัศนคติที่ดี อาจจะทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจจากการ

ท่องเที่ยวครั้งนี้ก็จะมีทัศนคติไม่ได้ ทำให้เขาไม่อยากมาท่องเที่ยวซ้ำอีก และอาจนำไปบอกให้บุคคลคนอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยจึงเป็นหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างความพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด

แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 43-44) ได้สรุปว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจและนิยมเลือกในช่วงเวลาว่าง หรือเวลาอิสระมากที่สุด เป็นกิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตอันเกิดจากปัจจัยอิทธิพลที่ดึงดูดความสนใจที่มีหลากหลาย ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น กิจกรรมทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา การเมือง วิทยาศาสตร์ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า กิจกรรมเกมและกีฬา กลางแจ้ง การบันเทิง การอาบน้ำแร่ และซึมซับวัฒนธรรมชาติ สมุนไพร การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมได้กับทุกเพศทุกวัย ขึ้นอยู่กับการเลือก และมีประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. ผลทางด้านสังคม

ครอบครัวมีความพึงพอใจทางสร้างสัมพันธ์ภาพทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ง่ายดาย และมีผลต่อการปรับสมดุลทางเศรษฐกิจ

การเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาอันเนื่องมาจากไปท่องเที่ยว ก่อให้เกิดพฤติกรรมอันดีงามของมนุษย์ โดยทั่วกันการอยู่ในสังคมเป็นสุข

ระบบของเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การเกษตร การเมือง สัมพันธ์กันทางบวก ทั้งนี้อาศัยกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ

2. ผลทางด้านจิตใจ

2.1 ได้ความรู้ ความเข้าใจ และสัมพันธ์ของธรรมชาติมากยิ่งขึ้น

2.2 หนีหลีกเลี่ยงความกดดันจากสิ่งกายภาพ

2.3 หนีปัญหาสังคม

2.4 จิตใจแจ่มใส มีความสงบ และมีสมรรถภาพดีขึ้น

2.5 มีอิสรภาพ ที่จะทำจะคิด

2.6 ตื่นเต้น

2.7 ใจมั่นคง สงบ สมานคีติ

2.8 เกิดพลังจิตใจโดยอาศัย การซึมซับจากธรรมชาติ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการชนิดหนึ่งที่บุคคลต่างๆ ใช้เป็นปัจจัยในการส่งเสริม ฟื้นฟู และบำรุงคุณภาพชีวิตได้เป็นอย่างดี ดังนั้นนันทนาการศาสตร์ จัดแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง เพราะในการเดินทางท่องเที่ยวยังมีกิจกรรมเสริมร่วมในการท่องเที่ยวด้วยเสมอ นอกจากนั้นยังมีการเดินทางท่องเที่ยวมุ่งเพลิดเพลินอย่างเดียว

เช่น ท่องเที่ยว เพื่อสร้างสันติภาพ โดยการไปเยี่ยมเยือน กิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งจะสัมพันธ์กับวัย เพศ และสภาพการณ์ต่างๆ ของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตามการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวให้ประโยชน์และคุณค่ามากมาย พอสรุปได้เป็นประเด็นสำคัญดังนี้

- ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
- พักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด
- เกิดอารมณ์สุข สนุกสนาน เพิ่มปริมาณความฉลาดทางอารมณ์
- มีความสมบูรณ์ทางอารมณ์
- มีสมาธิดีขึ้น
- สร้างมิตร และความรักสามัคคี
- ตอบสนองความต้องการตามธรรมชาติ
- จิตใจงามมองโลกในแง่ดี
- เสริมคุณค่าของสังคมประชาธิปไตย

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมานั้น พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวประกอบไปด้วยปัจจัยด้านความสำคัญต่างๆ หลายปัจจัยด้วยกัน ทั้งในด้านความสำคัญของตัวบุคคล ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ จึงต้องมีการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกด้าน และที่สำคัญต้องคำนึงถึงสภาพความเป็นจริง และสามารถกำหนดแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน และมีแผนปฏิบัติการที่ดี รวมถึงต้องให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด ควรคำนึงถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว และผลที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร เดิมคือ “วิทยาลัยพลศึกษาจังหวัดชุมพร” ก่อตั้งขึ้นโดยการดำริของกรมพลศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ระยะแรกดำเนินการเรียนการสอนโดยจัดตั้งสำนักงานชั่วคราวที่โรงเรียนสอาดเผดิมวิทยา และใช้ยิมส์เนเชียม ของเทศบาลเมืองชุมพรเป็นสถานที่เรียน ซึ่งเปิดทำการเรียนการสอนตั้งแต่ปี 2519 เป็นต้นมา

เมื่อรัฐบาลได้ปฏิรูประบอบราชการไทยและมีพระราชบัญญัติปรับปรุง กระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ส่งผลให้วิทยาลัยพลศึกษาไปสังกัดสำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทั่งวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2548 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมลงพระปรมาภิไธย ในพระราชบัญญัติสถาบันการพลศึกษา มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 ส่งผลให้ “วิทยาลัยพลศึกษาจังหวัดชุมพร” ยกฐานะเป็น “สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร”

ปรัชญา Philosophy: พลศึกษาและการกีฬา พัฒนาคน พัฒนาชาติ

วิสัยทัศน์ Vision: สถาบันอุดมศึกษา คุณภาพชั้นนำ เพื่อพัฒนาสังคม และมุ่งสู่

มาตรฐานสากล

พันธกิจ Mission

1. จัดการศึกษาด้านพลศึกษา สุขศึกษา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา วิทยาศาสตร์สุขภาพ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาวิจัย และให้บริการทางวิชาการแก่ชุมชน สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้แก่ท้องถิ่น
3. ส่งเสริม สนับสนุนการจัดการศึกษาสำหรับบุคคลที่มีความสามารถพิเศษทางการกีฬา นันทนาการ และบุคคลที่มีความบกพร่องทางด้านร่างกาย

4. ทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้านและกีฬาไทย

เอกลักษณ์: สถาบันที่ส่งเสริมด้านพลศึกษา กีฬา และสุขภาพ

อัตลักษณ์: ทักษะดี มีน้ำใจนักกีฬา พัฒนาสังคม

ปัจจุบันสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร มีบุคลากรทั้งสิ้น 90 คน และนักศึกษาจำนวน 524 คน เปิดทำการเรียนการสอนทั้งสิ้น 3 คณะวิชา ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา และสุขภาพ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาพลศึกษา และคณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชานันทนาการและการท่องเที่ยว

จังหวัดชุมพร

ชุมพร มีชื่อปรากฏมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 1098 โดยมีฐานะเป็นเมืองสิบสองนักษัตรของราชอาณาจักรนครศรีธรรมราช ใช้รูปแพะเป็นตราเมือง และเป็นเมืองหน้าด่านฝ่ายเหนือ เพราะอยู่ตอนบนของภาคใต้

