

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร

ปริญญาานิพนธ์
ของ
วันเพ็ญ ชานู

เสนอตอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
กุมภาพันธ์ 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๓๖๖ ๖๖๘
๖-๖๖๖
๖ 2

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร

25 พ.ค. 2548

บทคัดย่อ
ของ
วันเพ็ญ ชานู

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
กุมภาพันธ์ 2548

h 267486

วันเพ็ญ ชานู (2548) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาว

กรุงเทพมหานคร ปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการนานาชาติ กรุงเทพมหานคร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะกรรมการควบคุม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยโรจน์ สายพันธุ์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อารมณ

นาวากาญจน์

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ในด้านต่างได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ และรายได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวกรุงเทพมหานคร 400 คน โดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1 ชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ชาวกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยด้านความปลอดภัยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาคือปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ($\bar{X} = 3.54$) และปัจจัยด้านข้อมูล ข่าวสาร การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.51$) ตามลำดับ

2 ชาวกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิง ใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ ในรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงใช้มากกว่าเพศชาย ส่วนในด้านอื่นๆ พบว่าชาวกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิง ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3 ชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศในรายด้านโครงสร้างพื้นฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยอายุต่ำกว่า 25 ปีใช้มากกว่าอายุ 25-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ส่วนในด้านอื่นๆ พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4 ชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ ในรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ใช้ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานน้อยกว่าผู้ที่มี

รายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน และในรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มีระดับการใช้ปัจจัยน้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน และ ในรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05 โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มีระดับการใช้ปัจจัยน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000ขึ้นไป

**FACTORS AFFECTING DOMESTIC TRAVELLING CHOICE OF
THE CITIZENS OF BANGKOK**

**AN ABSTRACT
BY
WANPEN CHANU**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Science degree in Recreation Management
at Snnakharnwirot University
February 2005**

Wanpen Chanu (2005) *Factors affecting domestic traveling choice of the citizens of Bangkok* Master Thesis, M Sc (Recreation Management) Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University Advisor Committees Asst Prof Chairon Saiphant, Asst Prof Dr Arom Nawakarn

The purpose of this research was to study the Factors that affect the decision making of People in Bangkok toward Selecting of Domestic Tours It compared the factor of tours in 6 aspects Resource of tours, Basic Facility, Infrastructure, Information & Communication, Safety and Souvenir On the other hand, it also compared the factors that affect the decision making in traveling of Bangkok people with the demographic of gender, age and income

The samples of this research were population of 400 Bangkok people A questionnaire was designed and used as a tool to collect data for analysis purpose Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and One way Analysis of Variance were statistical methods to analyze data

The research of the research are as follows

1 Bangkok people have concerned the overall aspects that affect the choice of domestic traveling in medium levels Moreover, it also found that Bangkok people are in the high level of information & communication acknowledgement about tourism For the other aspects Bangkok people only have the medium level of concerning

2 Bangkok and female in Bangkok have concerned the infrastructure aspect that affect the choice of domestic traveling with the statistical significant different level of 05 For other aspects, it found that there was no statistical significant difference on both male and female in Bangkok

3 Bangkok people with different ages have different aspect about facilities on there choice of traveling with the statistical significant different level of 01 For the other aspects, there was no statistical significant difference for Bangkok people with different ages

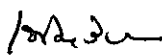
4 Bangkok people with different level of income have different aspect about infrastructure on their choice of traveling with the statistical significant different level of 01 For the other aspects there was no statistical significant difference for Bangkok people with different level of income

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร

ของ
นางสาววันเพ็ญ ชานู

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

วันที่ ๒๔ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๔๘

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์



ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยโรจน์ สายพันธุ์)



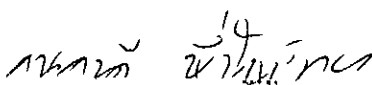
กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อารมณีน นาวากาญจน์)



กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์แผน เจียรนัย)



กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกวิทย์ พึ่งโพธิ์ทอง)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยโรจน์ สายพันธุ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อารมณ นาวากาญจน์ คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์ ในการให้คำแนะนำช่วยเหลือและตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์แผน เจียรนัย และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กนกวดี พึ่งโพธิ์ทอง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นคณะกรรมการสอบปากเปล่า และปรับปรุงข้อบกพร่องในการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณจุฑามาศ ศิริวรรณ ดร ศศิธรา พิชัยชาญณรงค์ ศาสตราจารย์ ดร สมบัติ กาญจนกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์ และ อาจารย์สมควร โพธิ์ทอง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือ สำหรับใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณพ่อสนั่น ชานู และคุณแม่ทองมา ชานู ที่ให้การอบรมเลี้ยงดู และสั่งสอนให้ผู้วิจัยเป็นคนดี มีมานะ ขยันและอดทน ตลอดจนคอยให้กำลังใจและคำแนะนำที่ดี มีคุณค่า รวมทั้งสมาชิกในครอบครัวที่ให้อำนาจใจด้วยดีเสมอมา

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนๆ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นเพื่อนที่ดีตลอดมา

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้เสียสละเวลาในการตอบคำถาม ทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี

วันเพ็ญ ชานู

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	4
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	5
ตัวแปรที่จะศึกษา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	8
ความหมายของการท่องเที่ยว	8
ความหมายของนักท่องเที่ยว	11
วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	14
ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว	14
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	16
ประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว	18
ประเภทต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว	19
แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว	20
ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย	21
ความสำคัญของการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย	23
นโยบายการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	24
กลยุทธ์ไทยเที่ยวไทย และโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน	26
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	41
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	41
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	43
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	61
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และข้อเสนอแนะ	61
ผลการวิจัย	63
อภิปรายผล	65
ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก	74
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	75
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย	81
ประวัติย่อผู้วิจัย	83

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	45
2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยที่ส่งผล ต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ	46
3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้าน ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ	47
4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ	48
5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ	49
6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้าน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยว ในประเทศ	50
7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้าน ความปลอดภัย ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ	51
8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้าน สินค้าของที่ระลึก ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ	52
9 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยในการเลือก ท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	53
10 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยในการเลือก ท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	54
11 ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน	55
12 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน	56
13 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยในการเลือก ท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	57

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน	58
15	การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก	59

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยว ถือเป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทธุรกิจการค้า ซึ่งในปัจจุบัน องค์กร และหน่วยงานต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญมาก ทั้งนี้เนื่องจาก การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ ถูกจัดขึ้นมาเพื่อรองรับผู้ที่ทำงานมาโดยตลอด ผู้ที่เกิดความจำเจ เบื่อหน่าย และความเครียด จากงานประจำ เป็นกิจกรรมที่สร้างความสมบูรณ์ให้กับชีวิต ทั้งด้านความรู้ ประสบการณ์ ความซาบซึ้งและความประทับใจ เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้มีการพักผ่อนหย่อนใจ ได้ศึกษา ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยัง ทำให้รู้ถึงขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมต่าง ๆ ของแต่ละท้องถิ่นที่ แตกต่างกันไป อีกด้วย

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย โดย สามารถสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ได้กว่าปีละ 200,000 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน ประมาณร้อยละ 5 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ รวมทั้งยังเป็นตัวจักรสำคัญที่ ทำให้ไทยฟื้นตัวจากวิกฤติเศรษฐกิจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย) นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรม ที่ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน การกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคของประเทศไทยได้อย่าง รวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งนี้นอกจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแล้ว การเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศก็มีส่วนส่งเสริม การท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถสกัดกั้นการไหลออกของเงินตราไปยัง ต่างประเทศ ทั้งยังสร้างจิตสำนึกและความภูมิใจในการเป็นไทย ปัจจุบันหลายๆ ประเทศได้ให้ ความสนใจในการส่งเสริมให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของตนเองมากขึ้น (ที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับ 1 ติดต่อกันมาหลายปี ดังจะเห็นได้จากรายงานประจำปี พ.ศ. 2540 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 220,755 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2541 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 242,177 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2542 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 235,018 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2543 มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 285,539.65 ล้านบาท (ที่มา กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

ปี พ.ศ. 2540 ประวัติศาสตร์ประเทศไทยต้องจารึกไว้ว่าเป็นปีที่ไทยประสบกับปัญหา วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงที่สุด นับเป็นจุดหักเหในการพัฒนาประเทศ จากประเทศ ที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด จนนานาประเทศต่างขนานนามว่าเป็น เสือตัวที่हांในภูมิภาคเอเชีย ต่อจากฮ่องกง สิงคโปร์ ไต้หวัน และเกาหลีใต้ กลับกลายเป็น

ประเทศแรกที่ขาดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ จนต้องขอความช่วยเหลือจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (ไอเอ็มเอฟ) และถูกยึดถือเป็นบทเรียนหนึ่งสำหรับประเทศ ที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบฟองสบู่

ในช่วงที่ประเทศไทยมีภาวะเศรษฐกิจย่ำแย่ ก็มาถูกซ้ำเติมจากเหตุการณ์เขย่าโลกที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลกระทบไปทั่วโลก แต่ไม่ว่าจะเป็นวิกฤติการณ์สหรัฐ-อัฟกัน หรือการประท้วงของชาวมุสลิม ก็คงไม่มีอะไรส่งผลต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย มากไปกว่าข่าวคราวเสียๆ หายๆ ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวที่เกี่ยวข้องเนื่องจากสภาวะสงครามอย่างแอนแทรกซ์ และการข่มขืนนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อมีข่าวทางด้านลบเกิดขึ้นก็จะเกิดผลกระทบโดยตรง ดังนั้นวิธีการเดียวที่จะลดให้การท่องเที่ยวต่างประเทศขยายตัวดังเดิม คงหนีไม่พ้นเรื่องการสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก และหนึ่งในกลยุทธ์นั้นก็คือ การชักชวนให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยเป็นอันดับแรก “หากคนไทยยังเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมาก ก็จะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าบ้านเมืองมีความปลอดภัยมากพอ” ททท จึงได้จัดกิจกรรมพิเศษเพื่อกระตุ้นตลาดในประเทศ ด้วยโครงการท่องเที่ยววันหยุดตลอดฤดู ในเมืองไทย แม้ว่าจะไม่ประสบความสำเร็จมากนัก แต่ก็ช่วยกระตุ้นให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในเมืองไทยได้ในระดับหนึ่ง (เดลินิวส์ 2544, มิถุนายน 7)

ในระยะยาวการท่องเที่ยวยังคงมีศักยภาพพอสมควร หากมีการส่งเสริมจุดแข็งที่ไทยยังมีความได้เปรียบในหลายๆ ด้าน ขณะเดียวกันก็ลดจุดอ่อน ตลอดจนแก้ไขปัญหาละเออะลื้มๆ ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2544 – 2553) อันจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระยะยาวที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยเติบโตอย่างเข้มแข็งและมั่นคง

ส่วนนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2540-2546 ในข้อ 10 ได้กำหนดไว้ว่า “สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยว และใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศ กระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยงให้มีมากขึ้น และเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่นอันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป” (คู่มืออบรมผู้นำเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์ท่องเที่ยวไทย 2544 12)

นอกจากนี้ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ได้กำหนดวาระแห่งชาติ “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน” โดยมีนโยบายเพื่อใช้การท่องเที่ยวเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่คนไทยทุกคนควรได้รับเพื่อให้มีการอนุรักษ์มรดกการท่องเที่ยวของชาติเพื่อถ่ายทอดไปยังลูกหลานตลอดไป

จะเห็นได้ว่ารัฐบาลไทยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตระหนักถึงการส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourism) เป็นเครื่องมือทางนโยบายเศรษฐกิจสังคมของรัฐ เป็นบริการและสวัสดิการ

ทางสังคมที่รัฐพึงส่งเสริมและจัดให้กับประชาชนเป็นสิทธิมนุษยชนที่รัฐควรสนับสนุนตามแนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประชากรขององค์การสหประชาชาติและเห็นได้ว่าหากมีการดำเนินการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเหมาะสมจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่จะช่วยพัฒนาโลกทัศน์ ภูมิปัญญา เป็นการยกระดับความคิด จิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อแผ่นดินเกิด สร้างความภาคภูมิใจ รักหวงแหนในทรัพยากรและสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติ (ระพี สาคริก 2530 : 9-20 , การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2533 : 21)

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่งศูนย์กลางความเจริญก้าวหน้าของประเทศ มีการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การเมือง การปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงิน การธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร ฯลฯ ซึ่งการรวมตัวของความเจริญในด้านต่างๆ นี้ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประชากรในกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การขยายตัวของจำนวนประชากรและการขยายตัวของการพัฒนาในด้านต่างๆ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินของเมือง ปัจจุบันกรุงเทพมหานครฯ มีพื้นที่รวม 1568.737 ตารางกิโลเมตร และมีจำนวนประชากร 5,844,607 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย 2546) ซึ่งเมื่อรวมกับประชากรที่แฝงเข้ามาใช้พื้นที่ของกรุงเทพมหานครทั้งแบบถาวร และแบบไปเช้าเย็นกลับแล้ว กรุงเทพมหานคร จะต้องรองรับและให้บริการประชาชนประมาณ 10 ล้านคนต่อวัน จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างมากจนเกินกว่าศักยภาพการรองรับของเมือง ได้ก่อให้เกิดปัญหาทั้งกับชาวกรุงเทพมหานครในหลายๆ ประการ เช่น การเกิดชุมชนแออัด ปัญหาขยะตกค้าง ปัญหาน้ำเน่าเสีย ปัญหาการจราจรติดขัด ปัญหามลพิษ ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาการทำงาน และรวมไปถึงปัญหาสุขภาพจิต ฯลฯ ปัญหาทางสังคมต่างๆ ที่กล่าวมานี้ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของชาวกรุงเทพมหานคร

คุณภาพชีวิตของชาวกรุงเทพมหานคร จะสมบูรณ์แบบได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปัจจัยที่ห้า เข้ามาเพิ่มเติมจากปัจจัยสี่ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และปัจจัยที่ห้าก็คือการพักผ่อน หรือ กิจกรรมนันทนาการ ซึ่งปัจจุบันพบว่ากิจกรรมนันทนาการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากของชาวกรุงเทพมหานครก็คือ การท่องเที่ยว โดยจะเห็นได้จากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (Weekend) หรือช่วงเทศกาล (Holidays) เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลประเพณีลอยกระทง ฯลฯ จะมีประชากรชาวกรุงเทพมหานคร เดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันมีการรวบรวมไว้ทั้งสิ้น 2,579 แห่ง จำแนกเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 1,386 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม 1,193 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ 513 แห่ง รองลงมาคือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 321, 320 และ 250 แห่งตามลำดับ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลางจำนวน 479 แห่ง รองลงมาคือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ ภาคใต้ จำนวน 283, 261 และ

170 แห่งตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2540 13-14) การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ในแต่ละครั้ง จึงมีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานคร

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้เกิดการศึกษาในเรื่องนี้ โดยศึกษาว่ามีปัจจัยด้านการท่องเที่ยวใดบ้างที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบและการตัดสินใจ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางนโยบายปรับปรุง และพัฒนาการวางแผนการจัดการตลอดจนจูงใจและสร้างสรรค์ค่านิยมให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวในประเทศ เป็นการเพิ่มรายได้ และป้องกันเงินตราไหลออกนอกประเทศ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1 เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสินค้าของที่ระลึก

2 เพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ และรายได้

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปพัฒนาแผนการส่งเสริมการตลาด ให้เกิดประสิทธิผล ในการโน้มน้าวให้ประชาชนตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถนำผลการวิจัยมาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 50 เขต เป็นจำนวนทั้งสิ้น 5,844,607 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย 2546)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเปิดตารางการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ได้จำนวน 384 คน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูล 400 คน วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณได้จากวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

1.2 อายุ

- ต่ำกว่า 25 ปี
- ระหว่าง 25-59 ปี
- 60 ปีขึ้นไป

1.3 รายได้

- ต่ำกว่า 10,000 บาท
- ระหว่าง 10,000-20,000 บาท
- มากกว่า 20,000 บาท

2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

2.1 การใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยว ด้าน

2.1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.1.2 โครงสร้างพื้นฐาน

2.1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก

2.1.4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

2.1.5 ความปลอดภัย

2.1.6 สินค้าของที่ระลึก

นิยามศัพท์เฉพาะ

1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่ถูกบริโภคใช้พิจารณาตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้แก่

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้กับผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น

12 โครงสร้างพื้นฐาน หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ได้แก่ ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น

13 สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วยอันได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ที่พักราคาเหมาะสม สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล ร้านอาหารที่สะอาดถูกสุขลักษณะ และการบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งอัยยาศัยไมตรีที่ดีของคนในท้องถิ่นนั้นๆ

14 การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง กรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

15 ความปลอดภัย หมายถึง ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

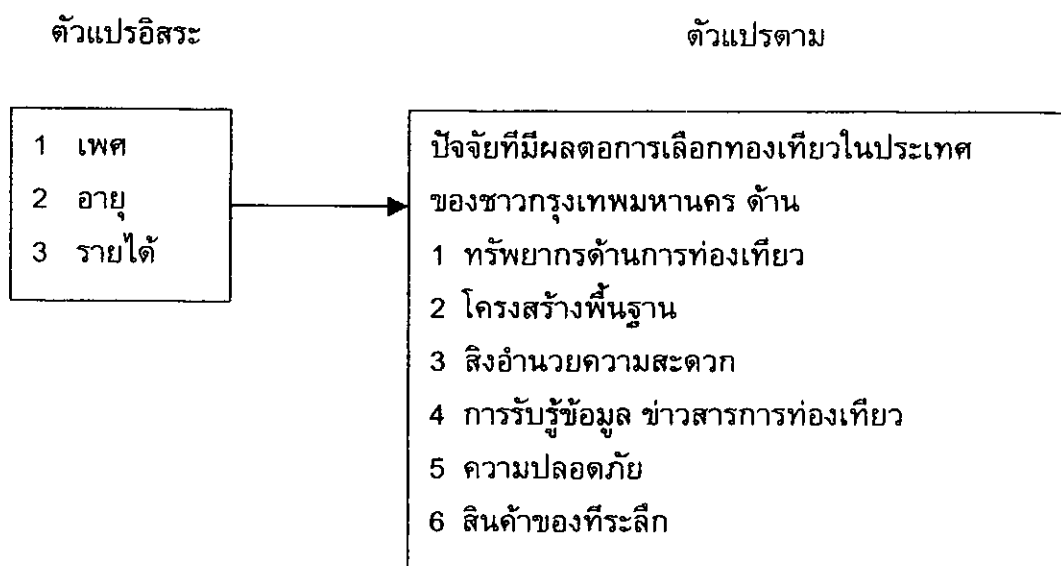
16 สินค้าของที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่วางจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และนักท่องเที่ยวเลือกซื้อ เมื่อเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ

2 การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมอย่างหนึ่งที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อจุดหมายที่เกิดประโยชน์ ในการสร้างเสริมประสบการณ์ ความรู้ และความสนุกสนาน โดยกิจกรรมที่ทำนั้นไม่ได้มุ่งหวังเพื่ออาชีพ การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการสมัครใจที่ทำให้เกิดการพัฒนาคูณภาพชีวิต

3 ท่องเที่ยวในประเทศ หมายถึง การเดินทางภายในประเทศจากที่หนึ่ง ซึ่งมักหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศสิ่งแวดล้อมเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง

4 ชาวกรุงเทพมหานคร หมายถึง คนไทยที่พำนักถาวรอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่ถิ่นที่อยู่ประจำ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ ทัศนศึกษา การกีฬา ศาสนา การประชุมสัมมนา หรือประกอบธุรกิจใดๆ เพียงชั่วคราว โดยเป็นการเดินทางไปกลับภายใน 24 ชั่วโมงหรือมากกว่า แต่ไม่เกิน 60 วัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

- 1 ชาวกรุงเทพมหานครที่เพศต่างกัน ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
- 2 ชาวกรุงเทพมหานครที่อายุต่างกัน ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
- 3 ชาวกรุงเทพมหานครที่รายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 1 1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1 2 ความหมายของนักท่องเที่ยว
 - 1 3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
 - 1 4 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว
 - 1 5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
 - 1 6 ประเภทต่างๆ ของการท่องเที่ยว
 - 1 7 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
- 2 แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว
- 3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย
- 4 ความสำคัญของการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย
- 5 นโยบายการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 6 กลยุทธ์ไทยเที่ยวไทย และ โครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน
- 7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ
- 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 8 1 งานวิจัยต่างประเทศ
 - 8 2 งานวิจัยในประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักในปัจจุบันที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมหาศาล ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้น โดยทั่วไปเรียกว่า สินค้าบริการ นักท่องเที่ยวไม่สามารถจับต้อง ตัวสินค้าได้ ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในบริการนั้นขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจในการซื้อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของผู้ซื้อที่เลือกซื้อบริการของการท่องเที่ยวด้วย

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

ประเทศไทยของเรา มีการใช้คำที่มีความหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาเป็นเวลาช้านานแล้ว โดยในระยะแรกๆ ใช้คำว่า “ไปเที่ยว” หมายถึง การเดินทางไปในที่ต่างๆ เพื่อ

ความสนุกสนานเพลิดเพลิน คำว่า “ท่องเที่ยว” เริ่มมีใช้กันมากขึ้นในปี พ.ศ. 2479 และในปี พ.ศ. 2480 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณา ความหมายของคำว่า “ท่องเที่ยว” ว่ามีความหมาย เชิง เที่ยวเตร่ เหลวโลลได้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2492 เสต็จในกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ได้ประทาน คำว่า “ทัศนาจร” ขึ้นมาใช้ ทำให้ความหมายของคำว่า “ท่องเที่ยว” เริ่มมีความหมายกว้างมากขึ้น (กองพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม 2542 2)

ในสมัยก่อนการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นยังไม่ชัดเจนมากนัก จนกระทั่งภายหลัง สงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง การท่องเที่ยวเริ่มมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากมีผู้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าในสมัยนั้นการคมนาคม ถนนหนทางจะยังไม่สะดวกก็ตาม บางครั้งไม่มีที่พักแรม ต้องไปขออาศัยบ้านของชาวบ้าน ศาลาวัด เป็นที่พักแรม แต่คนก็ยังเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆ จะเห็นได้ว่า คนเดินทาง (Travel) หลายแบบ หลายวิธี และด้วยเหตุผลต่างๆ กัน ดังนั้นเพื่อให้การเดินทางมีความหมายมากขึ้นและเป็นใน ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว จึงได้กำหนดเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

- 1 เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2 เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหา รายได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2544 3)

ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ให้ความหมายของ คำว่า Tourism ไว้ดังนี้ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ 2540 3)

- 1 การท่องเที่ยว
- 2 การเดินทางเพื่อความสำราญใจ
- 3 การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ฉะนั้นในการเดินทางท่องเที่ยวนั้น ผู้เดินทางอาจจะมีเหตุผลในการเดินทางนั้น แตกต่างกันไป เช่นเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ เดินทางเพื่อเยี่ยม ญาติ เดินทางเพื่อการศึกษา เป็นต้น ซึ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวนั้นเป็นการผ่อนคลาย ความเครียดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการงานหรือเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันพร้อมๆ กับการได้รับรู้ สัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากการดำเนินชีวิตอันเป็นปกติของเรา ทำให้เกิดความ เพลิดเพลินเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการก่อให้เกิดการเรียนรู้ และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ 2540 8)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า เป็น คำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างขวางเพราะว่ามีได้มีความหมายแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อ พักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทาง เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการ

เยี่ยมญาติพี่น้องนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้น ปรัชญาการณเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับจนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ด้วยกัน (วินิจ วิจารณ์ 2533 1-2)

ในปี ค.ศ. 1963 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาเห็นว่า เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางดังกล่ามาแล้ว จึงเห็นสมควรกำหนดคำจำกัดความของคำว่่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ต่างถิ่น (International Tourist) ให้เน้นคำที่กินความกว้างขวางขึ้นเพื่อใช้เป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่จะสามารถใช้เปรียบเทียบซึ่งกันและกันได้ต่อไป โดยการเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า "ผู้มาเยือน" (Visitors) แทนคำว่าท่องเที่ยวที่ต่างถิ่น (Tourist) ซึ่งคำว่าผู้มาเยือนให้ความหมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยเป็นประจำด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม ที่มีไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

ดังนั้นคำว่า "ผู้มาเยือน" จึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

1 นักท่องเที่ยวที่ต่างถิ่น (Tounsts) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักผ่อน ทักษะศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจ ร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น

2 นักท่องเที่ยวที่ไม่ต่างถิ่น (Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ประเทศไทยก็ได้ยึดถือคำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นที่กรุงโรมนี้ เป็นหลักในการจดบันทึกสถิติจำนวน "นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ" ซึ่งสรุปแล้วก็หมายถึงชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อ

1 มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติหรือเพื่อมาพักผ่อน ฯลฯ

2 มาร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนของศาสนา นักกีฬา นักแสดง ฯลฯ

3 มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทำงานหารายได้

4 มาเที่ยวเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

พร้อมกันนี้ก็ได้นำคำนิยามของ "นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ต่างถิ่น"

(Domestic Tounst) ไว้ว่าคือคนไทยหรือคนต่างด้าว ที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางจากจังหวัดซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอะไรก็ตามที่มีไปทำงานหารายได้ และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน (หน่วยศึกษานิเทศก์

กรรมการฝึกหัดครู 2533 19-20)

ชำนาญ ม่วงทับทิม (2527) กล่าวว่าเมื่อพิจารณาการท่องเที่ยวจากกรอบการมองในแง่บทบาทของการท่องเที่ยว อาจให้ความหมายของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 นัย คือ

ประการแรก ความหมายของการเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยที่การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ช่วยยกระดับรายได้และมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศให้สูงขึ้น และ ถือว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าออกประเภทหนึ่งที่มีมองไม่เห็นตัว

ประการที่สอง เป็นการมองในความหมายของการเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ของมนุษย์ ทั้งนี้เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็น

ในทางสังคมวิทยา การท่องเที่ยวนั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในลักษณะดังต่อไปนี้

- 1 เป็นความสัมพันธ์ (Social relation) ระหว่างบุคคลซึ่งปกติไม่เคยพบกันมาก่อน
- 2 เป็นการเผชิญหน้ากัน ระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (confrontation) ในกลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิต ภาษา ความแตกต่างกันในด้านเศรษฐกิจ ฯลฯ
- 3 พฤติกรรมของกลุ่มคนที่ต้องการผ่อนคลาย (release) จากความตึงเครียดทางเศรษฐกิจและสังคมในชีวิตประจำวัน
- 4 พฤติกรรมของคนต่างถิ่นที่ประสานกัน ระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ตนได้รับจากการดำรงชีวิตของคนต่างถิ่น ปัจจุบันได้มีนักวิชาการองค์การเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้พยายามที่จะให้คำนิยามของ “การท่องเที่ยว” โดยอาศัยเกณฑ์ต่างๆ กัน เช่น ยึดถือตามจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ช่วงระยะเวลาของการเดินทางและลักษณะของการเดินทาง ว่าอะไรใช่หรือไม่ใช่การท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีความหมายอันใดเป็นความหมายสากล หรือมาตรฐานที่เป็นข้อสรุปอันเป็นที่พอใจของทุกคน

สรุป การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อหาความสนุกสนาน เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการศาสนา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนถึงการเยี่ยมเยียนญาติมิตร โดยที่ไม่มีรายได้เกิดขึ้นจากการเดินทางในครั้งนั้น

ความหมายของนักท่องเที่ยว (Tourist)

เบอร์การ์ต และเมดิลค์ (Burkart & Medilik 1985 319-321) ให้ความหมายนักท่องเที่ยว (Tourism) คือ ชนผู้เดินทางสู่จุดหมายนอกภูมิสำเนา โดยตั้งใจจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน นักท่องเที่ยวจำแนกได้เป็นหลายประเภท และหลายระดับ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทางหรือเป็นการเยือนและเกณฑ์อื่นๆ สำหรับความหมายของนักท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนิยามของ

นักท่องเที่ยวเพื่อให้เหมาะสมกับประเทศไทย และให้สอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลกได้แก่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2533 19-20)

1 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือ ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และพำนักในประเทศไทยครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่เกิน 90 วัน และชาวต่างประเทศเหล่านี้จะต้องเดินทางเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์อะไรก็ได้ที่ไม่ใช่มาหางานทำ หรือหารายได้ในประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดดังนี้ คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2525 4-8)

1 1 เดินทางเข้ามาเพื่อท่องเที่ยว เยี่ยมญาติ เยี่ยมเพื่อน พักผ่อน การศาสนา การกีฬา การประชุม/สัมมนา การทูต

1 2 เดินทางเข้ามาเพื่อประสงค์ติดต่อทางธุรกิจ หรือทำการค้าขาย

1 3 เดินทางเข้ามาและออกไปกับเรือเดินสมุทรลำเดียวกันที่แวะจอด ณ ท่าเรือ และขึ้นมาค้างคืนบนบก

2 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ บุคคลที่เดินทางออกจากถิ่นที่ตนพำนักอยู่จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เพื่อกิจการบางอย่างหนึ่งอย่างใดเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แต่มิใช่เพื่อไปหางานทำหรือหารายได้ทั้งนี้ได้ จำแนกนักท่องเที่ยวไว้ 2 ประเภท คือ

2 1 นักท่องเที่ยวประเภทค้างแรม

2 2 นักท่องเที่ยวประเภท เข้า-เย็นกลับ ซึ่งทั้ง 2 ประเภทนี้จะประกอบด้วย

2 2 1 คนไทย (Thai National)

2 2 2 คนต่างด้าวที่พำนักภายในประเทศไทย (Thailand Residence)

2 2 3 นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเยือนประเทศไทย และท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย

3 ที่พักแรมของนักท่องเที่ยว

3 1 โรงแรมทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก

โรงแรมขนาดใหญ่ เป็นโรงแรมที่มีห้องพักจำนวน 100 ห้อง ขึ้นไป มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบถ้วน เช่น ห้องปรับอากาศ ห้องชุดพักผ่อน ห้องอาหาร ห้องประชุม สระว่ายน้ำ สถานบันเทิง สถานบริการต่าง ๆ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ตลอดจนบริการรับแลกเปลี่ยนเงินตรา บริการไปรษณีย์ บริการรถรับ – ส่ง ฯลฯ ซึ่งโรงแรมลักษณะเช่นนี้จะมีอัตราค่าเช่าห้องพัก 400 บาทขึ้นไป

โรงแรมขนาดเล็ก เป็นโรงแรมที่มีห้องพักต่ำกว่า 100 ห้อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ และอัตราค่าเช่าต่ำกว่า 400 บาท

3 2 เกสต์เฮาส์ (Guest house) หมายถึง ที่พักที่เจ้าของสถานที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว ที่พักนี้อาจจะอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ดังนี้

3 2 1 ลักษณะบ้านพักจะจัดเป็นส่วนหนึ่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

3 2 2 ลักษณะคล้ายโรงแรม แต่วิธีการและระเบียบต่าง ๆ ไม่เข้มงวดมากเหมือนโรงแรม และการคิดค่าบริการมี 2 ลักษณะ ถ้าราคาหรือค่าบริการอยู่ในอัตราสูงคือ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นห้องน้ำอยู่ภายในห้องพัก แต่ถ้าค่าบริการถูกก็จะเป็นลักษณะห้องน้ำรวม

3 3 บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน หมายถึงที่พักที่อยู่ในบ้านญาติพี่น้อง หรือเพื่อนของนักท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวพักโดยไม่ต้องจ่ายค่าเช่า

3 4 วัด หมายถึง สถานที่ประกอบกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งจัดบริเวณสวนหนึ่งให้เป็นที่พักสำหรับนักเดินทางและบริการโดยไม่คิดค่าเช่า นอกจากผู้เข้าพักจะทำบุญ ถวายวัดตามกำลังศรัทธา

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายหลายประการและบางครั้งถูกใช้ปะปนไปกับคำอื่น ๆ ในความหมายคล้าย ๆ กัน เช่น การเดินทางหรือไปทัศนศึกษา เป็นต้น ดังนั้น จึงมีผู้พยายามให้ความหมายของคำว่าการท่องเที่ยวให้ชัดเจนลงไปโดยกำหนดเป็นหลักเกณฑ์พิจารณาต่าง ๆ ขึ้นในพจนานุกรม Webster 's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าเป็นการเดินทางเพื่อความสำราญใจ และในความหมายนี้ นักท่องเที่ยว (Tourist) ก็คือผู้ที่เดินทางจากจุดหนึ่ง เพื่อไปหาสันทนาการหรือเพื่อความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น (ชัยวิช ไทยอง 2529 1)

นิคม จารุมณี (2535 85) กล่าวว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้มาเยือนใดๆ ที่พำนักในประเทศที่มาเยือนเกินกว่า 24 ชั่วโมง โดยมีจุดประสงค์ต่างๆ ดังต่อไปนี้ เพื่อธุรกิจ เพื่อการประชุม สัมมนา ครอบครัว มิตรสหาย สุขภาพอนามัย วันหยุดพักผ่อนระหว่างการปฏิบัติหน้าที่การทำงานเพื่อการกีฬา เยี่ยมญาติ ศาสนกิจ การศึกษา และเพื่อความบันเทิง

กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม ป ป 71) ได้ให้ความหมายว่านักท่องเที่ยว (Tounst) คือ ผู้เดินทางมายังพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นการไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่บุคคลท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาในพื้นที่นั้น ผู้เดินทางจะต้องไปพักแรมไม่น้อยกว่า 1 คืน (แต่ไม่เกิน 90 วัน) วัตถุประสงค์ในการเดินทางอาจเพื่อใช้เวลาว่าง (การันทนาการ การพักผ่อนวันหยุด การรักษาสุขภาพ การศึกษาเรียนรู้ การศาสนา และการกีฬา) ธุรกิจ เยี่ยมญาติ การปฏิบัติหน้าที่ และการประชุม เป็นต้น

ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมาย นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนต่างถิ่นกว่า 24 ชั่วโมงโดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมใดก็ตาม ที่มีใช่เป็นการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

สุดาพร ชูติธรรานนท์ (2542 : 39) กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวว่ามีหลายประการได้แก่

- 1 เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์
- 2 เดินทางเพื่อรวมประชุมสัมมนา
- 3 เดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้
- 4 เดินทางเพื่อการศึกษา
- 5 เดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ
- 6 เดินทางเพื่อการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง
- 7 เดินทางเพื่อการประกอบศาสนกิจ
- 8 เดินทางเพื่อทัศนศึกษา
- 9 เดินทางเพื่อสุขภาพ หรือพักผ่อน

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกัน ในหลายๆ ประการ ดังที่ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2531 : 88-90) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1 เงิน หรือ ค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายอื่นๆ เป็นต้น

2 เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3 ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน และมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

การที่ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ ได้กล่าวถึงความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีสิ่งต่างๆ เป็นตัวกระตุ้นซึ่งมีหลายประการด้วยกัน จากการศึกษาของแมคอินทอช และเกลด์เนอร์ พบว่า ตัวกระตุ้น (Motivator) ให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นมี 4 ประการคือ

1 ตัวกระตุ้นทางกายภาพ (Physical Motivators) เป็นตัวกระตุ้น เพื่อผ่อนคลายทางกายภาพหรือเพื่อร่างกาย เช่น การไปพักผ่อนร่างกาย กิจกรรมทางกีฬา การไปตากอากาศ ชายทะเล การบำบัดรักษาตามคำแนะนำของแพทย์เพื่อการรักษาสุขภาพ เป็นต้น

2 ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของดุริยางศิลป์ นาฏศิลป์ เป็นต้น

3 ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อพบปะกับคนแปลกหน้าใหม่ๆ หรือคนที่มีความคิดใหม่ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำที่จำเจ เป็นต้น

4 ตัวกระตุ้นทางด้านฐานะ และชื่อเสียง (Status and Prestige Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ต้องการยกฐานะของตนให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศ และชื่อเสียง เป็นการเดินทางประกอบธุรกิจในประเทศ การไปประชุม การศึกษา ฯลฯ เพื่อให้คนที่มีเกียรติยศและความสำเร็จในการทำงานของตน (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ 2531 88-90)

สอดคล้องกับ วิชัย เทียนน้อย (2528 3-5) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ไว้ว่ามีสาเหตุมาจาก

1 ความเคร่งเครียดในการทำงาน จากการที่เคร่งเครียดในการทำงานตลอดเวลาจะต้องใช้กำลังกายหรือกำลังความคิดอย่างมาก ด้วยเหตุนี้เองร่างกายจึงจำเป็นต้องพักผ่อน เพื่อให้การทำงานในช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพ การหยุดงานในวันสุดสัปดาห์ การปิดภาคเรียน หรือการหยุดพักร้อนของข้าราชการและคนงานทั่วไปจึงเป็นเรื่องสำคัญ การใช้เวลาว่างในช่วงระยะเวลาดังกล่าว กิจกรรมการพักผ่อนของประชากรเหล่านี้สำคัญอย่างหนึ่งคือ การท่องเที่ยว ในสถานที่ต่างๆ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวจะใกล้ชิดหรือไกลขึ้นอยู่กับระยะเวลาและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล

2 รายได้ของประชากรดีขึ้น จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้คนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานและประดิษฐ์คิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ขึ้นมาซึ่งจะทำให้ประชากรมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีเวลาว่างเหลือพอที่จะนำมาใช้เพื่อการพักผ่อน การที่ฐานะทางด้านเศรษฐกิจของประชากรดีขึ้น จะส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนและหาความรู้ให้แก่ตนเอง

3 ความสะดวกทางการคมนาคม การคมนาคมนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ส่งเสริมทำให้เกิดกิจการท่องเที่ยวปรากฏขึ้น ในสภาพปัจจุบันการไปมาติดต่อระหว่างสถานที่

ท่องเที่ยวกระทำได้สะดวกและรวดเร็ว มีการตัดถนน หรือเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ใช้เวลาและค่าใช้จ่ายไม่มากนัก จึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ประชากรอยากไปใช้บริการ และคนส่วนมากมีโอกาที่จะกระทำได้

4 มีเวลารว่าง เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี จึงทำให้เครื่องมือเครื่องใช้ที่นำมาใช้ในการผลิตมีประสิทธิภาพ มีการนำเอาเครื่องมือและเครื่องจักรชนิดต่าง ๆ มาใช้ทำงานแทนคน จึงทำให้การผลิตสินค้ากระทำได้อย่างรวดเร็ว อันเป็นสาเหตุอย่างหนึ่งที่ทำให้คนมีเวลารว่างเพิ่มมากขึ้นและมีเวลารว่างพอที่จะนำไปใช้แสวงหาความสุขทางด้านการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ได้ตามโอกาสและสภาพทางเศรษฐกิจเอื้ออำนวย

5 จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จากการที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้สภาพชุมชนในเมืองเกิดสภาพความแออัด สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปเกิดมลภาวะ สถานที่ท่องเที่ยวภายในเมืองมีจำกัด และสถานที่ท่องเที่ยวตามชนบทได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างมากมาย เพื่อสนองต่อจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความต้องการสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเมืองจะหาโอกาสเดินทางท่องเที่ยวไปในท้องที่ชนบทและจะมีประชากรในชนบทบางส่วนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมือง ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมมากมาย เป็นที่ตื่นตาตื่นใจของชาวชนบท ดังนั้นจึงพอจะชี้ให้เห็นได้ว่าการที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น ความต้องการสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างถิ่น หรือต่างแดนจึงเพิ่มมากขึ้นด้วย

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวนับว่าปัจจัยสำคัญ เพราะนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นผลดีแก่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปด้วย กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง คือ

1 นักท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย ลักษณะของนักท่องเที่ยว การกระจายของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวและทัศนคติของนักท่องเที่ยว

2 สินค้าท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือเป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้า และบริการ หลายประเภททั้งที่เป็นรูปธรรม และนามธรรมเข้าไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อสังหาริมทรัพย์ และสาธารณูปโภค สินค้าเหล่านี้มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวจะต้องเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวซื้อ (ไปเที่ยว) และเกิดความประทับใจ (Attraction) เพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่างๆ หลากหลาย เช่น คุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้นๆ ทิวทัศน์ หรือทัศนียภาพ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เป็นต้น

3 การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ เช่น รูปแบบการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางท่องเที่ยว บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก รูปแบบ หรือปัญหาการจราจร เป็นต้น

4 ข้อมูลข่าวสารและบริการ ข้อมูลข่าวสารเป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่ เอกสารแนะนำ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว การส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ๆ การอบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การจัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

5 ความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าเมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่ได้เดินทางเข้าสู่ประเทศ โดยให้ความสะดวกในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้

5 1 ระเบียบพิธีการเข้าออกเมือง เช่น การทำวีซ่า และศุลกากร

5 2 การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร

5 3 บริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานีขนส่งกับที่พัก

5 4 การอำนวยความสะดวก แก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่ง และท่าอากาศยาน

6 องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจได้แก่

6 1 การไฟฟ้า มีเพียงพอและใช้การได้ดีไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ รวมทั้งความปลอดภัย

6 2 การประปา สะอาดถูกหลักอนามัย และมีปริมาณเพียงพอแก่การบริการ

6 3 การสื่อสาร โทรเลข โทรศัพท์ โทรสาร สะดวก รวดเร็ว และมีปริมาณของหน่วยบริการเพียงพอ

6 4 ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล

6 5 สถานพยาบาล และโรงพยาบาล ที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และคำรักษาพยาบาลอยู่ในอัตรายุติธรรม

7 การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเงิน การธนาคาร ระเบียบต่างๆ สถานที่ศึกษา แหล่งค้นคว้าต่างๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีจิตต่อกัน (วรรณ วลัยวานิช 2539 19-23)

ประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว

วรรณ วรชวานิช (2539 17-18) ได้แบ่งประเภทการท่องเที่ยว ออกเป็น

2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ จะต้องมึสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย การโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจ โดยเฉพาะของสถานที่นั้นเช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านขบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศ และอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำ การท่องเที่ยวต่างประเทศนี้ ขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่ มักจะมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่น ๆ หลายอย่างกวาประเทศที่มีขนาดเล็ก แต่บางครั้งการเดินทางไกล ๆ ก็อาจจะเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงได้

นอกจากนี้ การท่องเที่ยว ยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วย ตัวอย่าง เช่น การไปท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดอาจจะเป็นการไปตากอากาศ ชมสภาพบ้านเมือง หรือไปดูชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท รวมถึงการไปเยี่ยมเยือนเพื่อนฝูง เป็นต้น จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว อาจแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยว ออกได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1 การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อเปลี่ยนสถานที่พักอาศัย ฯลฯ การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจจะรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกที่กครึกโครม

3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ ทั้งในแง่ มานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือการแสดงต่าง ๆ

4 การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวประเภทนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรกเป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย การท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อดูนก ตกปลา หรือส่องสัตว์ เป็นต้น

5 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ซึ่งผู้ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่ปึงจยดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือโรงแรม และระบบการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มจะสูงขึ้นเรื่อยๆ

6 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษาดูงาน หรือวิจัยหรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยว เพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย จัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอีกอย่างหนึ่ง

ประเภทต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

เดิมนั้นการท่องเที่ยวจะเป็นไปตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีโดยธรรมชาติ ต่อมามีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ จนถึงขั้นที่มนุษย์จัดสร้างแหล่งท่องเที่ยว หรือดัดแปลงให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ ขึ้นมาเองเพื่อสนองความต้องการ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท ตามที่ อนุชนย์ ตรีภูมิ อธิบายไว้ดังนี้ (2544 : 15)

1 แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ได้แก่ พระราชวัง สิ่งก่อสร้าง และอาคารที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ รวมทั้งอนุสาวรีย์ต่างๆ ด้วย

2 แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน ได้แก่ วัด โบสถ์ เจดีย์ ศูนย์กิจกรรมศาสนา

3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก

4 แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีประจำท้องถิ่น

5 แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานเริงรมย์ ได้แก่ โรงภาพยนตร์ โรงละคร

6 แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรม เครื่องจักสาน การทอผ้า ทำร่ม เป็นต้น

7 แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ได้แก่ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนสนุก สวนกีฬา หรือย่านท่องเที่ยวอันเกิดจากกิจกรรมของประชาชนแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดนี้ อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวถาวร หรือ มีกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดทั้งปีอย่างสม่ำเสมอและแหล่งท่องเที่ยวชั่วคราวที่มีขึ้นตามช่วงเวลาที่มีเทศกาลเท่านั้น

แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวหรือการทัศนศึกษาถือเป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทหนึ่ง ที่สร้างความสนุกสนานในการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์อีกทางหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมจากบุคคลทั่วไปทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากการท่องเที่ยวและการทัศนศึกษา จะทำให้ผู้ท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์ สร้างความประทับใจ และซาบซึ้งในสิ่งที่ตนเองสัมผัสแล้ว การท่องเที่ยวยังเป็นยังเป็นการสร้างเศรษฐกิจของคนในชุมชนนั้นๆ ด้วย เป็นการกระจายรายได้ให้แก่ท้องถิ่น เป็นการสร้างงานให้กับคนในพื้นที่โดยไม่ต้องเดินทางไปทำงานในเมืองหลวงหรือที่อื่นๆ จะเห็นได้ว่ากิจการการท่องเที่ยวให้ประโยชน์ในทุกๆ ด้าน ที่เห็นได้ชัดเจนและใกล้ตัวมากที่สุดคือ การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และสร้างความสุขให้กับตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมนันทนาการ

การท่องเที่ยว และทัศนศึกษา เป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทธุรกิจการค้า ปัจจุบันมีองค์กรและหน่วยงานต่างๆ ให้ความสำคัญและจัดเป็นการท่องเที่ยวแบบกลุ่ม (Package Tours) ซึ่งสร้างความสะดวกสบายและให้ความสุขแก่นักท่องเที่ยวนับตั้งแต่เรื่องการเดินทาง ที่พัก อาหาร การกิน การแนะนำกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนการบริการและอำนวยความสะดวกทุกประเภท แม้กระทั่งการทำหนังสือเดินทาง (Passport) ในกรณีที่ทัศนศึกษาหรือท่องเที่ยวต่างประเทศ

สำหรับกิจกรรมด้านนันทนาการที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องต่างๆ มีดังนี้

1 ด้านศิลปะ และ ดนตรี หมายถึง กิจกรรมที่แสดงศิลปะ และดนตรี รวมถึงกระบวนการผลิตศิลปะ และดนตรี ที่เป็นแหล่งรวบรวมผลงานทางด้านนี้ เช่น พิพิธภัณฑ์ โรงละคร ศูนย์วัฒนธรรม หอศิลป์ โรงภาพยนตร์ สังกัดศาลา เป็นต้น

2 ด้านวรรณกรรม และประวัติศาสตร์ หมายถึง กิจกรรมทัศนศึกษาที่เน้นการศึกษาทางด้านวรรณกรรม และประวัติศาสตร์ เช่น วัด โบราณสถาน หอสมุดแห่งชาติ หอสมุดสำหรับประชาชน อุทยานประวัติศาสตร์ สถานที่ประวัติศาสตร์ ทางด้านวรรณกรรม เช่น อนุสาวรีย์สุนทรภู่ หลักศิลาจารึก สถานที่หรือเมืองโบราณ เป็นต้น

3 ด้านการติดต่อสื่อสารคมนาคม คือ กิจกรรมทัศนศึกษาที่เน้นในด้านกิจกรรมการติดต่อสื่อสารคมนาคม เช่น ทัศนศึกษา ระบบสถานีวิทยุ โทรทัศน์ สถานีรถไฟ ท่าเรือ ท่าอากาศยาน เป็นต้น

4 ด้านสถานที่ราชการ เป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาการบริหารหน่วยงานขององค์กรของรัฐ เพื่อให้เข้าใจการดำเนินงานของราชการ เช่น ทำเนียบรัฐบาล รัฐสภา กระทรวง ทบวง กรม โรงเรียน ศาลากลาง โรงพยาบาล ค่ายทหาร สนามบิน เป็นต้น

5 ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เป็นกิจกรรมทัศนศึกษาเน้นทางด้านศึกษาเรียนรู้ สัมผัส เข้าใจ ก่อให้เกิดความซาบซึ้งประทับใจ และก่อให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวศึกษา อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนสัตว์ สวนรุกขชาติ พฤษภานักษัตร

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ป่าเขา ลำธาร ด่านน้ำลำธาร ทรัพยากรธรรมชาติที่หายาก เช่น ถ้ำ น้ำ ภูเขา พันธุ์ไม้ เป็นต้น

6 ด้านโรงงาน และสถานที่เพื่อการผลิต เป็นกิจกรรมทัศนศึกษาเน้นเรื่อง กรรมวิธีการกระบวนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม หรือ อุตสาหกรรมท้องถิ่น เช่น ฟาร์ม โรงงานผลิตบน โรงงานผลิตน้ำมัน สิ่งทอ เครื่องเขิน กระดาษ ผลิตภัณฑ์ผ้า เป็นต้น

7 ด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี เช่น พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ศูนย์คอมพิวเตอร์ ห้องฟ้าจำลอง นิทรรศการทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี

8 แหล่งพัฒนาสุขภาพอนามัย เช่น ศูนย์ฝึกกีฬา ศูนย์สุขภาพ

ถ้าจะพิจารณาถึงความต้องการในขั้นพื้นฐานแล้ว การท่องเที่ยวแม้ไม่ใช่ปัจจัยสี่ที่คนเรามีความต้องการ แต่การท่องเที่ยวก็เป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นกิจกรรมนันทนาการ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของคนในการเสริมสร้างประสบการณ์และแนวความรู้ใหม่ๆ ได้พบได้เห็นและได้สัมผัสกับธรรมชาติและวิถีชีวิตที่เป็นอยู่โดยตรง การท่องเที่ยวจะทำให้คลายความเครียดจากการเหน็ดเหนื่อยต้องงานในหน้าที่ประจำ เป็นการสร้างสรรค์ในแนวความคิด เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ และเห็นถึงคุณค่าของแหล่งวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนช่วยกันรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นมรดกของคนรุ่นหลังต่อไป (สมบัติ กาญจนกิจ 2540 120 – 121)

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย

จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นนั้น ย่อมแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เริ่มมามีความสำคัญต่อประเทศไทยนั้นอาจแยกได้เป็น 2 ด้านใหญ่ๆ อันได้แก่ ความสำคัญทางเศรษฐกิจ และความสำคัญทางสังคม (ททท 2529 3-4)

ในแง่เศรษฐกิจนั้น การท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญอยู่ยาวนานประการ ได้แก่

1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศเป็นจำนวนมากคือ ในพุทธศักราช 2527 การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ 27,311 ล้านบาท และในพุทธศักราช 2528 เป็นเงิน 31,768 ล้านบาท ซึ่งนับเป็นรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกประเภทอื่นๆ นอกจากรายได้สุทธิในรูปเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยลดการขาดดุลการค้าของประเทศไทยได้กว่าร้อยละ 30 ของการขาดดุลการค้าทั้งหมดอีกด้วย

2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลจะมีผลทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว

3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคเมื่อเกิดการท่องเที่ยวเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมินาณนั้นๆ

ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งมีผลในหลายๆ รูปแบบทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอีกทางหนึ่ง

4 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้นๆ

5 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุ การลงทุนในแง่เงินจึงไม่มาก แต่ได้ผลตอบแทนสูง ในระยะเวลานั้น

6 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตหมุนเวียนเป็นวงจรภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานของประชาชน เป็นการลดการว่างงานลง รายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลมีรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ มากยิ่งขึ้น

ส่วนในด้านสังคมนั้น การท่องเที่ยวก็มีความสำคัญและผลกระทบในทางที่ดีอยู่หลายประการ อาทิ เช่น

1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ซึ่งเป็นการนำเอาความเจริญและมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีไปสู่ชนบท

3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติให้มีการสืบทอดต่อไป

4 การท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาความแตกต่างระหว่างสังคมเมืองกับสังคมชนบท รวมทั้งปัญหาการหลั่งไหลย้ายถิ่นฐานเข้าหางานทำในเขตเมืองของชาวชนบท

5 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปแบบของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือนเป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลอดจนความสำคัญในแง่เศรษฐกิจและสังคมนานาประการดังกล่าว จึงทำให้รัฐบาลให้ความสนใจต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังเช่นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 – 2529) ถึงกับได้มีการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 3 ประการ คือ (ททท 2527 : 24-26)

1 เพื่อช่วยแก้ไขการขาดดุลการชำระเงิน โดยคำนึงถึงรายได้เงินตราต่างประเทศสุทธิเป็นสำคัญ

2 เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นฐานทางเศรษฐกิจ ในส่วนภูมิภาคที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม ที่ต่อเนื่องกันเป็นแหล่งสร้างงาน กระจายรายได้ และความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาค

3 เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อันดีงาม โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ อันเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสังคม

นอกจากนี้ในแผนยังได้กำหนดเป้าหมายสำคัญไว้คือ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 2,100,000 คน เป็น 2,900,000 คน ในพุทธศักราช 2525 เป็น 41,700 ล้านบาท ในพุทธศักราช 2529 และให้มีการสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมในธุรกิจท่องเที่ยวถึง 2,000,000 คน

ความสำคัญของการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย

นอกเหนือจากภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งมักจะนึกกันไปถึงการชักชวนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศแล้ว หากจะมองกันไปถึงการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยด้วยกันก็จะเห็นวาก็มีความสำคัญอยู่ไม่น้อย กล่าวคือ การท่องเที่ยวนั้นในแง่ของการท่องเที่ยวภายในประเทศ เมื่อมีการเดินทางของประชาชนจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังอีกท้องถิ่นหนึ่งก็ย่อมก่อให้เกิดอุปสรรคในด้านการอุปโภคบริโภค และบริการ และการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคและการใช้บริการเหล่านั้น ซึ่งย่อมเป็นเหตุให้มีการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติขึ้นมาผลิตเพื่อสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นอย่างเพียงพอ จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในประเทศจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตทางเศรษฐกิจสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (ททท 2529 6)

จากรายงานการสำรวจเบื้องต้นเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2524 พบว่าในรอบปี 2523 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆ ภายในประเทศเป็นจำนวนถึง 15,517,000 คน หรือร้อยละ 78.25 ของยอดนักท่องเที่ยวทั้งหมด ทั้งนี้โดยรวมถึงการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวทั้งหมด ทั้งนี้โดยรวมถึงการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว ธุรกิจ เยี่ยมญาติ ตลอดจนเพื่อศาสนาและวัฒนธรรม โดยทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางเฉลี่ยปีละ 1.79 ครั้ง โดยมีระยะเวลาพักแรมเฉลี่ย 2.3 วันต่อครั้ง และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยตกถึงคนละ 266 บาทต่อวัน (ททท 2524 4) หากคิดจากสถิติเหล่านี้โดยคร่าวๆ ก็จะเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเหล่านี้มีส่วนต่อการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในประเทศถึงกว่าปีละหมื่นล้านบาท ซึ่งเป็นตัวเลขที่ชี้ให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย ซึ่งสมควรที่จะได้รับการส่งเสริมไม่น้อยไปกว่าการชักจูงให้ชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

นอกจากนั้นแล้วการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างกว้างขวางซึ่งหมายถึงการชักจูงและส่งเสริมให้ประชาชนคนไทยรักการท่องเที่ยวและนิยมเดินทางไปยังที่

ต่าง ๆ ยังเป็นการทำให้บริการต่าง ๆ อันเป็นองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ อาทิเช่น การคมนาคม ตลาดร้านค้า และบริการนำเที่ยว มีความเจริญก้าวหน้าติดตามไปด้วย อันนับได้ว่านอกจากจะเป็นการพัฒนาท้องถิ่นทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมโดยตรงแล้ว ยังเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกประการหนึ่งด้วย

ดังนั้นการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศย่อมมีความสำคัญเกี่ยวโยงไปถึงการพัฒนาส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท. 2528 : 6-8) ก็ยังได้วางกรอบของการปฏิบัติงานด้านหนึ่งที่จะส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ นี้ การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังย่อมมีความสำคัญ (ททท. 2524 : 5) เป็นอย่างยิ่งและควรนำนโยบายเรื่องนี้มาพิจารณาหาแนวทางดำเนินงานส่งเสริมอย่างจริงจัง ซึ่งนอกจากจะเป็นการวางรากฐานรองรับการท่องเที่ยวจากชาวต่างชาติแล้ว ยังเป็นผลดีต่อการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในประเทศโดยส่วนรวมอีกด้วย

นโยบายการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดแผนนโยบายการดำเนินงานของการท่องเที่ยวไว้ดังต่อไปนี้

- 1 ส่งเสริม ชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยรับด่วน
- 2 ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ประชากรทุกภูมิภาค
- 3 อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด
- 4 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น
- 5 เพิ่มความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่าง ๆ ในประเทศไทย ด้วยความมั่นใจ ในความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สินของตนและหมู่คณะ
- 6 ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวแก่คนไทย สร้างกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

ยุคเริ่มต้นของ อ.ส.ท. ในปี พ.ศ. 2503 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนเพียง 81,340 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 196 ล้านบาท ในช่วง 10 ปีแรก คือระหว่างปี

พ.ศ. 2503 – 2512 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 19.56 ต่อปี ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2512 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประมาณ 469,784 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,7770 ล้านบาท

หลังจากที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมประจำปี สมาคมแปซิฟิก แอเรีย ทราเวล แอสโซซิเอชัน (Pacific Area Travel Association) ต่อมาเปลี่ยนเป็นแพซิฟิก เอเชีย ทราเวล แอสโซซิเอชัน (Public Asia Travel Association หรือ PATA) ในปี พ.ศ. 2512 ประเทศไทยก็เป็นที่รู้จักของนักธุรกิจการท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เป็นสมาชิกของ PATA กว่า 1,000 คน กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ซึ่งเป็นสถานที่จัดประชุม จึงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั่วโลก ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประเทศไทยในปี พ.ศ. 2513 ถึง 628,671 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2,175 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2513 – 2522 อัตราเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยเฉลี่ยร้อยละ 13.71 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2522 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประเทศไทยประมาณ 1.59 ล้านคน มีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 11,232 ล้านบาท

นับแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยได้มองเห็นว่า การท่องเที่ยวอันจะมุ่งเน้นเฉพาะเรื่องการค้า การส่งเสริมเผยแพร่ให้ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวให้มากอย่างเดียวไม่ได้ ยังจะต้องทำหน้าที่ทางด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อจัดและป้องกันปัญหาการบริการท่องเที่ยวที่ขาดคุณภาพ ตลอดจนสามารถลงทุนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเป็นรูปร่าง และมีแนวทางที่เด่นชัดในการปฏิบัติงานด้านการตลาดและพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กันไป กล่าวคือ ทางด้านการตลาด ก็ได้มีการวางแผนการดำเนินงาน โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างมีระบบ มีการจัดลำดับพื้นที่เป้าหมายด้านการตลาด มีการวิจัยตลาดเพื่อนำข้อมูลมาใช้ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดแต่ละตลาดอย่างถูกต้องตามหลักวิชา ขณะเดียวกัน ก็มีการสำรวจศึกษาความเหมาะสม และวางแผนหลักในพื้นที่ต่างๆ ที่มีแนวโน้มที่น่าจะสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีต่อไปในอนาคต

ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2523 ถึง ปี พ.ศ. 2530 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10.53 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2523 มีนักท่องเที่ยวมาเยือนประมาณ 1.85 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2530 เข้ามาเยือนจำนวน 3.48 ล้านคน

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากรัฐบาลมากขึ้น ได้มีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (ระหว่าง ปี พ.ศ. 2520 – 2524) ซึ่งเป็นครั้งแรกที่มีการบรรจุเรื่องของการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และต่อมาการท่องเที่ยวก็ได้รับการบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตลอดมา

ในปี พ.ศ. 2530 รัฐบาลได้ประกาศโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชื่อว่า “ปีท่องเที่ยวไทย” เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในพระราชพิธีมหามงคล

เฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ และพิธีรัชมิ่งคลาภิเษก หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ต่างรวมพลังทั้งด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง จนทำให้ปี พ.ศ. 2530 เป็นปีที่นักท่องเที่ยวเข้ามามากถึง 3.48 ล้านคน ทำให้มีอัตราเพิ่มสูงมากถึงร้อยละ 23.59 ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 50,023 ล้านบาท ทั้งยังส่งผลให้ปี พ.ศ. 2531 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากอีกเช่นกันถึง 4.23 ล้านคน โดยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 21.4 ทำรายได้เป็นเงิน 78,859 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ. 2532 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประมาณ 4.8 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินที่สูงถึงประมาณ 96,386 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2538 เป็นเงิน 190,765 ล้านบาท

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

ในปี พ.ศ. 2542 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาประเทศไทย 8.58 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2541 ร้อยละ 10.50 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 253,018 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.78

ทั้งนี้ คาดว่าในปี พ.ศ. 2543 มีแนวโน้มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามายังประเทศไทยอย่างน้อย 9.12 ล้านคน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวในประเทศประมาณ 55.05 ล้านคน-ครั้ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

กลยุทธ์ไทยเที่ยวไทย และโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้หากกลยุทธ์ให้คนไทยเที่ยวไทย และได้จัดตั้งโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1 ปรับปรุงโครงการช่ายคมนาคมในประเทศไทย

1.1 แก้ไขปัญหาการจราจร “คอขวด” ด้านการเดินทางออกจากกรุงเทพฯ ในทุกช่องทางเข้าออก เฉพาะถนนวิภาวดีรังสิต ก่อนถึงสนามบินดอนเมือง

1.2 ปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนที่มีอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ขยายการคมนาคมขนส่งมวลชนอย่างอื่นนอกจากรถยนต์ เพื่อลดความคับคั่งและมลภาวะ เช่นรถรางไฟฟ้า เชียงใหม่ ภูเก็ต นครราชสีมา

1.3 ปรับปรุงการคมนาคมทางรถไฟให้มีความสะดวก สะอาด และรวดเร็ว เร่งรัดโครงการ รถไฟ ความเร็วสูงเมื่อถึงเวลาอันควร

- 1 4 เชื่อมและขยายโครงข่ายคมนาคมให้เกิดวงแหวนหลายรอบให้ถึงกันเป็นวง
- 1 5 เร่งรัดการสร้างสนามบินนานาชาติแห่งที่ 2 ในกรุงเทพ
- 1 6 ยกระดับมาตรฐานของขนาดและคุณภาพของผิวจราจร
- 1 7 ปรับปรุงเส้นทางการคมนาคม ทั้งในด้านคุณภาพของถนน และการลด

ระยะทาง

1 8 ปรับปรุงถนนในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ พร้อมทั้งปรับปรุงภูมิทัศน์ในช่องทางที่เข้าสู่ชายหาด เช่น เกาะสมุย

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

3 สร้างความเข้าใจกับบุคลากรทั้งใน ททท หน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง กับ สภาพของปัญหาการท่องเที่ยว มีวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจใหม่ (Mission) สร้างเครือข่าย เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ มีประสิทธิภาพ และมีการแก้ไขอุปสรรคร่วมกัน

4 ใช้นโยบายนานาฟ้าเสรีในประเทศ เพื่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคา บริการ และคุณภาพของสายการบินต่างๆ

5 ปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวให้ทันสมัย และจัดให้มีการแจกแผนพับข้อมูล ณ จุดที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงง่าย

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

7 จัดทำโครงการ “ไทยเที่ยวไทย แบบวีไอพี VIP” สำหรับผู้มีรายได้สูง

โครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน

โครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนนี้ รัฐบาลกำหนดให้เป็นวาระแห่งชาติ โดยขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน นอกจากนี้รัฐบาลยังจัดสรรงบประมาณให้โครงการนี้เพื่อใช้ในการสนับสนุนด้านการตลาดและการพัฒนากิจกรรมแก่ทั้ง 76 จังหวัด รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ตลอดทั้งปี และการพัฒนาแพคเกจพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายร่วมกับภาคเอกชนรวมทั้งสิ้นประมาณ 600 ล้านบาท โดยโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน จะเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าปกติประมาณ ร้อยละ 40 ตั้งแต่ค่าใช้จ่ายในด้านที่พัก การจ่ายค่าซื้อสินค้า การเดินทางหรือการเติมน้ำมัน รวมทั้งยังมีการชิงโชครางวัลต่างๆ และมีการทำบัตรท่องเที่ยวทั่วไทยเพื่อเป็น

ส่วนลดในการท่องเที่ยว ผู้ที่เข้าโครงการจะสามารถเข้าร่วมกิจกรรมชิงรางวัลทุกเดือน

(<http://www.tfrc.co.th/tfrc/cgi>)

โครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนจะมีหัวข้อในการรณรงค์ และมีการจัดกิจกรรมหลัก กิจกรรมรองและกิจกรรมสนับสนุนที่สอดคล้องกับหัวข้อในการรณรงค์ในแต่ละเดือน เพื่อใช้โน้มน้าวในการกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวคนไทย และตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังต่อไปนี้

เดือนมกราคม หัวข้อการรณรงค์ คือ อลังการตำนานแผ่นดิน ลีเจนด์ ออฟ คิงดอม (Legends of Kingdom) กิจกรรมหลัก เน้นการจัดแสดงแสงเสียง ซึ่งจะเริ่มพร้อมกันในวันที่ 19 มกราคม 2545 ในพื้นที่ 9 แห่งทั่วประเทศ คือ กรุงเทพฯ เชียงราย สุโขทัย กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา นครราชสีมา ศรีสะเกษ และ ลพบุรี โดยการกำหนดราคา คาบิตรเข้าชมในราคาเดียวกันคือ 250 บาท เป็นต้น