ใน พ.ศ. 1997 รัชสมัยแผ่นดินสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ปรากฏในกฎหมายตราสามดวงว่า เมืองชุมพรเป็นเมืองตรี อาณาจักรฝ่ายใต้ของราชอาณาจักรกรุงศรีอยุธยา ในช่วงนี้ชนชาติจาม แห่งราชอาณาจักรจามปา ถูกชาวเวียดนามรุกราน ชาวจามกลุ่มนี้อพยพเข้าสู่กรุงศรีอยุธยาครั้งแรก ปรากฏว่ามี "อาสาจาม" ในแผ่นดินนี้ เพื่อการขยายอาณานิคมของกรุงศรีอยุธยา ส่วนหนึ่งต้องมารักษาด่านเมืองชุมพร ซึ่งเป็นเมืองตรี และตั้งชาวจาม เป็นเจ้าเมืองชุมพร และดินแดนแถบนี้ขึ้นตรงต่อกรุงศรีอยุธยา เนื่องจาก ชาวจาม มีความสามารถในการรบ ที่มีชื่อเสียง เช่น กองอาสาจาม เป็นทหารชั้นดี มีวินัย เชี่ยวชาญการเดินเรือ รับใช้ราชสำนักมานาน และเก่งการค้ามาหลายพันปี และต่อมาระหว่าง ปี พ.ศ. 2173 - 2199 ในแผ่นดิน พระเจ้าปราสาททองแห่งราชอาณาจักรกรุงศรีอยุธยา ได้กวาดต้อนชาวเมืองแกลง หรือ (เตียนเปียนฟู) อยู่ในประเทศเวียดนาม และชาวเมืองพงสาลี อยู่ในประเทศลาว มาเป็นพลเมือง เมืองชุมพร เมืองปะทิว (อำเภอปะทิว) เพื่อทำการเกษตรกรรม และเมืองทำการค้าสำคัญ ตั้งแต่นั้นมา

เดิมชาวจามนับถือศาสนาพราหมณ์ฮินดู พ.ศ. 1400 นับถือศาสนาพุทธมหายาน และเมื่อค้าขายกับอาหรับก็นับถือ ศาสนาอิสลาม แต่ชาวจามที่มาอยู่เมืองชุมพร ต่อมานับถือ ศาสนาพุทธ มีวัฒนธรรม ประเพณีเหมือนกัน แต่เมื่อเวลาผ่านไปกว่า 500 - 600 ปี ที่ชาวจาม เข้าปกครอง เมืองชุมพร และดินแดนแถบนี้จนแทบจะไม่เหลือวัฒนธรรมเดิมเลย เช่น ข้าวต้มใบพ้อ ที่ใช้ในงานมงคล เช่นเดียวกับชาวมุสลิม บ้านกาลอ ตำบลกาลอ อำเภอราษีไศล จังหวัดยะลา ก็ สูญหายไม่ได้ใช้ในงานมงคลแล้ว

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร

หาดทรายรี

สถานที่เที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่เป็นที่น่าสนใจในจังหวัดชุมพร ก็คือหาดทรายรี ซึ่งเป็นที่ที่มี หาดทรายขาวสะอาดตา บริเวณหาดมีทั้งที่พักและร้านอาหารบริเวณริมชายหาด บริเวณแนว ชายหาดเป็นที่ตั้งของอนุสรณ์สถานของพลเรือเอก พระบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ผู้สถาปนากองทัพเรืออันทันสมัยให้กับประเทศไทย

เกาะมัตรา

หรืออีกชื่อคือเกาะตังกวยอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร ใกล้กับหาดทราย รีเป็นที่ตั้งของหน่วยพิทักษ์อุทยานฯ มีหาดทรายขาวสลับกับโขดหินสามารถไปตั้งเต็นท์พักแรม และมีบ้านพักของอุทยานฯ บริเวณหัวแหลมของเกาะมีแนวปะการังน้ำตื้น เช่น ปะการังเขากวางและดอกไม้ทะเล กิจกรรมการท่องเที่ยวของเกาะมัตรา คือการดำน้ำชมปะการัง ดูหอย มือเสือและชมปูไก่ ซึ่งชอบปีนต้นไม้และส่งเสียงร้องเหมือนลูกไก่

หาดทุ่งวัวแล่น

หาดทุ่งวัวแล่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของอำเภอนี้ ตั้งอยู่ที่ตำบลสะ พลิห่างจากตัวจังหวัดชุมพรไปตามถนนลาดยาง สายชุมพร-หาดทุ่งวัวแล่น ระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตร อยู่ทางตอนใต้สุดของอำเภอปะทิว เป็นชายหาดที่มีเม็ดทรายสีขาวนวลละเอียด ลักษณะหาดค่อยๆ ลาดเอียงลงที่ละน้อย จึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว ต่างประเทศมากที่สุดแห่งหนึ่ง ทางด้านใต้ของหาดบริเวณเชิงเขา "โพธิ์เบะ" มีแนวหาดหินใต้ น้ำเป็นแหล่งดำน้ำตื้นที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดชุมพร เพราะมีสาหร่ายฟองน้ำ ดอกไม้ทะเล และปลาทะเลนานาชนิด บริเวณหาดทุ่งวัวแล่น มีร้านอาหารและสถานที่พักตาก อากาศอยู่หลายแห่งไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยมการดำน้ำชมความงามของโลกใต้ทะเล บริเวณเกาะแก่งหน้าหาดทุ่งวัวแล่นก็สามารถเช่าเรือและอุปกรณ์ดำน้ำได้ที่รีสอร์ท บริเวณ ชายหาด จากหาดทุ่งวัวแล่น นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเช่าเรือไปชมเกาะต่างๆ ได้ เช่น เกาะ จระเข้ เป็นเกาะขนาดเล็ก ห่างจากฝั่งประมาณ 11 กิโลเมตร ด้านตะวันตกของเกาะมีหาดหิน รอบๆ เกาะมีปะการังและดอกไม้ทะเลสวยงามมาก เกาะแห่งนี้ก็เป็นเกาะที่น่าเที่ยวสำหรับผู้ชื่นชอบ ทะเล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเหมาะสำหรับการดำน้ำ ด้านใต้เป็นแนวหินยาว ซึ่งเป็นบริเวณที่มี แนวปะการัง เกาะงามใหญ่ เกาะงามน้อย เป็นเกาะขนาดกลางอยู่ทางด้านใต้ของหาดทุ่งวัวแล่น ห่างจากฝั่งประมาณ 17 กิโลเมตร บนเกาะไม่มีหาดทรายเป็นเขตสัมปทานเก็บรังนกนางแอ่น รอบๆ เกาะมีแนวหินและถ้ำใต้น้ำ มีแนวปะการังสวยงามเหมาะสำหรับการดำน้ำลึก