เดือนกุมภาพันธ์ หัวข้อการรณรงค์ คือ เทศกาลเมืองและดอกไม้ ฟลาวเวอร์ พาราไดซ์ (Flower Paradise) กิจกรรมหลัก ประเพณีมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่ งาน ไม้ดอกไม้ประดับ การตกแต่งไม้ดอกไม้ประดับในพื้นที่รอบเกาะรัตนโกสินทร์ ในสวนสาธารณะ บริเวณจุดเข้าเมืองหลัก อาทิ ดอนเมือง ภูเก็ต เชียงใหม่ รวมถึง การจัดกิจกรรมหลักทั่วประเทศไทย ไปเยือนสวนดอกไม้ในจังหวัดต่างๆ เช่น งานเกษตรแฟร์ เป็นต้น

เดือนมีนาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ ธรรมชาติพิภพดนตรี ซัมเมอร์ มิวสิค แอนด์ สปอร์ต เฟสติวัล (Summer Music & Sport Festival) กิจกรรมหลักเน้นดนตรีและกีฬา ได้แก่ มหกรรมลูกทุ่งไทยจังหวัดสุพรรณบุรี เทศกาลดนตรี พัทยา มิวสิค เฟสติวัล (Pattaya Music Festival) และ หัวหิน แจ๊ส เฟสติวัล (Hua Hin Jazz Festival) และงานว่าวไทยและ ว่าวนานาชาตินครพนม แม่น้ำโขงไตรกีฬา การแข่งขันจักรยานเสือภูเขา เป็นต้น

เดือนเมษายน หัวข้อการรณรงค์ คือ เย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ สงกรานต์ สเปเชียลเดอร์ (Songkran Splendors) กิจกรรมหลัก เน้นประเพณีสงกรานต์ ได้แก่ งาน มหาสงกรานต์ใน 7 พื้นที่ ที่จะส่งเสริม ยิ่งใหญ่ระดับนานาชาติ คือ กรุงเทพฯ สมุทรปราการ พระนครศรีอยุธยา เชียงใหม่ สงขลา หนองคาย นครศรีธรรมราช และการเฉลิมฉลอง 220 ปี กรุงรัตนโกสินทร์ เป็นต้น

เดือนพฤษภาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ อร่อยทุกไร่ชิมไปทุกสวน เดอะ ฟรุต เฟสติวัล (Thai Fruit Festival) กิจกรรมหลักเน้นเรื่องผลไม้ ได้แก่ การจัดงานเที่ยวเยือนสวนผลไม้ทั่วประเทศ อาทิ ระยอง หนองบัวลำภู ราชบุรี นครราชสีมา งานวันผลไม้ที่เมือง พัทยา จังหวัดชลบุรี งานเทศกาลชิมไวน์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น

เดือนมิถุนายน หัวข้อในการรณรงค์ คือ ผจญภัยใจสีเขียว กรีน แอดเวนเจอร์ เฟสติวัล (Green Adventure Festival) กิจกรรมหลัก เน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และผจญภัย ได้แก่ Eco Tourism Mart, Amazing Thailand and Grand Sale กิจกรรมท่องเที่ยวทะเลทั่วไทย

6 จังหวัด กิจกรรมป็นหน้าผา ปั่นเสือภูเขา 8 จังหวัด กิจกรรมเดินป่าลงไพร 11 จังหวัด กิจกรรมผจญภัยในค่ายทหาร 8 จังหวัด เป็นต้น

เดือนกรกฎาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ โรจน์เรืองเมืองศิลป์ ไทย อิลิแกนซ์ (Timeless Thai Elegance) กิจกรรมหลักเน้นงานประเพณีเข้าพรรษา ได้แก่ ประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี การประกวดแกะสลักและงานแห่เทียนพรรษา งานบุญเข้าพรรษา ทั่วประเทศ เป็นต้น

เดือนสิงหาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ ครอบครัวสุขสันต์ ฟัน แฟร์ เฟสติวัล (Fun Fair Festival) กิจกรรมหลักเน้นการท่องเที่ยวระหว่างครอบครัว ได้แก่ การจัดการคาราวาน ครอบครัวไทยเที่ยวไทยตลอดทั้งเดือน อาทิ คาราวาน แรลลี่ ส่งสัตว์อุทยานเขาใหญ่ คาราวาน แรลลี่ ท่องเที่ยวธรรมชาติประวัติศาสตร์เมืองเหนือ คาราวาน แรลลี่ ส่งประติมากรรมไม้ คาราวาน แรลลี่ เลียบชายฝั่งทะเลตะวันออก คาราวาน แรลลี่ เยือนห้วยขาแข้งแหล่งมรดกโลก การท่องเที่ยวสวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ทั่วประเทศ เป็นต้น

เดือนกันยายน หัวข้อการรณรงค์ คือ สุดยอดเรือสยาม อินเตอร์เนชันแนล โบท เรส (International Boat Races) กิจกรรมหลักเน้นประเพณีไทยเกี่ยวกับสายน้ำ ได้แก่ ประเพณีแข่งเรื่อนานาชาติชิงถ้วยพระราชทาน จังหวัดนครราชสีมา ประเพณีแข่งเรือยาว จังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดปราจีนบุรี การแข่งขันเรือยาวชิงเจ้าสำน้ำโขง โครงการจัดตั้งสื่อผสมแสงเสียง พิพิธภัณฑ์เรือราชพิธี เป็นต้น

เดือนตุลาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ มหัศจรรย์ฝั่งโขง เดอะ แมกนิฟิเชนท์ แมโขง ริเวอร์ (The Magnificent Mekong River) กิจกรรมหลักเน้นงานประเพณีริมฝั่งโขง ได้แก่ งานประเพณีออกพรรษา บั้งไฟพญานาค ประเพณีแห่ปราสาทผึ้ง ประเพณีไหลเรือไฟ เทศกาลท่องเที่ยวแม่น้ำโขงและดินแดนสามเหลี่ยมมรกต ระลึกถึงสมเด็จพระเจ้าและท่องเที่ยวสามเหลี่ยมมรกต งานไหว้สาแม่ฟ้าหลวง เป็นต้น

เดือนพฤศจิกายน หัวข้อในการรณรงค์ คือ สีสันแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง (Loy Krathong Festival) กิจกรรมหลักเน้นงานประเพณีลอยกระทงในจังหวัดหลัก ๆ ทั่วประเทศ ประเพณียี่เป็ง จังหวัดเชียงใหม่ ประเพณีเผาเทียนเล่นไฟ จังหวัดสุโขทัย ประเพณีลอยกระทงสายไหลประทีปพันดวง จังหวัดตาก ประเพณีลอยกระทงตามประทีป จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประเพณีลอยกระทงคลองคูเมือง จังหวัดกรุงเทพฯ เป็นต้น

เดือนธันวาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ มหัศจรรย์เมืองไทย (Thailand Extravaganza) กิจกรรมหลักเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับเรื่องพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้แก่ งานเฉลิมฉลองพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระชนมายุครบ 75 พรรษา แบงคอก เคาร์ทเดาว 2003 แบงคอก แฟชัน เอ็กชิตร่าแกนซา อินเตอร์เนชันแนล (Bangkok Countdown 2003 Bangkok fashion Extravaganza International) เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม ป ป) ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้

ปัจจัยภายใน

1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่นแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

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

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

2 โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค (Infrastructures)

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

3 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

3.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ทั้ง 3 ทางคือ ทางบก

มีถนนที่พาหนะต่าง ๆ ผ่านเข้า – ออกได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

3 2 พืชการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลายเป็นระเบียบพืชการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งสู่ที่พัก เป็นต้น

3 3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่าง ๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพสะอาดและมีบริการตามมาตรฐานสากล

3 4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้วจะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพและมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

3 5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตราค่ามัคคุเทศก์ และมีความรับผิดชอบหน้าที่

4 ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

5 สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6 การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

7 ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการใช้จ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

ปัจจัยภายนอก

1 สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับการเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคง เป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยเวลานั้น ในทางตรงกันข้าม การฟื้น

ตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสดึงดูดการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2 ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา เมืองคัมภีร์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จในระบบประหยัด ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทาง

3 การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่การคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางเดินรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

4 การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

ระบบการคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวเล็กลงรัฐบาลของทุกประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกันทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาดและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ตามที่แอล อี ฮัดแมน L E Hudman (1980) กล่าวว่านักท่องเที่ยวมักจะมีมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาจากปัจจัยต่อไปนี้

ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) คือ สภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในตัวบุคคลให้ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันอาจจะมาจากสาเหตุต่างๆ ดังนี้

1 ความอยากรู้อยากเห็น ในสิ่งนี้อาจถือว่าเป็นแรงผลักดันภายในที่เห็นได้ชัด เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณในการอยากรู้อยากเห็นเรื่องต่างๆ ที่ตนเองยังไม่รู้ การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็นการสำรวจโลกใหม่ในความคิดและเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับตนเอง

2 ความพึงพอใจ การเดินทางท่องเที่ยวและความประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็น ก็ได้สร้างความสุขความพึงพอใจให้กับบุคคล ดังนั้น การท่องเที่ยวก็คือความพยายามที่จะแสวงหาความสุขให้กับตนเองนั่นเอง

ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) คือ สภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูดใจให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดเหล่านี้ได้แก่

1 ลักษณะภูมิประเทศ ได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ หรือทัศนียภาพทางภูมิอากาศ เช่น อากาศสดชื่น อากาศเย็นสบาย ประกอบกันเป็นลักษณะภูมิกายภาพที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยววันนั้นๆ

2 สภาพอื่นๆ เป็นเรื่องหรือสิ่งอื่นๆ ที่จัดว่าเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวนอกเหนือไปจากสภาพทางกายภาพ สภาพอื่นๆนี้อาจจะได้แก่การเป็นแหล่งสินค้าที่น่าสนใจ ราคาถูก เป็นต้น

ปัจจัยทางจิตวิทยาทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดก็มีความเกี่ยวพันกันในลักษณะตัวเสริมกำลัง (Reinforcement) ของกันและกัน กล่าวคือ ปัจจัยดึงดูดก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดผลักดัน ในขณะที่เดียวกัน ปัจจัยผลักดันก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดปัจจัยดึงดูด

ฉลงศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ปัจจัยผลักดันที่ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้นและบ่อยขึ้น อันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้แก่

- 1 การเกษียณก่อนกำหนดเวลา
- 2 การมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น
- 3 ช่วงเวลาทำงานน้อยลง
- 4 การมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
- 5 การมีสิทธิได้มีวันหยุดโดยได้รับค่าจ้างเต็ม (paid holiday)
- 6 ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร
- 7 ครอบครัวมีขนาดเล็กลง
- 8 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมกรบริโภค
- 9 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน
- 10 นโยบายของรัฐ กฎหมายและระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทาง และให้ความปลอดภัย

ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์ (2544 : 18-19) การท่องเที่ยววันนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (Mill 1990 : 22)

1 สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง มิล (Mill 1990 : 22-26)

2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งจูงใจ ดึงดูดใจทั้งสิ้น มีกล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยววันนั้นมี 4 ประการ คือ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานพักผ่อนตากอากาศ และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

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

4 การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ทวีศักดิ์ ทิพย์หิรัญ (2544 : 9-20) นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel motivation) และพบว่า การเดินทางท่องเที่ยวมีทั้งแรงผลักดัน (Push factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องการเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกัน การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางได้นั้นขึ้นอยู่กับแรงดึงดูด (Pull Factors) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ได้มีการศึกษาและค้นพบสาเหตุหลายประการ ดังนี้

แรงผลักดัน (Push Factors) 7 ประการตามแนวความคิดของมิล (Mill 1990) ได้แก่

1 ร่างกาย (Physical) ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย ทำงานเหนื่อยต้องการพักผ่อนโดยการเดินทางท่องเที่ยว

2 ความทรงจำ (Escape) หลีกหนีความจำเจ ความเครียด รถติด

3 ความแปลกใหม่ (Novelty) ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ

4 เกียรติยศ ชื่อเสียง (Esteem / Prestige) ความภูมิใจที่ตนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ

5 ความรู้ ความเข้าใจ (To Know and understand / Education vacation) การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยเดิม

6 การทำใจ (Coping) ไปทำใจจากเรื่องราวๆ

7 การเข้าสังคม (Social – Kinship and New People) ความต้องการในการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะได้ติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ อย่างไรก็ตามอาจเป็นความต้องการที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว คนรัก หรือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าที่ห่างหายไปนาน

แรงดึงดูด (Pull Factors) คือแรงดึงดูดต่างๆ นำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักดันในการเดินทางเป็นการไปทำใจ เขาอาจต้องการไปที่เงียบๆ ไม่พบปะผู้คน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ การสร้างความภูมิใจให้ตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยจำแนกออกได้ดังนี้ (วิภา วัฒนพงศ์ชาติ 2542 : 8)

1 อายุ เมื่ออายุมากขึ้นเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนจะน้อยลง เนื่องจากภาระหน้าที่การทำงานและครอบครัว ต่อเมื่อลูกๆ ได้เติบโตและแยกครอบครัวกันออกไป จนกระทั่งเมื่อเกษียณอายุจึงจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนมากขึ้น สรุปได้ว่ากลุ่มของผู้มีอายุน้อยและกลุ่มของผู้สูงอายุจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ แต่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุเป็นจำนวนน้อยกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องจากลักษณะทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมักจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งที่ผจญภัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่อายุมากมักจะเลือกท่องเที่ยวในที่ไกลๆ

2 รายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือเมื่อมีรายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอที่จะใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวมากขึ้น หรืออาจจะสรุปได้ว่าเมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สัดส่วนของการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มมากขึ้น

3 เพศ ไม่มีความแตกต่างกันมากนักระหว่างเพศชายและเพศหญิงในด้านการท่องเที่ยว

4 การศึกษา เมื่อบุคคลมีระดับการศึกษาสูงขึ้น ก็จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านรายได้ เพราะวาระดับการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้มีโอกาสประกอบอาชีพที่สร้างรายได้มากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

ทุง และ ฟลาวเวอร์ (ซูลีพร ไกรเวียง 2531 : 81-83 อ้างอิงจาก Toun and Flowers 1987) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใน Cook Country Forest Preserve Distnc (CC FPD) สหรัฐอเมริกา โดยสอบถามจากนักท่องเที่ยวจำนวน 630 คน ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับความพึงพอใจ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาและป้องกันผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อพื้นที่และลักษณะของป่าไม้ตามธรรมชาติ เป็นอันดับหนึ่งร้อยละ 80 สถานภาพโดยธรรมชาติ เป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 65 สำหรับด้านอุปกรณ์เครื่องอำนวยความสะดวกสถานที่พัก และการบริการอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50 55 และ 53 ตามลำดับ

ยูน, เซมอค (Yoon, Semok, 2000) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการวางแผนการท่องเที่ยว เพื่อการปรับปรุงการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

(A Study of Pleasure Trip Planning Behavior with implication for Improved Tourism Promotion) พบว่า การใช้การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของนักการตลาด มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชาวมิชิแกน จำนวน 68% มีการตัดสินใจและวางแผนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวล่วงหน้า 1 เดือน และช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการทำการส่งเสริมการตลาด คือ ช่วงต้นเดือน ซึ่งจะได้ผลดีกว่าช่วงปลายเดือน

ดี อัดมีเดีย, คลาวเดีย (D'Almeida, Claudia 2002) ได้ศึกษาเรื่องการโฆษณาในการท่องเที่ยว (Advertising in Tourism and Leisure) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับใช้สื่อโฆษณาการท่องเที่ยว ประเภทหนังสือ พบว่า การโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประเภทหนังสือ พบว่า การโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อประเภทหนังสือ เป็นการโฆษณาที่ใช้ข้อมูลได้ไม่ชัดเจน เป็นการให้ข้อมูลที่เป็นความรู้ทั่วไป ซึ่งจะนำไปใช้ได้สำหรับกลุ่มผู้อ่านบางกลุ่มที่ต้องการข้อมูลไม่ลึกซึ้ง หรือข้อมูลทั่วๆ ไปของการท่องเที่ยว

งานวิจัยในประเทศ

ศกวรรณ พาเรือง (2540 บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่ององค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบจากปัจจัยการใช้เวลาว่าง 16 กิจกรรมของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่าสามารถจัดองค์ประกอบได้ 2 ด้าน คือ กิจกรรมที่ต้องลงมือกระทำ (Active Activity) ลักษณะปัจจัยทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษา คือ ตัวแปรชั้นปี, สาขาวิชา, ภูมิสำเนา และบุคคลที่พักอาศัยด้วยกิจกรรมที่ต้องลงมือกระทำ (Active Activity) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ความรู้ในประเด็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

กัลยา สมมาตรย์ (2541 บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายทะเลซึ่งเป็นแหล่งธรรมชาติ รองลงมาคือการคมนาคมขนส่ง ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายขึ้น รวมทั้งความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วย นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นและมักเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากภูมิลำเนามากนัก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน รองลงมาคือเยี่ยมญาติ และลักษณะของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนใหญ่เลือกสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน คือ เลือกชายทะเล การคมนาคมขนส่งสะดวก และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในจังหวัดเพชรบุรี พบว่าปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายทะเลซึ่งเป็นแหล่งธรรมชาติ รองลงมาคือการคมนาคมขนส่ง ที่จะให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายขึ้น และสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายหาดที่สะอาด สวยงาม รวมทั้งความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วยนอกจากนี้ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า สื่อบุคคลมีความสำคัญมากที่สุด ในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

สถาบันราชภัฏภูเก็ต (2541 : 117-118) เรื่องการศึกษาความต้องการ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและบริเวณใกล้เคียง ที่กล่าวไว้ว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการบังกาโล / รีสอร์ท สูงสุดถึงร้อยละ 60 รองลงมาคือโรงแรม แต่ความต้องการจะแตกต่างกันตามเพศ อายุ ระดับรายได้ การศึกษาอาชีพ และสถานภาพครอบครัว โดยความต้องการนี้จะขึ้นอยู่กับบริการที่ต้องการความปลอดภัยงบประมาณที่มีจำกัด และการยอมรับของสังคม

วิชณี วรรณสกล (2542 บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจจากสื่อประเภทต่างๆ ต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจต่างกัน การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ความถี่ในการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจได้ดีที่สุด ส่วนตัวแปรการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจได้ในอันดับที่ 4 เท่านั้น

วิทยา เกียรติวัฒน์ (2543 บทคัดย่อ) งานวิจัยเรื่องความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีโอกาสการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งกลุ่มที่มีระดับในช่วงปริญญาตรีขึ้นไปจะมีมากที่สุด และผู้มีการศึกษาสูงจะมีอำนาจในการตัดสินใจในการท่องเที่ยว รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่อวันสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

สุชาดา นิมิตรวิวัฒน์ (2544 บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี

ความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด มีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน ในระดับปานกลาง และมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมในระดับน้อย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ลักษณะครอบครัว ระดับการศึกษา ภาวะสุขภาพ รายได้ การประกอบอาชีพหลังเกษียณอายุ ตำแหน่งครั้งสุดท้าย ก่อนเกษียณอายุ การให้คุณค่าต่อการท่องเที่ยว การสนับสนุนของครอบครัว การรับรู้ข่าวสาร การท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยว

กุลธิดา เอี่ยมฉัตร (2545 บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (75%) กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง (57.8%) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี (45.5%) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (67.4%) เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (33.6%) และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท (35.4%) ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากบริการสืบค้นข้อมูล (64.91%) จุดประสงค์หลักในการชมโฆษณาเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (46.5%) สถานที่เปิดรับชมโฆษณาอินเทอร์เน็ต คือที่ทำงาน (42.9%) โดยมีความถี่ในการเปิดรับชมสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง (35.9%) ใช้เวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 1 ชั่วโมง (40.7%) ข้อมูลที่เปิดรับชมมากที่สุดคือสถานที่แหล่งท่องเที่ยว (74.7%) และหลังจากเปิดรับชมโฆษณาแล้วพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ (68.9%) และมีแนวโน้มตัดสินใจน่าจะใช้บริการ (58.1%) ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีทัศนคติต่อโฆษณาการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ความเข้าใจ ($\bar{X} = 3.71$) ด้านความชอบ ($\bar{X} = 3.66$) และด้านแนวโน้มเกิดพฤติกรรม ($\bar{X} = 3.68$) สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวในประเทศไทย จากโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตคือ ความสะดวกสบายในการเลือกใช้บริการและชมโฆษณา ($\bar{X} = 24.7\%$) และสาเหตุที่ไม่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ 4 คือ ขาดความมั่นใจต่อระบบความปลอดภัย ($\bar{X} = 26.3\%$)

นภา จันทรศิริ (2545 บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 22-30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 6,001-12,000 บาท ระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่พักผ่อนและระดับทัศนคติโดยรวมพบว่ามีอยู่ในระดับไม่แน่ใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน เดินทางท่องเที่ยวไปกับเพื่อน โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และเลือกพักบังกะโล ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าที่พักและอาหาร นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ ธรรมชาติ มีการเปิดรับ

ข่าวสารและการเรียนรู้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง และสื่อที่เปิดรับมากที่สุด คือ นิตยสารด้านการท่องเที่ยว ส่วนการเรียนรู้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เรื่องการศึกษาค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์ความประทับใจที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยว

ประสพพร พุ่มพวง (2545 บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางภายในประเทศ 1-3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ โดยเดินทางไปกับครอบครัว วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน ส่วนมากตัดสินใจเดินทางด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า โดยหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศทางโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ / โทรทัศน์ / วิทยุ มีระยะเวลาพำนักระหว่างครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 1-3 วัน ช่วงเวลาเดินทางที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ ชอบเดินทางตลอดทั้งปี และภูมิภาคที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด ภาคเหนือ รองลงมาคือภาคกลาง ประชาชนในกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมและรายได้อยู่ในระดับมาก ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวโดยรวม และรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ประชาชนที่มีอายุต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวม และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการวิจัยของ ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์ หัวข้อองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยว 4 ประการ ได้แก่ สิ่งดึงดูด สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และ

การต้อนรับแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติของเจนกินส์ จอห์น อาร์ จี (Jenkins, John R G) ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ ความพยายามที่จะบรรลุผลซึ่งนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร พฤติกรรมการท่องเที่ยวใช้ทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภคของ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล ประกอบด้วย การท่องเที่ยวที่ใด บ่อยแค่ไหน และการรับรู้ข่าวสารจากแหล่งใด

จากทฤษฎีเหล่านี้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรม การท่องเที่ยวได้นั้นเกิดจากมูลเหตุจูงใจหรือสิ่งที่กระตุ้น (Stimulus) ก่อให้เกิดพฤติกรรม การท่องเที่ยว ถ้าผู้ประกอบการได้นำผลการวิจัยนี้ไปปรับให้เหมาะสมกับความต้องการและ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะมีประโยชน์ต่อธุรกิจ และนำรายได้มาสู่การพัฒนาอุตสาหกรรม ด้านการท่องเที่ยว อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศอีกทางหนึ่ง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็น การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

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

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด 50 เขต เป็นจำนวนทั้งสิ้น 5,844,607 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย 2546)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเปิดตารางสำเร็จรูปของเครซี และ มอร์แกน (Krejcie & Morgan) ได้จำนวน 384 คน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูล 400 คน วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณได้จากวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling)

การวางแผนเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างอันเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด 400 คน โดยเรียงลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก จากจำนวน 50 เขต ได้พื้นที่ในการศึกษาจำนวน 5 เขต ประกอบด้วย เขตมีนบุรี เขตบางรัก เขตคลองเตย เขตบางนา และเขตธนบุรี

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา (Quota Random Sampling) คำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละเขต โดยกำหนดให้จำนวนตัวอย่างในแต่ละพื้นที่มีจำนวนเท่าๆ กันคือ 80 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Random Sampling) โดยสอบถามนักชาวกกรุงเทพมหานคร ตามแต่ละเขตพื้นที่ ที่กำหนดจนครบจำนวน 400 คน

✓ การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ✓

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ เป็นแบบตรวจคำตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยน้อยที่สุด

นำระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครมาแปลความหมายเป็น ค่าเฉลี่ยรายข้อ และรายด้านดังนี้ (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ 2540 : 20)

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

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1 สอบถามข้อมูลของชาวกรุงเทพมหานคร ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสอบถาม
- 2 รวบรวมข้อมูลและเนื้อหาต่างๆ จากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดขอบเขตของการวิจัย
- 3 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม
- 4 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท เพื่อตรวจสอบ เสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไข

การหาคุณภาพเครื่องมือ

1 นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน (อยู่ในภาคผนวก) เพื่อหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

2 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวกทม.จำนวน 30 คน แล้วนำผลการทดสอบมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2538 125-126) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.85 และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อความสมบูรณ์ก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ของการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ทำการเก็บข้อมูลเบื้องต้น (Exploratory) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วจำนวน 30 ชุดจากกลุ่มตัวอย่าง มาเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม และปรับปรุงข้อบกพร่องในการใช้ภาษาให้อ่านเข้าใจและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 ทำการเก็บข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วจำนวน 400 ชุดให้นักท่องเที่ยวกทม.ที่กำหนดไว้จำนวน 5 เขต โดยเก็บได้ 400 ชุดคิดเป็นร้อยละ 100

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 นำข้อมูลส่วนตัว ของผู้ตอบแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่และหาการร้อยละ

ตอนที่ 2 นำข้อมูลการใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกทม.ในด้านต่างๆมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการคำนวณค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปของตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม โดยหาค่าที (t-test)

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่มโดยหาค่าเอฟ (F-test) เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบสมมติฐาน เมื่อทดสอบแล้วพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบหาค่าความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีของ LSD (Least Significant Difference)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ 3 ขั้นตอน และเพื่อให้เกิดความหมายที่ตรงกันผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ และ อักษรในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Means)
S D	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (t-distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (F – distribution)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนนแต่ละตัว (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยกำลังสองของคะแนนแต่ละตัว (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นแห่งความอิสระ(Degrees of Freedom)
P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับการบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังปรากฏในตาราง 1

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ดังปรากฏในตาราง 2-8

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ดังปรากฏในตาราง 9-15

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวน
ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวน ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏผล
ดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
(N = 400)

ตัวแปร		จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	215	53.75
	หญิง	185	46.25
	รวม	400	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	112	28.00
	25-59 ปี	180	45.00
	60 ปีขึ้นไป	108	27.00
	รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	115	28.75
	10,000-20,000 บาท	209	52.25
	มากกว่า 20,000 บาท	76	19.00
	รวม	400	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ซึ่งมีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 และเป็นเพศหญิงจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25

ในส่วนของ อายุ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 25-59 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และที่น้อยที่สุด คือกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00

และเมื่อพิจารณา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนี้ส่วนใหญ่แล้วมี รายได้ อยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมาคือมี รายได้ อยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และ อีก 76 คนที่เหลือ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 19.00 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาว กรุงเทพมหานคร เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาว กรุงเทพมหานคร ใน 6 ด้านคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และ สินค้าของที่ระลึก ดังแสดงผลในตารางที่ 2 - 8

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัย ที่ส่งผลต่อ การเลือกท่องเที่ยวในประเทศ (N = 400)

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S D	ระดับการใช้ปัจจัย
ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.34	1.22	ปานกลาง
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	3.54	1.46	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.41	1.18	ปานกลาง
ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	3.51	1.31	มาก
ด้านความปลอดภัย	3.69	1.23	มาก
ด้านสินค้าของที่ระลึก	3.48	1.26	ปานกลาง
รวม	3.50	1.28	มาก

จากตาราง 2 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การใช้ปัจจัยด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.69$) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ($\bar{X} = 3.54$) และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.51$) มีระดับการใช้ปัจจัยอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยในด้านสินค้าของที่ระลึก และสิ่งอำนวยความสะดวก ระดับการใช้ปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$, $\bar{X} = 3.41$)

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ (N = 400)

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว		$\bar{X}$	S D	ระดับการใช้ปัจจัย
1	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	3.80	1.25	มาก
2	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	3.29	1.16	ปานกลาง
3	จุดสนใจท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	3.23	1.16	ปานกลาง
4	จุดสนใจท่องเที่ยวทางศาสนา	3.35	1.26	ปานกลาง
5	จุดสนใจท่องเที่ยวทางโบราณคดี	3.04	1.25	ปานกลาง
6	จุดสนใจท่องเที่ยวทางการเมือง	3.26	1.20	ปานกลาง
7	จุดสนใจทางศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน	3.26	1.28	ปานกลาง
8	การจัดงานเทศกาลของแต่ละจังหวัด	3.48	1.19	ปานกลาง
9	สถานที่ท่องเที่ยวให้ความบันเทิง	3.39	1.23	ปานกลาง
10	สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	3.33	1.25	ปานกลาง
รวม		3.34	1.22	ปานกลาง

จากตาราง 3 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) ส่วนปัจจัยข้ออื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดงานเทศกาลของแต่ละจังหวัด ($\bar{X} = 3.48$) สถานที่ท่องเที่ยวให้ความบันเทิง ($\bar{X} = 3.39$) จุดสนใจท่องเที่ยวทางศาสนา ($\bar{X} = 3.35$)

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ (N = 400)

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	$\bar{X}$	S D	ระดับการใช้ปัจจัย
1 มีสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เป็นต้น	3.50	1.25	มาก
2 มีถนนหนทาง และระบบจราจรที่ดี	3.62	1.98	มาก
3 มีระบบการสื่อสารที่ทันสมัย	3.51	1.14	มาก
รวม	3.54	1.46	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศทางด้านโครงสร้างพื้นฐานโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$)

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย (N = 400)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S D	ระดับการใช้ปัจจัย
1 มีพาหนะหลายประเภทเข้าถึงได้	3.13	1.12	ปานกลาง
2 การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยาก	3.57	1.21	มาก
3 มีแผนที่ หรือป้ายบอกทางชัดเจน	3.32	1.10	ปานกลาง
4 ที่พักแรมหางาย	3.43	1.13	ปานกลาง
5 มีที่พักระดับต่างๆ ให้เลือก	3.45	1.18	ปานกลาง
6 การบริการที่พักได้มาตรฐาน	3.52	1.24	มาก
7 ที่พักสะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.45	1.18	ปานกลาง
8 มีห้องน้ำ ห้องส้วมสะอาด	3.41	1.16	ปานกลาง
9 มีร้านอาหารหลายชนิดให้เลือก	3.46	1.19	ปานกลาง
10 อาหารสะอาด ถูกหลักอนามัย	3.39	1.12	ปานกลาง
11 อยู่ใกล้แหล่งช้อปปิ้ง	3.34	1.32	ปานกลาง
12 อยู่ใกล้สถานที่ให้ความบันเทิง	3.42	1.16	ปานกลาง
รวม	3.41	1.18	ปานกลาง

จากตาราง 5 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยาก ($\bar{X} = 3.57$) และการบริการที่พักได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 3.52$) มีระดับการใช้ปัจจัยอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยข้ออื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีร้านอาหารหลากหลายชนิด ($\bar{X} = 3.46$) มีที่พักระดับต่างๆ ให้เลือก ($\bar{X} = 3.45$) และที่พักสะอาด ถูกสุขลักษณะ ($\bar{X} = 3.45$)

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ (N = 400)

ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S D	ระดับการใช้ปัจจัย
1 หนังสือพิมพ์	3.54	1.18	มาก
2 นิตยสาร	3.57	1.22	มาก
3 แผ่นพับ	3.49	1.22	ปานกลาง
4 ป้ายโฆษณา	3.55	1.18	มาก
5 วิทยุ/โทรทัศน์	3.56	1.20	มาก
6 เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต	3.50	1.20	มาก
7 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.35	1.30	ปานกลาง
8 การจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	3.51	1.15	มาก
9 บริษัททัวร์/ไกด์นำเที่ยว	3.40	1.23	ปานกลาง
10 การแนะนำจากคนรู้จัก	3.60	2.25	มาก
รวม	3.51	1.31	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางแผ่นพับ ($\bar{X} = 3.49$) บริษัททัวร์/ไกด์นำเที่ยว ($\bar{X} = 3.40$) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ($\bar{X} = 3.35$) อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวข้ออื่นๆ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การแนะนำจากคนรู้จัก ($\bar{X} = 3.60$) นิตยสาร ($\bar{X} = 3.57$) และวิทยุ/โทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.56$)

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้าน
ความปลอดภัย ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ (N = 400)

ด้านความปลอดภัย	$\bar{X}$	S D	ระดับการใช้ปัจจัย
1 มาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3 50	1 21	มาก
2 สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4 43	1 27	มาก
3 มีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหา	3 51	1 23	มาก
4 มีศูนย์แจ้งเหตุและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชม	3 50	1 25	มาก
5 มีตำรวจท่องเที่ยวดูแลอย่างทั่วถึง	3 53	1 26	มาก
6 มีสถานพยาบาลที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเมื่อประสบเหตุ	3 55	1 17	มาก
7 ปลอดภัยจากสัตว์ที่เป็นพาหะนำโรค	4 00	1 20	มาก
8 ปราศจากโรคติดต่อร้ายแรง	3 51	1 22	มาก
รวม	3 69	1 23	มาก