วัดพระธาตุถ้ำขี้เหล็ก

วัดพระธาตุถ้ำขี้เหล็กเป็นวัดธรรมยุตที่มีเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุอยู่บนยอดเขาเตี้ยๆ และเป็นจุดชมทิวทัศน์ของเมืองสรวง วัดพระธาตุถ้ำขี้เหล็ก ตั้งอยู่ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอสรวง ห่างจากตัวเมืองสรวง ประมาณ 2 กิโลเมตร บริเวณวัดมีเนินด้วยพรรณไม้ มีเจดีย์สูง 19 เมตร อยู่บนยอดเขาหินปูนเล็กๆ ซึ่งต้องเดินขึ้นบันไดไป 200 ขั้น เป็นเจดีย์ศิลปะประยุกต์ภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ รอบฐานเจดีย์เป็นลานกว้าง สามารถเดินชมทัศนียภาพของอำเภอสรวงได้รอบด้านมองเห็นสวนมะพร้าวแน่นขนัดไปทั่ว ใต้ฐานเจดีย์แบ่งเป็นกุฏิสงฆ์และเป็นที่วิสสุตนากรรมฐานหลายห้องลดหลั่นไปตามไหล่เขาหลายระดับ นับเป็นงานสถาปัตยกรรมที่ออกแบบสร้างได้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติได้อย่างดี

เขาเจ้าเมือง

ถัดจากหาดทรายรีไปตามถนนลาดยาง เลี้ยวขวามือประมาณ 1 กิโลเมตร แยกขวาไปตามถนนลาดยางอีกประมาณ 1 กิโลเมตร จากนั้นเลี้ยวซ้ายขึ้นเนินเขาอีกประมาณ 400 เมตรเขาเจ้าเมืองเป็นสถานที่ที่ทางจังหวัดชุมพรปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และเป็นจุดชมวิวโดยมีศาลาชมวิว และศาลาพักร้อน และมีห้องน้ำไว้บริการนักท่องเที่ยว จากด้านบนจะเห็นสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงามในระยะไกลได้

ถ้ำเขากระเทียม

ตั้งอยู่ที่หมู่ 4 ตำบลบ้านควน อำเภอหลังสวน ตามเส้นทางสายชุมพร - หลังสวน ประมาณ 80 กิโลเมตร หรือประมาณ 10 กิโลเมตร จากอำเภอหลังสวน ถ้ำเขากระเทียมเป็นถ้ำที่มีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่ง มีบันไดขึ้นถึงปากถ้ำ 370 ขั้น ภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อย สวยงามมาก ส่วนบริเวณเชิงเขาเป็นที่ตั้งของสำนักสงฆ์

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชุมพร

ตั้งอยู่เลขที่ 302 ศูนย์ราชการจังหวัดชุมพร ถนนอาภากร ตำบลนาชะอัง อำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร ภายในจะจัดนิทรรศการ ในอาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชุมพรจะมีทั้งการจัดแสดงมรดกดีเด่นของจังหวัดชุมพร เรื่องประวัติศาสตร์จังหวัดชุมพร ธรรมชาติวิทยาเส้นทางพายุไต้ฝุ่นที่พัดถล่มในจังหวัดชุมพร ชุมชนโบราณเขาสามแก้ว แสดงให้เห็นถึงความ เป็นอยู่ในหมู่บ้านนี้ ฯลฯ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชุมพรเปิดแสดง 09.00-16.00 น. วันจันทร์ วันอังคาร และวันหยุดนักขัตฤกษ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

ไทเดสเวลล์ และฟอล์คเนอร์ (Tideeswell; & Faulker. 1999) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ในรัฐควีนแลนด์ ประเทศออสเตรเลีย โดยการศึกษาด้วยวิธีการวิเคราะห์ค่าถดถอย (Regression Analysis) จากนักท่องเที่ยว

จำนวน 2,280 คน พบว่า “ถ้านักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียมาก่อน และเคยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากขึ้น”

แกรนด์ไฮ-อะโรรา และซอ (Grandhi-Arora; & Shaw. 2000) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การค้นหาความแปลกใหม่ และการเข้าร่วมซ้ำในกิจกรรมพิเศษของการท่องเที่ยวพบว่า ความพึงพอใจ ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ จัดขึ้นอย่างเป็นพิเศษ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับไปเที่ยวซ้ำหรือกลับไปร่วมกิจกรรมนั้นๆ อีก

เบเกอร์ และครอมตัน (ยูงทอง รวมสุข. 2549; อ้างอิงจาก Baker; & Crompton. 2000) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของสินค้าและบริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวพบว่า การจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ถ้ามีผลการปฏิบัติงานดี สินค้าและบริการมีคุณภาพจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจในทางบวกสูงทำให้รับรู้ได้ถึงผลของการเพิ่มความจงรักภักดีและการหวนกลับมาเที่ยวอีกในอนาคต การสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ทำให้เป็นที่จดจำ เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะจ่ายมากขึ้น หากสินค้าหรือบริการมีราคาเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มผลกำไรให้กับการท่องเที่ยว ช่วยให้ผู้ประกอบการมีชื่อเสียงมากขึ้น เพิ่มความน่าดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวใหม่และยังคงรักษานักท่องเที่ยวเก่าไว้ตลอดจนการบอกเล่าต่อกันในสิ่งที่ดี รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากสื่อต่างๆ ในการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในนามของชุมชนจะได้รับการสนับสนุนขององค์กรต่างๆ มากขึ้น

ปาร์คเกอร์ (Parker. 1999) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนในเมืองยอร์กเกอร์ (Yiybger) มลรัฐนิวยอร์ก (New York) ที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวโดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนระหว่างอายุ 12 - 20 ปี จำนวน 480 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวถูกต้องมากที่สุด จากการทดสอบผลทางสถิติพบว่าความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

โคซาค (Kosak. 2001) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษและชาวเยอรมันต่อแหล่งท่องเที่ยวในตุรกีเพื่อตรวจสอบว่าเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระดับความพึงพอใจหรือไม่ และได้พบว่านักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมีระดับความพึงพอใจที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งสองชาติต่อแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับ

1. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวอันประกอบด้วยคุณภาพของการต้อนรับและเอาใจใส่แขกผู้มาเยือน การบริการห้องพัก การบริการรถรับส่ง การบริการที่สนามบิน และการใช้ภาษาในการสื่อสารของพนักงานบริการ

2. ปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า ซึ่งประกอบด้วย ความสะอาดและคุณภาพของอุปกรณ์เครื่องใช้อำนวยความสะดวก

3. ระดับของราคา

งานวิจัยในประเทศ

นพรัตน์ อาจเอี่ยม (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชื่อมป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี พบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชื่อมป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชื่อมป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส และในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศุภริตา อิศรางกูร ณ อยุธยา (2552: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 30 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวจากคนใกล้ชิด สถานที่พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 วัน และจะเดินทางมาทุกโอกาสตามความสะดวก จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวในรอบระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา มากกว่า 3 ครั้ง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ชอบเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น บ้านร้อยอันพันอย่าง พืชสวนโลก สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ สวนสัตว์เชียงใหม่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ฟาร์มงู สวนผีเสื้อ เป็นต้น พาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล มีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งไม่เกิน 4,000 บาท สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 1-3 คน เดินทางมากับเพื่อน และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเลือกการเที่ยวเอง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ธรรมชาติ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้านราคา คือ ค่าใช้จ่ายรวม ค่าอาหารและค่ายานพาหนะ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ เดินทางได้หลายรูปแบบ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร และความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคม ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการจัดเทศกาลการท่องเที่ยว การจัดนิทรรศการด้านการท่องเที่ยวและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง

ธนัท อมตอาชัย (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ พบว่า ปัจจัยหลักที่บุคคลคนหนึ่งจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งหนึ่งๆ นั้น จะพิจารณาจากเงินออมที่มีอยู่ซึ่งก็คือที่มาของรายได้สะสม ประกอบกับช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเดินทาง ส่วนปัจจัยอื่นๆ ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมนั้น ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่ว่าเป็นเพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพของบุคคลนั้น แต่เมื่อได้ตัดสินใจไปท่องเที่ยวแล้ว ปัจจัยเหล่านี้อาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวบ้าง แต่สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็นบรรทัดฐานที่เหมือนกันหมดสำหรับบุคคลที่มีสถานะเดียวกัน จะแตกต่างกันตามรสนิยมมากกว่า ดังนั้น ปัจจัยเหล่านี้จึงไม่อาจเป็นตัวกำหนดที่แน่นอนได้ว่าบุคคลประเภทใดมีความสนใจในการท่องเที่ยวหรือไม่ หรือเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวแล้วจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวอย่างไร ทั้งในเรื่องระยะเวลาพำนักรและการใช้จ่าย

นิลวัจน์ อังศุรณมาลี (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการท่องเที่ยวทุกด้าน ส่วนภูมิลำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม และด้านสินค้าของที่ระลึก ส่วนอายุมีความสัมพันธ์กับด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสภาพแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ส่วนระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนอาชีพมีความสัมพันธ์กับด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพียงด้านเดียว คือ บุคคลที่ร่วมเดินทาง ส่วนภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจุดประสงค์หลักของการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการเดินทางและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบในการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อองค์ประกอบในการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยองค์ประกอบในการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ อายุและรายได้ ซึ่งอายุเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลางต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี รองลงมาคือ รายได้ ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านช่วงเวลาในการท่องเที่ยว

เป็นเพียงปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนจุดประสงค์หลักของการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์การเดินทาง และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

ฉัตรปรี อยู่เย็น และอภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ท ในเกาะสมุย และเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุ 21 - 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีสถานภาพโสด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ท ในเกาะสมุยและเกาะพะงัน ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเกาะสมุยและเกาะพะงัน กลุ่มละ 2-5 คน มีเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะความงดงามตามธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว โดยรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยและเกาะพะงันจากเพื่อนแนะนำ สำหรับช่วงเวลาต้องการมาท่องเที่ยว คือ เดือนกรกฎาคม-กันยายน โดยนิยมทำกิจกรรมฟูลมูนปาร์ตี้ พักอาศัยเป็นเวลามากกว่า 4 วัน มีงบประมาณในการใช้จ่ายประมาณ 5,001 - 10,000 บาท และมีแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในเกาะสมุยและเกาะพะงันอีกในอนาคต

นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ในเรื่องสภาพแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันเหมาะสมต่อการมาพักผ่อนและท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติในเกาะสมุยและเกาะพะงันอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ และความสะอาดของชายหาดทะเลและน้ำทะเลอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อการมาท่องเที่ยวพักผ่อน

ปฐมลักษณ์ สุเวชวิชย์ (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่างช่วงอายุ 25 - 34 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ซึ่งประกอบอาชีพพนักงาน/บริษัทเอกชนมากที่สุด ส่วนใหญ่มีอายุการทำงานระหว่าง 1 - 5 ปีมากที่สุด และมีรายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด

ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มคนวัยทำงานเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ 1 - 3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยวิธีทางรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด ซึ่งส่วนมากมีการวางแผนล่วงหน้าในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่วนมากกลุ่มคนวัยทำงานไป

ท่องเที่ยวภายในประเทศไปกับครอบครัวมากที่สุด ในการท่องเที่ยวภายในประเทศแต่ละครั้งมักไปกัน 2 - 4 คนมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับผู้เดินทางมากที่สุด โดยเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ การหยุดพักผ่อน/บันเทิง ซึ่งในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศจากบุคคลในครอบครัว/เพื่อนมากที่สุด ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด 3 วัน/ครั้ง โดยมีค่าใช้จ่ายต่อการท่องเที่ยวเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ 2,001 - 3,000 บาท/คน ในช่วงเวลาที่ชอบหรือมักเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ ช่วงพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) ภูมิภาคที่ชอบหรือมักเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ ภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน พะเยา สุกโขทัย ดาก สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมไปมากที่สุด คือ ชายทะเล และมีการใช้บริการ และสถานที่พักในรูปแบบของโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโลมากที่สุด

กัญรัตน์ ชาวเหลือง, เบญจพร แยมจำเมือง และอรุณรุ่ง ทรัพย์แก้ว (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทวีปยุโรปของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เดินทางท่องเที่ยวทวีปยุโรป ส่วนใหญ่เป็นหญิงคิดเป็นอัตราร้อยละ 37.8 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นอัตราร้อยละ 38.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด มีสถานภาพสมรส คิดเป็นอัตราร้อยละ 56.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นอัตราร้อยละ 67.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้างคิดเป็นอัตราร้อยละ 52.5 มีรายได้ส่วนใหญ่เดือนละ 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 31.0

การตัดสินใจใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยว พบว่าวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางท่องเที่ยวทวีปยุโรป ส่วนใหญ่ คือ ได้ประสบการณ์ใหม่ คิดเป็นอัตราร้อยละ 38.3 ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทวีปยุโรป ส่วนใหญ่ไม่มีช่วงเวลาที่แน่นอนขึ้นอยู่กับเวลาว่าง คิดเป็นอัตราร้อยละ 35.5 จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวทวีปยุโรปของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวทวีปยุโรปปีละ 1 ครั้ง คิดเป็นอัตราร้อยละ 66.5 จำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทวีปยุโรปแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่เดินทาง 6-9 วัน คิดเป็นอัตราร้อยละ 67.0 แหล่งข้อมูลข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวทวีปยุโรปของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นอัตราร้อยละ 18.8 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวทวีปยุโรปของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ คือ โปรแกรมการท่องเที่ยว คิดเป็นอัตราร้อยละ 36.8 ลักษณะการตัดสินใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวทวีปยุโรปของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ คือ ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นอัตราร้อยละ 28.2

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อบริษัทนำเข้าเที่ยวทวีปยุโรป พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ด้านผลิตภาพและคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.61) และด้านการส่งเสริมการตลาด (3.51) การจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.61) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.51) อยู่ในระดับมาก มีเพียงด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.97) ที่อยู่ในระดับปานกลาง

จากงานวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความยุ่งยากและซับซ้อน เพราะปัจจัยที่มีอิทธิพลมีหลายด้าน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้แต่ละบุคคลมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ การท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ชั้นปีที่ 1 – 4 ทุกคณะวิชา และลงทะเบียนเรียน ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 524 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ชั้นปีที่ 1 – 4 ทุกคณะวิชา และลงทะเบียนเรียน ในปีการศึกษา 2558 ได้มาโดยใช้ตารางเทียบขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 610) จากประชากรจำนวน 524 คน ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 222 คน โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ซึ่งในการสร้างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้น โดยอาศัยข้อมูลจากตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ คณะวิชา และภูมิลำเนา มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) โดยคำถามจะเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ได้เพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) โดยคำถามจะเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ได้เพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ มีลักษณะเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต โดยแบ่งการให้คะแนนออกเป็น

เกณฑ์ในการให้คะแนน

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีผลต่อปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ด้านการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ การท่องเที่ยว และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างแบบสอบถามจากตำราเอกสารต่างๆ
3. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆที่ได้เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ การท่องเที่ยว ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร กำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้สอดคล้องและครอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนรับข้อเสนอแนะต่างๆ
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแล้ว เสนอคณะกรรมการที่ปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไข สำนวน ภาษา ความครอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนรับข้อเสนอแนะต่างๆ
5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่คณะกรรมการที่ปรึกษาแนะนำแล้วนำไปหาคุณภาพของเครื่องมือโดยดำเนินการดังนี้

หาค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรง แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

การให้คะแนนผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละคนให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์

จากคะแนนดังกล่าว ผู้วิจัยนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC) ระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด โดยที่ผู้วิจัยจะเลือกคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปเป็นข้อคำถามที่นำไปใช้ได้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540: 117)

6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้ จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 \leq a \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง (บุญชม ศรีสะอาด. 2543: 96)

7. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ โดยได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการที่ปรึกษา เพื่อความถูกต้องอีกครั้ง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกำหนดการและแผนที่ได้วางไว้ โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 7 วัน

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามก่อนที่จะนำมาประมวลผล
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามมาลงรหัสตัวเลข (Code) นำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ใช้การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์โดยการนำข้อมูลมาจำแนก จัดหมวดหมู่ เชื่อมโยงข้อมูลที่ได้ วิเคราะห์ส่วนประกอบและสรุปผลโดยอาศัยความสอดคล้องและความเป็นเหตุเป็นผล



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการประเภทการท่องเที่ยวของ นักศึกษา สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ผู้ศึกษาได้แจกแบบสอบถามในโรงเรียนทั้งสิ้น 222 คน ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด 222 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้ศึกษาขอเสนอ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนก ตามเพศ คณะวิชา และภูมิลำเนา โดยแสดงเป็นจำนวนร้อยละ ผลปรากฏตามตารางดังนี้

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	152	68.5
หญิง	70	31.5
รวม	222	100

จากตาราง 1 พบว่า ประชากรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 222 คน เป็นเพศ ชาย จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 และเพศหญิง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามคณะวิชา

คณะวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ	26	11.7
ศิลปศาสตร์	50	22.5
ศึกษาศาสตร์	146	65.8
รวม	222	100

จากตาราง 2 พบว่า ประชากรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 222 คน ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาศึกษาคณะศิลปศาสตร์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และศึกษาคณะวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	10	4.5
ภาคเหนือ	10	4.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	34	15.3
ภาคใต้	168	75.7
รวม	222	100

จากตาราง 3 พบว่า ประชากรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 222 คน มี ภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 75.7 รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล และภาคเหนือ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามจุดประสงค์ของการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบที่สุด ลักษณะของการเดินทาง พาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉลี่ยต่อครั้ง โดยแสดงเป็นจำนวนร้อยละ ผลปรากฏตามตารางดังนี้

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามจุดประสงค์ของการท่องเที่ยว

จุดประสงค์ของการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับที่
เพื่อการพักผ่อน	69	31.1	1
เพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต	38	17.1	3
เพื่อความบันเทิง	60	27.0	2
เพื่อการศึกษา	29	13.1	4
เพื่อการกีฬา	26	11.7	5
รวม	222	100	

จากตาราง 4 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน มากที่สุด จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมา คือ มีจุดประสงค์เพื่อความบันเทิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0, เพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1, เพื่อการศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 และน้อยที่สุด คือ มีจุดประสงค์เพื่อการกีฬา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบที่สุด

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับที่
ทะเล/ชายหาด	85	38.3	1
ภูเขา	44	19.8	3
น้ำตก	54	24.3	2
วัดวาอาราม/โบราณสถาน	21	9.5	4
แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	18	8.1	5
รวม	222	100	

จากตาราง 5 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบที่สุด คือทะเล/ชายหาด มากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมา คือ น้ำตก จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3, ภูเขา จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8, วัดวาอาราม/โบราณสถาน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และน้อยที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามลักษณะของการเดินทาง

ลักษณะของการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับที่
เดินทางคนเดียว	46	20.7	3
ไปกับกลุ่มเพื่อน	50	22.5	2
ไปกับครอบครัว	43	19.4	4
ไปกับคู่รัก	75	33.8	1
ไปกับบริษัทนำเที่ยว/กรุ๊ปทัวร์	8	3.6	5
รวม	222	100	

จากตาราง 6 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับลักษณะของการเดินทาง มากที่สุด คือ ไปกับคู่รัก จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ ไปกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5, เดินทางคนเดียว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7, ไปกับครอบครัว จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และน้อยที่สุด ไปกับบริษัทนำเที่ยว/กรุ๊ปทัวร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับที่
รถยนต์ส่วนตัว	67	30.2	1
รถโดยสารประจำทาง	63	28.4	2
รถเช่า	26	11.7	4
รถจักรยานยนต์	51	23.0	3
รถไฟ	15	6.8	5
รวม	222	100	

จากตาราง 7 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4, รถจักรยานยนต์ จำนวน 51 คิดเป็นร้อยละ 23.0, รถเช่า จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และน้อยที่สุด คือ รถไฟ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับที่
วันหยุดติดต่อกันหลายวัน	72	32.4	2
วันเสาร์-อาทิตย์	92	41.4	1
วันธรรมดา	58	26.1	3
รวม	222	100	

จากตาราง 8 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว มากที่สุด คือ วันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 และน้อยที่สุด คือ วันธรรมดา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 ตามลำดับ

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับที่
ไม่เกิน 1,000 บาท	62	27.9	2
1,001 – 2,000 บาท	78	35.1	1
2,001 – 3,000 บาท	40	18.0	4
3,001 บาทขึ้นไป	42	18.9	3
รวม	222	100	

จากตาราง 9 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉลี่ยต่อครั้ง มากที่สุด คือ 1,001–2,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมา คือ ไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9, 2,001–3,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และน้อยที่สุด คือ 2,001-3,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว โดยจำแนกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยแสดงเป็นค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลปรากฏตามตารางดังนี้

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของ
นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร โดยรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.91	.512	มาก	1
ด้านราคา	3.81	.566	มาก	3
ด้านสถานที่	3.83	.574	มาก	2
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.67	.636	มาก	6
ด้านกระบวนการ	3.62	.519	มาก	7
ด้านบุคลากร	3.71	.514	มาก	5
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.79	.632	มาก	4
รวม	3.76	.365	มาก	

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านสถานที่, ด้านราคา, ด้านลักษณะทางกายภาพ, ด้านบุคลากร, ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น ($\bar{X} = 3.91, 3.83, 3.81, 3.79, 3.71, 3.67, 3.62$) ตามลำดับ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของ
นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้าน
ผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
ความมีชื่อเสียงของสถานที่	3.93	.821	มาก	2
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พัก	4.11	.779	มาก	1
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.83	.937	มาก	4
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม	3.78	.839	มาก	5
ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	3.90	.746	มาก	3
รวม	3.91	.512	มาก	

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร คือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พัก, ความมีชื่อเสียงของสถานที่, ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ, สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.11, 3.93, 3.90, 3.83, 3.78$) ตามลำดับ

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของ
นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้านราคา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับห้องและบริการที่ได้รับ	3.61	.774	มาก	4
ราคาในการเข้าชมสถานที่ที่มีความเหมาะสม	3.86	.778	มาก	3
ความหลากหลายด้านราคาของสินค้าและบริการ	3.89	.859	มาก	1
มีการแบ่งราคาระดับเข้าชมตามกลุ่มนักท่องเที่ยว (เด็ก, ผู้ใหญ่, ชาวต่างชาติ)	3.88	.767	มาก	2
รวม	3.81	.566	มาก	

จากตาราง 12 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร คือ ความหลากหลายด้านราคาของสินค้าและบริการ, มีการแบ่งราคาระดับเข้าชมตามกลุ่มนักท่องเที่ยว (เด็ก, ผู้ใหญ่, ชาวต่างชาติ), ราคาในการเข้าชมสถานที่ที่มีความเหมาะสม และราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับห้องและบริการที่ได้รับ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.89, 3.88, 3.86, 3.61$) ตามลำดับ

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของ นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้าน สถานที่

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
ทำเลที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก	3.75	.880	มาก	5
ที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวสะอาดเรียบร้อย	3.88	.899	มาก	2
มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ	3.78	.944	มาก	4
สถานที่ท่องเที่ยวมีอากาศและบรรยากาศดี	3.92	.831	มาก	1
มีระบบสาธารณูปโภคดี	3.83	.914	มาก	3
รวม	3.83	.574	มาก	

จากตาราง 13 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีอากาศและบรรยากาศดี, ที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวสะอาดเรียบร้อย, มีระบบสาธารณูปโภคดี, มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ และทำเลที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.92, 3.88, 3.83, 3.78, 3.75$) ตามลำดับ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของ
นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้าน
ส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์	3.76	.883	มาก	2
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ	3.83	1.05	มาก	1
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์	3.64	2.14	มาก	3
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	3.59	.805	มาก	5
การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยแผ่นพับ	3.56	.952	มาก	6
การมีส่วนลดหรือราคาพิเศษ	3.63	.859	มาก	4
รวม	3.67	.636	มาก	

จากตารางที่ 14 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์, การมีส่วนลดหรือราคาพิเศษ, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต และการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยแผ่นพับ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น ($\bar{X} = 3.83, 3.76, 3.64, 3.63, 3.59, 3.56$) ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของ
นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้าน
กระบวนการ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
สถานที่พักได้รับรางวัลที่เป็นมาตรฐาน	3.49	.759	ปานกลาง	4
สถานที่ท่องเที่ยวได้รับรางวัลมาตรฐาน	3.69	.786	มาก	1
มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล	3.68	.872	มาก	2
มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ	3.62	.856	มาก	3
รวม	3.62	.519	มาก	

จากตาราง 15 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบัน
การพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว
ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร คือ สถานที่ท่องเที่ยวได้รับรางวัลมาตรฐาน,
มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล และมีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ มีระดับความสำคัญ
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69, 3.68, 3.62$) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปาน
กลาง คือ สถานที่พักได้รับรางวัลที่เป็นมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.49$)

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของ
นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ : ด้าน
บุคลากร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ	3.57	.824	มาก	5
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.77	.749	มาก	2
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว	3.70	.819	มาก	4
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัย ที่ดี	3.78	.826	มาก	1
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรู้ความสามารถให้การ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	3.72	.774	มาก	3
รวม	3.71	.514	มาก	

จากตาราง 16 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายข้อด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร คือ เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดี, เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ, เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรู้ความสามารถให้การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว, เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว และ เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.78, 3.77, 3.72, 3.70, 3.57$) ตามลำดับ

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของ
นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายชื่อ : ด้าน
ลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป	3.86	.810	มาก	2
สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าต่อการศึกษาหาความรู้	3.90	.874	มาก	1
บรรยากาศไม่ตรีของคนในพื้นที่	3.71	.930	มาก	3
ปลอดภัยทางอากาศ ขยะ และสิ่งปฏิกูล	3.68	.887	มาก	4
รวม	3.79	.632	มาก	

จากตาราง 17 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร จำแนกตามรายด้านและรายชื่อด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าต่อการศึกษาหาความรู้, สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป, บรรยากาศไม่ตรีของคนในพื้นที่ และปลอดภัยทางอากาศ ขยะ และสิ่งปฏิกูล มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น ($\bar{X} = 3.90, 3.86, 3.71, 3.68$) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการประเภทการท่องเที่ยวของ นักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการเข้าร่วม กิจกรรมนันทนาการประเภทการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 222 คน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 222 คน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 68.5 อยู่คณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 65.8 และมีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 75.7

พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 31.1 โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบที่สุด คือการท่องเที่ยวทะเล/ ชายหาด คิดเป็นร้อยละ 38.3 ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวไปกับคู่รัก คิดเป็นร้อยละ 33.8 และใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 30.2 โดยจะเลือกช่วงเวลาการเดินทางช่วงวันหยุด เสาร์ - อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 41.4 สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉลี่ยต่อครั้งจะอยู่ที่ 1,001 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.1

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 3.91, ด้านสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 3.83, ด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 3.81, ด้านลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 3.79, ด้านบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 3.71, ด้านส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3.67 และด้าน กระบวนการ คิดเป็นร้อยละ 3.62 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการประเภทการท่องเที่ยวของ นักศึกษาการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจเลือกเรียงลำดับจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาที่มีผลมาก ไปหาปัจจัยที่มีผลน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านสถานที่, ด้านราคา, ด้านลักษณะทาง กายภาพ, ด้านบุคลากร, ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ โดยปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดส่งผลต่อนักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน โดยเป็นไปตาม หลักการของ Kotler และหลักการของ Payne ซึ่งกล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้านั้นโดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัด

จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่สำหรับธุรกิจบริการส่วนประสมทางการตลาดจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงานกระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนประสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในที่นี้คือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พัก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย นักศึกษาเลือกเป็นอันดับสอง ในที่นี้ คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีอากาศและบรรยากาศดี ด้านต่อมาคือด้านราคา ในที่นี้ คือ ความหลากหลายด้านราคาของสินค้าและบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าต่อการศึกษาค้นคว้าความรู้ ด้านบุคลากร คือ เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดี ด้านส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ และสุดท้ายด้านกระบวนการ คือ สถานที่ท่องเที่ยวได้รับรางวัลมาตรฐาน

จากประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ ได้มีการเปรียบเทียบคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ Stanton and Futrell ซึ่งกล่าวว่าปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ซึ่งอาจจะเกิดจากการได้รับการจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อมั่นทัศนคติ บุคลิกภาพและแนวคิดของผู้บริโภคเอง ในกรณีนี้เป็นนักศึกษาจึงต้องการการพักผ่อนเพื่อผ่อนคลายจึงให้ความสำคัญกับบรรยากาศเป็นอย่างดีซึ่งต้องสอดคล้องกับสถานะภาพของตนด้วย จึงเน้นความหลากหลายทางด้านราคาและบริการ จึงจะตรงกับวัตถุประสงค์ของการพักผ่อนแต่ก็ยังคงให้ความสำคัญกับการให้บริการหรือแม้แต่การประชาสัมพันธ์ด้วย สำหรับการเลือกสื่อทางวิทยุคงเพราะนักศึกษาเลือกที่จะฟังสื่อทางวิทยุมากกว่าด้านอื่นๆ และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่ถึงอย่างไรก็ยังคงให้ความสำคัญกับสถานที่ที่ต้องได้รับมาตรฐานด้วย

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาร่วมกับกระบวนการในการดำเนินธุรกิจที่พักหรือสถานประกอบการเกี่ยวกับที่พัก เพื่อให้สามารถปรับปรุงการให้บริการต่างๆ และสามารถสรรหาบริการใหม่ๆ สร้างความแตกต่างในการให้บริการเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว



บรรณานุกรม

- กัญรัตน์ ชาวเหลือง,เบญจพร แย้มจำเมืองและอรุณรุ่งทรัพย์แก้ว. (2550). การศึกษาปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวทวีปยุโรป
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. พิษณุโลก:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.
(พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กัลยา สมมาตย์. (2541). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเล
ในเขตจังหวัดเพชรบุรี.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). กองวิชาการและฝึกอบรม. การตลาดในอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). อุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: กองวิชาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่
ที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิตยาพร เสมอใจ. (2546). การตลาดธุรกิจบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เนท.
- ฉัตรปารี อยู่เย็น; และอภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์. (2552). รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยทาง
การตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ท
ในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ฉัททวารณณอม. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทย
เลือกเดินทาง ท่องเที่ยวภายในประเทศ. การค้นคว้าอิสระ. เชียงใหม่: บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชิตจันทร์ หังสสุต. (2532). หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดุษฎี ชุมสาย. ม.ล.; และ ญิบพัน พรหมโยธี (2527) ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว.(พิมพ์ครั้งที่ 1).
กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- ธิดารัตน์ คีรี. (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ
เขาใหญ่. วิทยานิพนธ์. ลพบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี. ถ่ายเอกสาร.
- ชนศักดิ์ อมตอาชาชัย. (2550). อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยว
จากจังหวัด เชียงใหม่ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ. การค้นคว้าอิสระ.
เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ธีระวิทย์ พรายแย้ม. (2545). การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศใน
การมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- ท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. (2548). พระราชบัญญัติสถาบันการพลศึกษา พ.ศ.2548.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
โอ เอส พรินต์ติ้ง เฮาส์.
- นัลวัน อังศุรณมาลี. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี. การค้นคว้าอิสระ. พิษณุโลก: บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- นุชนารถ รัตนสุขชัย. (2545). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว.
เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นพรัตน์ อาจเอี่ยม. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการ
ท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์. ลพบุรี: มหาวิทยาลัยราช
ภัฏเทพสตรี. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่:
คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปฐมลักษณ์ สุเวชวนิชย์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายใน
ประเทศของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ.
พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- ปวีณา โทณแก้ว. (2542). ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายใน
ประเทศของคนไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ปิยะวดี หิริกมล. (2545). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว
ในจังหวัดสุโขทัย. วิทยานิพนธ์. นนทบุรี: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
ถ่ายเอกสาร.

- พยอมวงศ์สารศรี. (2542). องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: พิมพ์สุภา.
- พิมลจรรย์นามวัฒน์. (2540). เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบริหาร. (พิมพ์ครั้งที่ 22). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยศพล ฌ นคร. (2543). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพยาง และแพไม้ไผ่ของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมล่องแก่ง ณ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก. วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ยูงทอง รวมสุข. (2549). ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทาง และความพึงพอใจในคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว ในการพยากรณ์ความตั้งใจกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- วรรณ วรชวานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วาร์ณี ตันติวงศ์วานิช; และคนอื่นๆ. (2545). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2546). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ. (2553 ก, กรกฎาคม 23). ผลิตภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2559, จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch7.htm>.
- (2553 ข, กรกฎาคม 23). ผลิตภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2559, จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch8.htm>.
- (2553 ค, กรกฎาคม 23). ผลิตภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2559, จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch9.htm>.
- (2553 ง, กรกฎาคม 23). ผลิตภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2559, จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch10.htm>.
- ศิริพร พงศ์ศรีไพโรจน์. (2540). องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: เทคนิค.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- ศุภริดา อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เอ. อาร์. บีซิเนส เพรส.

- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2547). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ขอนแก่น: คลังน่านวิทยา.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาวิตรี แก่นพลอย. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย**. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระเชิงวิทยานิพนธ์ปริญญา ศ.ม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สุชาติ สังข์เกษม. (2543). **เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับต้นของกรมสรรพสามิต รุ่นที่ 5**. กรุงเทพฯ: สำนักเสริมศึกษาและบริหารสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุเชษฐ์เชษฐมาศ. (2541). **วิสัยทัศน์การจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ**. ในรายงานการฝึกอบรมหลักสูตรการให้บริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: ส่วนอุทยานแห่งชาติทางทะเล สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้.
- สุพรรณาศศภาค. (2545). **ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ ศ.ม. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ. (2545). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ม.ป.พ.
- สุวิมล แม้นจริง. (2546). **การจัดการการตลาด**. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- สุโขทัยธรรมธราช, มหาวิทยาลัย. (2548). **การจัดการการตลาด**. เอกสารประกอบการสอน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย.
- แสง รัตนมงคลมาศ. (2542). **การระดมมวลชนและการมีส่วนร่วมของมวลชนการจัดตั้งองค์การการนำและการตัดสินใจทางสังคม**. เอกสารประกอบการสอนคณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2008. (2553, กรกฎาคม 8). สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2559, จาก <http://www.tourism.go.th/2009/th/statistic/tourism.php?cid=12> .
- (2553, กรกฎาคม 16). สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2559, จาก http://www.tourism.go.th/2009/upload/filecenter/file/stat_report/south/chumporn%2051.pdf.
- (2553, กรกฎาคม 16). สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2559, จาก http://www.tourism.go.th/2009/upload/filecenter/file/stat_report/south/ranong%2051.pdf .