จากตาราง 7 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3 69$)

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึก ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ (N = 400)

ด้านสินค้าของที่ระลึก	$\bar{X}$	S D	ระดับการใช้ปัจจัย
1 สินค้ามีคุณภาพดี	3 41	1 32	ปานกลาง
2 เป็นสินค้าที่มีประโยชน์ ใช้ในชีวิตประจำวันได้	3 27	1 32	ปานกลาง
3 สินค้าราคาเหมาะสม	3 51	1 29	มาก
4 สินค้ามีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ	3 56	1 26	มาก
5 การใช้วัสดุพื้นบ้าน	3 65	1 18	มาก
6 การบรรจุหีบห่อ สวยงาม	3 47	1 22	ปานกลาง
7 สินค้าหลากหลายชนิด	3 49	1 21	ปานกลาง
รวม	3 48	1 26	ปานกลาง

จากตาราง 8 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยด้านสินค้าของที่ระลึกโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3 48$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่ชาวกรุงเทพมหานครใช้มากที่สุดคือ การใช้วัสดุพื้นบ้าน ($\bar{X} = 3 65$) สินค้ามีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ ($\bar{X} = 3 56$) และสินค้ามีราคาเหมาะสม ($\bar{X} = 3 51$) ส่วนในข้อสินค้าหลากหลายชนิด การบรรจุหีบห่อ สวยงาม สินค้ามีคุณภาพดี ($\bar{X} = 3 49, \bar{X} = 3 47, \bar{X} = 3 41$) พบว่าชาวกรุงเทพมหานครใช้ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร เป็นการเปรียบเทียบ การใช้ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยว ภายในประเทศทั้ง 6 ด้าน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสินค้าของที่ระลึก จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้ ดังแสดงผลในตาราง 9 – 15

1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ชาวกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ แตกต่างกัน

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ประเด็นพิจารณา	ชาย		หญิง		t	p
	n = 215		n = 185			
	$\bar{X}$	S D	$\bar{X}$	S D		
1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.34	0.45	3.35	0.44	-0.198	0.8431
2 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	3.15	0.78	3.08	0.69	0.939	0.3484
3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.45	0.41	3.35	0.43	2.394	0.0171
4 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว	3.47	0.40	3.55	0.49	-1.711	0.0880
5 ด้านความปลอดภัย	3.42	0.47	3.47	0.51	-0.973	0.3313
6 ด้านสินค้าของที่ระลึก	3.48	0.50	3.47	0.49	0.061	0.9513
รวม	3.39	0.50	3.38	0.51	0.085	0.4300

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05

จากตาราง 9 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครทั้งเพศชาย และเพศหญิง ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยว ในรายด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย ส่วนด้านอื่นๆ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สินค้าของที่ระลึก และปัจจัยโดยรวม ทั้งเพศหญิงและเพศชายใช้ปัจจัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ แตกต่างกัน

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

ประเด็นพิจารณา	ต่ำกว่า 25 ปี			25 – 59 ปี			60 ปีขึ้นไป		
	$\bar{X}$	SD	การใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	SD	การใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	SD	การใช้ปัจจัย
1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	3 57	0 43	มาก	3 32	0 45	ปานกลาง	3 35	0 45	ปานกลาง
2 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	3 31	0 77	ปานกลาง	3 08	0 68	ปานกลาง	2 98	0 77	ปานกลาง
3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3 39	0 43	ปานกลาง	3 43	0 42	ปานกลาง	3 38	0 41	ปานกลาง
4 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	3 51	0 54	มาก	3 46	0 41	ปานกลาง	3 56	0 38	มาก
5 ด้านความปลอดภัย	3 41	0 48	ปานกลาง	3 49	0 51	ปานกลาง	3 38	0 46	ปานกลาง
6 ด้านสินค้าของที่ระลึก	3 47	0 52	ปานกลาง	3 45	0 50	ปานกลาง	3 54	0 45	มาก
รวม	3 44	0 53	ปานกลาง	3 37	0 50	ปานกลาง	3 37	0 49	ปานกลาง

จากตาราง 10 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ใช้ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 3 57) และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 3 51) อยู่ในระดับมากและนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ใช้ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 3 56) และ ด้านสินค้าของที่ระลึก ($\bar{X}$ = 3 54) อยู่ในระดับมาก นอกนั้นใช้ปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 25-59 ปี ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3 37)

ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการเลือกทองเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน

	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.132	0.066	0.327	0.7214
	ภายในกลุ่ม	397	79.884	0.201		
	รวม	399	80.016			
2 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ระหว่างกลุ่ม	2	6.258	3.129	5.737	0.0031
	ภายในกลุ่ม	397	216.518	0.545		
	รวม	399	222.775			
3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.183	0.092	0.509	0.6012
	ภายในกลุ่ม	397	71.356	0.180		
	รวม	399	71.539			
4 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.725	0.363	1.798	0.1674
	ภายในกลุ่ม	397	80.084	0.202		
	รวม	399	80.809			
5 ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2	1.045	0.522	2.155	0.1170
	ภายในกลุ่ม	397	96.264	0.242		
	รวม	399	97.309			
6 ด้านสินค้าของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.605	0.303	1.217	0.2973
	ภายในกลุ่ม	397	98.698	0.249		
	รวม	399	99.304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.135	0.068	1.955	0.1431
	ภายในกลุ่ม	397	13.758	0.035		
	รวม	399	13.894			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05

จากตาราง 11 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ ในรายด้าน โครงสร้างพื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย ส่วนด้านอื่นๆ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สินค้าของที่ระลึก และปัจจัยโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เพื่อให้ทราบว่าแต่ละช่วงอายุแตกต่างกันอย่างไร ในการใช้ปัจจัยต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ ในรายด้านของ โครงสร้างพื้นฐาน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ โดยวิธีของ LSD ปรากฏผลดังตาราง 12

ตาราง 12 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน

อายุ	$\bar{X}$	อายุ		
	โครงสร้างพื้นฐาน	ต่ำกว่า 25 ปี	25-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		3 31	3 08	2 98
ต่ำกว่า 25 ปี	3 31	-	0 011	0 001**
25-59 ปี	3 08	-	-	0 279
60 ปีขึ้นไป	2 98	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05

จากตาราง 14 ผลการวิจัยการใช้ปัจจัยรายคู่ของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า ในรายด้าน โครงสร้างพื้นฐาน พบว่า ชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ใช้ปัจจัยทางด้าน โครงสร้างพื้นฐานในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ มากกว่า ผู้ที่มีอายุ 25-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 05 และ ที่ระดับ 01 ตามลำดับ ส่วนในรายคู่ด้านอื่นๆ ใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายข้อ แตกต่างกัน

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเด็นพิจารณา	ต่ำกว่า 10,000 บาท			10,000-20,000 บาท			มากกว่า 20,000 บาท		
	$\bar{X}$	SD	การใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	SD	การใช้ปัจจัย	$\bar{X}$	SD	การใช้ปัจจัย
1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.39	0.46	ปานกลาง	3.32	0.45	ปานกลาง	3.32	0.43	ปานกลาง
2 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	3.01	0.72	ปานกลาง	3.13	0.74	ปานกลาง	3.28	0.78	ปานกลาง
3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.29	0.45	ปานกลาง	3.45	0.42	ปานกลาง	3.45	0.37	ปานกลาง
4 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	3.58	0.39	มาก	3.48	0.49	ปานกลาง	3.47	0.41	ปานกลาง
5 ด้านความปลอดภัย	3.52	0.48	มาก	3.40	0.49	ปานกลาง	3.43	0.52	ปานกลาง
6 ด้านสินค้าของที่ระลึก	3.49	0.50	ปานกลาง	3.46	0.52	ปานกลาง	3.50	0.44	มาก
รวม	3.38	0.50	ปานกลาง	3.38	0.52	ปานกลาง	3.41	0.49	ปานกลาง

จากตาราง 13 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกันใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ใช้ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.58$) และด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.52$) อยู่ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ใช้ปัจจัยด้านสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) นอกนั้นมีการใช้ปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบการพิจารณาการใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง
ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน

	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.391	0.196	0.976	0.3712
	ภายในกลุ่ม	397	79.625	0.201		
	รวม	399	80.016			
2 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ระหว่างกลุ่ม	2	3.218	1.609	2.909	0.0514
	ภายในกลุ่ม	397	219.557	0.553		
	รวม	399	222.775			
3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	2.034	1.017	5.810	0.0001
	ภายในกลุ่ม	397	69.504	0.175		
	รวม	399	71.539			
4 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.899	0.450	2.234	0.1000
	ภายในกลุ่ม	397	79.909	0.201		
	รวม	399	80.809			
5 ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2	1.037	0.518	2.138	0.1112
	ภายในกลุ่ม	397	96.272	0.242		
	รวม	399	97.309			
6 ด้านสินค้าของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.148	0.074	0.297	0.7410
	ภายในกลุ่ม	397	99.155	0.250		
	รวม	399	99.304			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.064	0.032	0.923	0.3923
	ภายในกลุ่ม	397	13.829	0.035		
	รวม	399	13.894			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05

จากตาราง 14 แสดงว่าชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเนื่องต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยว ในรายด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 และ โครงสร้างพื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย ส่วนในด้านอื่น คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สินค้าของที่ระลึก และปัจจัยโดยรวม พบว่า ทั้ง 3 กลุ่มรายได้ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าแต่ละช่วงรายได้ต่อเนื่องแตกต่างกันอย่างไร ในการใช้ปัจจัยต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ ในรายด้านของ สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ โดยวิธีของ LSD ปรากฏผลดังตาราง 15

ตาราง 15 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก

รายได้ต่อเนื่อง	$\bar{X}$	รายได้ต่อเนื่อง		
	โครงสร้างพื้นฐาน	ต่ำกว่า 10 000 บาท	10 000-20 000 บาท	มากกว่า 20 000 บาท
		3 01	3 13	3 28
ต่ำกว่า 10 000 บาท	3 01	-	0 180	0 016*
10 000-20 000 บาท	3 13	-	-	0 136
มากกว่า 20 000 บาท	3 28	-	-	-

	$\bar{X}$			
	สิ่งอำนวยความสะดวก	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	มากกว่า 20 000 บาท
		3 29	3 45	3 45
ต่ำกว่า 10 000 บาท	3 29	-	0 001**	0 012
10,000-20,000 บาท	3 45	-	-	0 972
มากกว่า 20 000 บาท	3 45	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05

จากตาราง 15 ผลการวิจัยการใช้ปัจจัยรายคูนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ น้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05 ส่วนในรายคูด้านอื่นๆ ใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ น้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 และ ระดับ 05 ตามลำดับ ส่วนในรายคูด้านอื่นๆ ใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายปรับปรุงและพัฒนาวางแผนการจัดการตลอดจนจูงใจและสร้างสรรค์ค่านิยมให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศ มากกว่าการเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อไป

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสินค้าของที่ระลึก
- 2 เพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ และรายได้

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปพัฒนาแผนการส่งเสริมการตลาด ให้เกิดประสิทธิผล ในการโน้มน้าวให้ประชาชนตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถนำผลการวิจัยมาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

สมมติฐานในการวิจัย

- 1 ชาวกรุงเทพมหานคร ที่เพศต่างกัน ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
- 2 ชาวกรุงเทพมหานคร ที่อายุต่างกัน ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน
- 3 ชาวกรุงเทพมหานคร ที่รายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 50 เขต เป็นจำนวนทั้งสิ้น 5,844,607 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย 2546)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเปิดตารางสำเร็จรูปของเครซี และ มอร์แกน (Krejcie & Morgan) ได้จำนวน 384 คน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูล 400 คน วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณได้จากวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งนี้ที่ใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และระดับรายได้ เป็นแบบตรวจคำตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่ามีการใช้ปัจจัยน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ของการวิจัยนี้แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ทำการเก็บข้อมูลเบื้องต้น (Exploratory) โดยการนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้ว จำนวน 30 ชุด จากกลุ่มตัวอย่าง มาเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม และปรับปรุงข้อบกพร่องในการใช้ภาษาให้อ่านเข้าใจและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 ทำการเก็บข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้ว จำนวน 400 ชุด ให้นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่กำหนดไว้จำนวน 5 เขต โดยเก็บได้ 400 ชุดคิดเป็นร้อยละ 100

ผลการวิจัย

จากการศึกษา การใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสินค้าของที่ระลึก สรุปได้ดังนี้

1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ว่า ชาวกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เป็นเพศชายมากกว่า เพศหญิง และส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-59 ปี และมีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน

2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร

2.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นั้นมีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานครในระดับมาก ส่วนความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น จุดสนใจท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จุดสนใจท่องเที่ยวทางศาสนา จุดสนใจท่องเที่ยวทางโบราณคดี จุดสนใจท่องเที่ยวทางการเมือง จุดสนใจทางศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน การจัดงานเทศกาลของแต่ละจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยวให้ความบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานคร ในระดับปานกลาง

2.2 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายไม่ยุ่งยาก และการบริการที่พักได้มาตรฐานนั้น มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานครในระดับมาก ส่วน มีพาหนะหลายประเภทเข้าถึง มีแผนที่ หรือป้ายบอกทางชัดเจน ที่พักแรมหาง่าย มีที่พักระดับต่างๆให้เลือก ที่พักสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีห้องน้ำ ห้องส้วมสะอาด มีร้านอาหารหลายชนิดให้เลือก อาหารสะอาด ถูกหลักอนามัย อยู่ใกล้แหล่งช้อปปิ้ง อยู่ใกล้สถานที่ให้ความบันเทิง ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานคร ในระดับปานกลาง

2.4 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา

รายข้อพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางแผ่นพับ บริษัททัวร์/ไกด์นำเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากการแนะนำจากคนรู้จัก นิตยสาร วิทยุ/โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ การจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว และเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก

2 5 ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย ทั้งในรายข้อ และโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2 6 ด้านสินค้าของที่ระลึก นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึกโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การซื้อสินค้าของที่ระลึกที่ไว้สต็อกที่บ้าน สินค้ามีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และมีราคาเหมาะสม นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยอยู่ในระดับมาก ส่วนในข้ออื่นๆ พบว่านักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครใช้ในระดับปานกลาง

3 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร

3 1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ชาวกรุงเทพมหานครที่เพศต่างกันใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครทั้งเพศชาย และเพศหญิงใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยว ในรายด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย ส่วนในด้านอื่น คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สินค้าของที่ระลึก และปัจจัยโดยรวม ทั้งเพศหญิงและเพศชายใช้ปัจจัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3 2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ชาวกรุงเทพมหานครที่อายุต่างกันใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยว ในรายด้าน โครงสร้างพื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย ส่วนในด้านอื่น คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สินค้าของที่ระลึก และปัจจัยโดยรวม พบว่า ทั้ง 3 กลุ่มอายุใช้ปัจจัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และจากการทดสอบปัจจัยรายคู่ ในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน พบว่าชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ มากกว่า ผู้ที่มีอายุ 25-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 05 และ ที่ระดับ 01 ตามลำดับ ส่วนในรายคู่ด้านอื่นๆใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ชาวกรุงเทพมหานครที่รายได้ต่างกันใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยว ในรายด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01 และ โครงสร้างพื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย ส่วนในด้านอื่น คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สินค้าของที่ระลึก และปัจจัยโดยรวม พบว่า ทั้ง 3 กลุ่มรายได้ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และจากการทดสอบปัจจัยรายคู่ ในรายด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ น้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 05 ส่วนในรายคู่ด้านอื่นๆ ใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ น้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 01 และ ระดับ 05 ตามลำดับ ส่วนในรายคู่ด้านอื่นๆ ใช้ปัจจัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

1 ผลการศึกษา การพิจารณาการใช้ปัจจัยที่ส่งต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ พบว่า ชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยที่ส่งต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ส่งต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่ชาวกรุงเทพมหานครใช้มากคือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสพพร พุ่มพวง (2545 : 74) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับทรัพยากรการท่องเที่ยวมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว (2542 : 113) ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสวยงามของสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีที่ว่าด้วยปัจจัยดึงดูด แอล อี ฮัดแมน (L E Hudman 1980) ซึ่งกล่าวว่า ลักษณะทางภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ

1.2 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ไทยเที่ยวไทย (www.tat.or.th การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ที่กล่าวว่า จะมีการปรับปรุงโครงข่ายคมนาคมในประเทศไทย ในด้านการแก้ไขปัญหาการจราจร ปรับปรุงระบบการขนส่งมวลชน และปรับปรุงถนนในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