อดุลย์ จาตุรงค์กุล; ดลยา จาตุรงค์กุล; และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล. (2546). การตลาด
บริการ. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

Baker, D.; & Crompton, J. (2000). **Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions.**
Annals of Tourism Research.

Gandhi-Arora Rachna and Shaw Robin. (2002). **Visitor Loyalty in Sport Tourism : An
Empirical Investigating.** Peer-Reviewd Journal.

Kozak, M. (2001). **Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations
across two nationalities.** Tourism Management.

Parker, A., L. (1999). **Tourism Behavior of Younger.** Dissertation Abstracts International.

Payne, A. (1993). **The essence of service marketing.** New Jersey: Prentice Hall.

Tideswell, Carmen and Faulkner, B. (1999). **Multidestination Travel Patterns of
International Visitors to Queensland.** Journal of Travel research.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

1. ชื่อ-สกุล นายชัยโรจน์ สายพันธุ์
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน ภาควิชาสันทนากการ คณะพลศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ชื่อ-สกุล นางกนกวลี พึ่งโพธิ์ทอง
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน ภาควิชาสันทนากการ คณะพลศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. ชื่อ-สกุล นางมลิวัดย์ ผิวคราม
ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน คณะศึกษาศาสตร์
สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร
4. ชื่อ-สกุล ดร.ศักดิ์ อินพริต
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน คณะศิลปศาสตร์
สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร
5. ชื่อ-สกุล นางสาวจิราภรณ์ ขาวศรี
ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ผู้สอนวิชานันทนาการและการท่องเที่ยว
สถานที่ทำงาน คณะศิลปศาสตร์
สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยวของนักศึกษา
สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ มีจุดมุ่งหมายในการสอบถาม ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร เพื่อที่จะได้นำไปใช้ประโยชน์สำหรับการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชุมพร ซึ่งแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ผู้วิจัยขอขอบคุณนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ทุกคน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

นายอมรินทร์ หัตถกิจ
นิสิตปริญญาโท สาขากีฬานันทนาการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ประเภทการท่องเที่ยวของนักศึกษา
สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ให้ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

2. คณะวิชา

☐

วิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ

☐

ศิลปศาสตร์

☐

ศึกษาศาสตร์

3. ภูมิลำเนาเดิม

☐

ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ และปริมณฑล)

☐

ภาคเหนือ

☐

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

☐

ภาคใต้

☐

กรุงเทพฯ และปริมณฑล (นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร นครปฐม)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

1. จุดประสงค์ของการท่องเที่ยว

- | | |
|---|--|
| ☐ เพื่อการพักผ่อน | ☐ เพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต |
| ☐ เพื่อความบันเทิง | ☐ เพื่อการศึกษา |
| ☐ เพื่อการกีฬา | ☐ อื่นๆ |

2. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบที่สุด

- | | |
|---|---|
| ☐ ทะเล/ชายหาด | ☐ ภูเขา |
| ☐ น้ำตก | ☐ วัดวาอาราม/โบราณสถาน |
| ☐ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร | ☐ อื่นๆ |

3. ลักษณะของการเดินทาง

- | | |
|---|---|
| ☐ เดินทางคนเดียว | ☐ ไปกับกลุ่มเพื่อน |
| ☐ ไปกับครอบครัว | ☐ ไปกับคู่รัก |
| ☐ ไปกับบริษัทนำเที่ยว/กรุ๊ปทัวร์ | ☐ อื่นๆ |

4. พาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|--|---|
| ☐ รถยนต์ส่วนตัว | ☐ รถโดยสารประจำทาง |
| ☐ รถเช่า | ☐ รถจักรยานยนต์ |
| ☐ รถไฟ | ☐ อื่นๆ |

5. ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|--|---|
| ☐ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน | ☐ วันเสาร์-อาทิตย์ |
| ☐ วันธรรมดา | ☐ อื่นๆ |

6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

- | | |
|--|--|
| ☐ ไม่เกิน 1,000 บาท | ☐ 1,001 – 2,000 บาท |
| ☐ 2,002 – 3,000 บาท | ☐ 3,001 บาทขึ้นไป |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ความมีชื่อเสียงของสถานที่					
2. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พัก					
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด					
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม					
5. ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ					
ด้านราคา					
6. ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับห้องและบริการที่ได้รับ					
7. ราคาในการเข้าชมสถานที่มีความเหมาะสม					
8. ความหลากหลายด้านราคาของสินค้าและบริการ					
9. มีการแบ่งราคาระดับเข้าชมตามกลุ่มนักท่องเที่ยว (เด็ก, ผู้ใหญ่, ชาวต่างชาติ)					
ด้านสถานที่					
10. ท่าเลที่ตั้งเดินทางไปสะดวก					
11. ที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวสะอาดเรียบร้อย					
12. มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ					
13. สถานที่ท่องเที่ยวมีอากาศและบรรยากาศดี					
14. มีระบบสาธารณูปโภคดี					
ด้านส่งเสริมการขาย					
15. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์					
16. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ					
17. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์					
18. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต					
19. การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยแผ่นพับ					
20. การมีส่วนลดหรือราคาพิเศษ					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านกระบวนการ					
21.สถานที่พักได้รับรางวัลที่เป็นมาตรฐาน					
22.สถานที่ท่องเที่ยวได้รับรางวัลมาตรฐาน					
23.มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล					
24.มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ					
ด้านบุคลากร					
25.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ					
26.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
27.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว					
28.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดี					
29.เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรู้ความสามารถให้การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
30.สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป					
31.สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าต่อการศึกษาหาความรู้					
32.อัธยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่					
33.ปลอดภัยทางอากาศ ขยะ และสิ่งปฏิกูล					



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล นายอมรินทร์ หัตถกิจ
 วัน เดือน ปีเกิด 22 ธันวาคม 2520
 สถานที่เกิด จังหวัดอุบลราชธานี
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 140 หมู่ 8 ตำบลขุนกระโทก อำเภอเมืองชุมพร
 จังหวัดชุมพร 86190
 ตำแหน่ง เจ้าพนักงานโสตทัศนศึกษา ชำนาญงาน
 สถานที่ทำงานปัจจุบัน สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร 140 หมู่ 8
 ตำบลขุนกระโทก อำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร 86190

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2539 มัธยมศึกษา
 จาก โรงเรียนพิบูลมังสาหาร
 พ.ศ.2541 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
 จาก วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุบลราชธานี
 พ.ศ. 2543 ศิลปศาสตรบัณฑิต
 จาก สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี
 พ.ศ. 2559 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
 สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยวศิลปศาสตรบัณฑิต
 จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