1.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าข้อที่ชาวกรุงเทพมหานครใช้มากที่สุด คือ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยาก และการบริการที่พักได้มาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทายาท กิตติกุล (2540 : 81) ผลการวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพ พบว่า คนไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบความสะดวกสบาย มากกว่าการท่องเที่ยวแบบโลดโผนผจญภัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษณุ วิญญู (2542 บทคัดย่อ) ที่พบว่า คุณภาพในการบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการให้บริการกับราคาค่าบริการ มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าด้านอื่น นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญในคุณค่าของเงิน จึงต้องการให้ได้รับความคุ้มค่ามากที่สุด ในจำนวนเงินที่ได้จ่ายไป

1.4 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้าน การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าข้อที่ชาวกรุงเทพมหานครใช้ปานกลาง มี 3 ข้อ คือ แผ่นพับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัททัวร์/ไกด์นำเที่ยว ส่วนข้อที่ชาวกรุงเทพมหานครใช้มากที่สุด คือ การแนะนำจากคนรู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กัลยา สมมาตร (2541 บทคัดย่อ) พบว่า สื่อที่มีผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สื่อบุคคล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วันทนา สุรชีวิน (2541 : 109) พบว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศจากสื่อบุคคล เป็นเพื่อนญาติ หรือเพื่อนร่วมงานมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒน์พงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541 : 108) กล่าวว่ามูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวได้แก่ คำชักชวนจากเพื่อนหรือคำเล่าลือเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

1.5 ด้านความปลอดภัย ชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับเอกสารจากกองวิชาการ และการฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่า ความปลอดภัยเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบริการ โดยนักท่องเที่ยวจะนึกถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ และมาตรการรักษาความปลอดภัยต้องมีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ กัลยา สมมาตร (2541 : 102) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวชายทะเลในจังหวัดเพชรบุรี ปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจมากที่สุด คือชายทะเล ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รองลงมาคือ คมนาคมขนส่ง รวมทั้งความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

1.6 ด้านสินค้าของที่ระลึก ชาวกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางด้านสินค้าของที่ระลึก ที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่ชาวกรุงเทพมหานครใช้มากที่สุดคือ สินค้ามีราคาเหมาะสม สินค้ามีเอกลักษณ์ของที่ท้องถิ่นนั้น และการใช้วัสดุพื้นบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรณี บุญนิมิตร (2540 : บทคัดย่อ) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในประเทศ มีสิ่งจูงใจในการซื้อสินค้าที่ระลึกเนื่องจากเป็นสินค้าพื้นเมือง และมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อเป็นของฝาก โดยทำการซื้อสินค้าจากร้านค้าศูนย์รวมของฝากในจังหวัด

2 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ของชาวกรุงเทพมหานคร

2.1 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครที่มีเพศ ต่างกันพบว่า ทั้งเพศและเพศหญิงมีการใช้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกานต์ โรจนุตมะ (2542 : บทคัดย่อ) ที่พบว่ารูปแบบการเดินทางที่มีบทบาทในการกำหนดอุปสงค์ดังกล่าว คือ รูปแบบการเดินทางด้วยตัวเอง ตัวแปรเพศไม่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า เพศชายและเพศหญิงใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับตำราทางวิชาการของ ดร. ศรีเรือน แก้วกังวาล (จิตวิทยาพัฒนาการ 55-60) ที่กล่าวว่า เพศชายและเพศหญิงมีอุปนิสัยที่ต่างกัน โดยเพศชายเป็นเพศที่ชอบความท้าทาย รักอิสระ และชอบการผจญภัย ส่วนเพศหญิงเป็นเพศที่มีความระมัดระวังในการดำเนินชีวิต ไม่ชอบความเสี่ยงภัย และเป็นเพศที่รักความสะดวกสบาย

2.2 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ต่างกัน จากการวิจัยพบว่า ชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ใช้ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานมากกว่าผู้ที่มีอายุ 25-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป กล่าวคือ ชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุน้อยส่วนใหญ่เป็นวัยที่อยู่ในวัยเรียน ไม่มีรายได้ที่แน่นอน เป็นวัยที่มีความคิดเป็นตัวของตัวเอง อยากได้ อยากมีตามกลุ่มเพื่อน ชอบสังคมต้องการความทันสมัยและรักความสะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพล ปธานวนิช และคณะ (2536 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยที่สำคัญและมีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของชาวไทย

2.3 การเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน จากการวิจัยพบว่า ชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเนื่อง

น้อยกว่า 10,000 บาท ใช้ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป และชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ใช้ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 -20,000 บาท และมากกว่า 20,000 ขึ้นไป กล่าวคือ รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการที่จะนำไปซื้อสินค้าหรือบริการจากการท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีรายได้มาก อำนาจในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการท่องเที่ยวก็จะมากตาม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กัลยา สมมาตรย์ (2541 บทคัดย่อ) พบว่ารายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ทายาท กิตติกุล (2540 : 78) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของคนไทยที่กำลังจะไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และเงินออมต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยทางด้านอื่น ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมือง
- 2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ กับในจังหวัดอื่นๆ
- 3 ควรศึกษาปัจจัยเปรียบเทียบที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศหรือต่างประเทศ
- 4 ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของประชาชนในภาคอื่นๆ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กองพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม (2542) คู่มือส่งเสริมหมู่บ้านท่องเที่ยว กรุงเทพฯ
กรมพัฒนาชุมชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กองสถิติและวิจัย (2543) รายงานผลการวิจัยโครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี 2543
กรุงเทพฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กองสถิติและวิจัย (2543) รายงานสถิติประจำปี 2543 กรุงเทพฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2524) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- _____ (2525) สถิติและเรื่องสำคัญบางประการที่ควรทราบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- _____ (2527) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- _____ (2529) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- _____ (2533) ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว ดำรา-
เอกสารวิชาการฉบับที่ 30 หนวศีกษานันเทศก์กรมฝึกหัดครู กรุงเทพฯ โรงพิมพ์
การศาสนา กรมการศาสนา
- _____ (2543) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กองวิชาการและฝึกอบรม อุตสาหกรรม
การท่องเที่ยว กรุงเทพฯ ม ป พ
- กุลธิดา เอี่ยมฉัตร (2545) ทศนคติที่มีต่อการตัดสินใจเลือกบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย
จากโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ปรินญาณินพนธ์ บธ ม (การตลาด) กรุงเทพฯ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- กัลยา วานิชย์ปัญญา (2545) การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย
พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ ภาควิชาสถิติคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- กัลยา สมมาตรย์ (2541) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล
ในจังหวัดเพชรบุรี วิทยานิพนธ์ บธ ม (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ทยเอกสาร
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ (2542) การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) วิถีไทย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรุงเทพฯ โครงการ
วิถีทรรศน์ 1-10
- ชูลีพร ไกรเวียง (2531) การวิจัยเชิงจิตวิทยา กรุงเทพฯ ไทยวัฒนาพานิช

- ชัยวัช ไทย (2529) การจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชำนาญ มวงทับทิม (2543) พฤติกรรมการและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ดุษ ชุมสาย และ ญิบพันธ์ พรหมโยธี (2527) ปฐมบทวิชาการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ ไทยวัฒนาพานิช
- ทวีศักดิ์ ทิพยมหิงษ์ (2544) รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทรา ฉะเชิงเทรา สถาบันราชภัฏราชชนครินทร์
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2544) รายงานเศรษฐกิจและการเงินการธนาคารแห่งประเทศไทย 2544
- นภา จันทรตรี (2545) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ภาคนิพนธ์ ศศ ม (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ อัดสำเนา
- นิตา ชัชกุล (2542) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จ ภูเก็ต สถาบันราชภัฏภูเก็ต
- นัยนา คุปติมนัส (2545) ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ สารนิพนธ์ บธ ม (การตลาด) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อัดสำเนา
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538) พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรุงเทพฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- บุญส่ง โกสะ (2542) วิจัยทางพลศึกษา กรุงเทพฯ สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
- ประสพพร พุ่มพวง (2545) พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ บธ ม (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดายเอกสาร
- ปวีณา โทนแก้ว (2542) ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย วิทยานิพนธ์ ศศ ม (เศรษฐศาสตร์) เชียงใหม่ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อัดสำเนา
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2538) วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ กรุงเทพฯ สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- พิษณุ วิทยุฒิ (2542) การบริหารการตลาด การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ
กรุงเทพฯ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พัฒน์พงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541) พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการ
ท่องเที่ยวชายหาดชะอำ วิทยานิพนธ์ วท ม (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) กรุงเทพฯ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อุดรธานี
- วรรณ วรณานิช (2539) ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว กรุงเทพฯ ภาควิชาภูมิศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิชัย เทียนน้อย (2528) ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- วิทยา เกียรติวัฒน์ (2543) พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในจังหวัด
อุดรธานี สารนิพนธ์ บธ ม (บริหารธุรกิจ) มหาสารคาม บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทยเอกสาร
- วิธนี วรรณสกล (2542) การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ วิทยานิพนธ์ นศ ม (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ)
กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อุดรธานี
- วินิจ วีรยางกูร (2532) การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มปท ภาควิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วิภา วัฒนพงศ์ชาติ (2542) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่
เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์ อุดรธานี
- วันทนา สุรชีวิน (2544) กิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ กรุงเทพฯ ศูนย์ส่งเสริม
การศึกษานอกโรงเรียนกลุ่มเป้าหมายพิเศษ กรมการศึกษานอกโรงเรียน
- ศกลวรรณ พาเรือง (2540) องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ
นิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ นศ ม (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ)
กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศรีเรือน แก้วกังวาน (2530) จิตวิทยาพัฒนาการ กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์ประกายพรึก
ภาควิชาจิตวิทยาคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สมบัติ กาญจนกิจ (2542) นันทนาการชุมชนและโรงเรียน กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุชาดา นิมิตรัญญา (2544) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายใน
ประเทศของผู้สูงอายุ วิทยานิพนธ์ ศษ ม (ประชากรศึกษา) กรุงเทพฯ บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

อรณี บุญนิมิต (2540) พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ
ท่องเที่ยว วิทยานิพนธ์ บธ.ม (การตลาด) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต อุดรธานี

อเนก หงษ์ทองคำ (2542) นันทนาการกับสังคม เอกสารประกอบการสอน คณะพลศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อุษณีย์ ตรีภูมิ (2544) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว ทักษะศึกษาในเขต
ฐานทัพเรือสัตหีบ วิทยานิพนธ์ บธ.ม (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อุดรธานี

Burkart, A J and S Midlike (1985) *The Management of tourism* London Heineman

D' Almeida, Claudia (2002, April) *Tourism & Hospitality Research* p 381-382

Hudman, L E (1980) *Tourism A Shining World* Ohio Mid Inc

Krejcie, Robert V & Daryle W Morgan (1970, Autumn) "Determining Sample Size for
Research Activities," *Educational and Psychological Measurement* 30 (3)
607-610

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

Yoon, Semok (2000) *A Study of pleasure trip planning behavior with implications for
improved tourism promotion* Thesis (Ph D) Michigan State University

Website

<http://www.dopa.go.th>

<http://www.tat.or.th>

<http://www.tfrc.co.th>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศ
ของชาวกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง

- 1 ลักษณะแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ตอน จำนวน 4 หน้า
ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาว
กรุงเทพมหานคร

- 2 การตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยด้านวิชาการเท่านั้น จึงเรียนขอความร่วมมือจากท่านได้โปรดแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ จริงใจ ตรงไปตรงมา และเป็นอิสระเพื่อความสมบูรณ์ของผลการศึกษาวิจัย โดยไม่ต้องระบุชื่อ และนามสกุลของท่านลงในแบบสอบถามคำตอบของท่านจะถือเป็นความลับไม่มีผลผูกพันใดๆ หรือไม่นำไปใช้ในทางที่จะเสียประโยชน์ต่อท่านเป็นอันขาด

ผู้วิจัยใครขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

วันเพ็ญ ชานู

นิสิตวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการนันทนาการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร”

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในหัวข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1 เพศ

() ชาย

() หญิง

2 อายุ

() ต่ำกว่า 25 ปี

() 25 – 59 ปี

() 60 ปีขึ้นไป

3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() ต่ำกว่า 10,000 บาท

() 10,000-20,000 บาท

() มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่งผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ประเด็นพิจารณา	การใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ทรัพยากรการท่องเที่ยว</u>					
1 ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
2 ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น					
3 จุดสนใจท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์					
4 จุดสนใจท่องเที่ยวทางศาสนา					
5 จุดสนใจท่องเที่ยวทางโบราณคดี					
6 จุดสนใจท่องเที่ยวทางการเมือง					
7 จุดสนใจทางศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน					
8 การจัดงานเทศกาลของแต่ละจังหวัด					
9 สถานที่ท่องเที่ยวให้ความบันเทิง					
10 10 สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ					
<u>โครงสร้างพื้นฐาน</u>					
11 มีสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เป็นต้น					
12 มีถนนหนทางและระบบการจราจรดี					
13 มีระบบการสื่อสารทันสมัย					
14 มีพาหนะหลายประเภทเข้าถึงได้					
15 การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยาก					
16 มีแผนที่ หรือป้ายบอกทางชัดเจน					
17 ที่พักแรมหาง่าย					
18 มีที่พักระดับต่างๆ ให้เลือก					

ประเด็นพิจารณา	การใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
19 การบริการที่พักได้มาตรฐาน					
20 ที่พักสะอาด ถูกสุขลักษณะ					
21 มีห้องน้ำ ห้องส้วมสะอาด					
22 มีร้านอาหารหลายชนิดให้เลือก					
23 อาหารสะอาด ถูกหลักอนามัย					
24 อยู่ใกล้แหล่งช้อปปิ้ง					
25 อยู่ใกล้สถานที่ให้ความบันเทิง					
<u>การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยว</u>					
26 หนังสือพิมพ์					
27 นิตยสาร					
28 แผ่นพับ					
29 ป้ายโฆษณา					
30 วิทยุ/โทรทัศน์					
31 เว็บไซต์/ อินเทอร์เน็ต					
32 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
33 การจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว					
34 บริษัททัวร์/ ไกด์นำเที่ยว					
35 การแนะนำจากคนรู้จัก					
<u>ความปลอดภัย</u>					
36 มาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว					
37 สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน					
38 มีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหา					
39 มีศูนย์แจ้งเหตุ และช่วยเหลือนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง					
40 มีตำรวจท่องเที่ยวดูแลอย่างทั่วถึง					

ประเด็นพิจารณา	การใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
41 มีสถานพยาบาลที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเมื่อประสบเหตุ					
42 ปลอดภัยจากสัตว์ที่เป็นพาหะนำโรค					
43 ปราศจากโรคติดต่อ ร้ายแรง					
<u>สินค้าของที่ระลึก</u>					
44 สินค้ามีคุณภาพดี					
45 เป็นสินค้าที่มีประโยชน์ ใช้ในชีวิตประจำวันได้					
46 สินค้ามีราคาเหมาะสม					
47 สินค้ามีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ					
48 การใช้วัสดุพื้นบ้าน					
49 การบรรจุหีบห่อสวยงาม					
50 สินค้าหลากหลายชนิด					

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ชื่อ	จุฑามาศ ศิริวรรณ
ตำแหน่ง	ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
สถานที่ทำงาน	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ชื่อ	ดร ศศิธารา พิชัยชาญณรงค์
ตำแหน่ง	ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว
สถานที่ทำงาน	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ชื่อ	ดร สมบัติ กาญจนกิจ
ตำแหน่ง	ศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน	สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ชื่อ	พนมศักดิ์ สวัสดิพงษ์
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน	ภาควิชาสันทนากการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ชื่อ	สมควร โพธิ์ทอง
ตำแหน่ง	อาจารย์
สถานที่ทำงาน	ภาควิชาสันทนากการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาววันเพ็ญ ชานู
วันเดือนปีเกิด	5 พฤศจิกายน 2522
สถานที่เกิด	อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	28/179 เเคะคลองจั่น ถนนเสรีไทย แขวงบางกะปิ เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่กิจกรรมพิเศษ และประชาสัมพันธ์ บริษัทพาร์ท พ้อยท์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	118 ถ ฦ ระนอง แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
ประวัติการศึกษา	
พ ศ 2548	ปริญญาโท (วท ม การจัดการนันทนาการ) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ ศ 2545	ปริญญาตรี (วท บ นันทนาการ) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ ศ 2539	มัธยมศึกษา จากโรงเรียนโพธาวัฒนาเสนี จังหวัดราชบุรี
พ ศ 2533	ประถมศึกษา จากโรงเรียนวัดชัยรัตน์ จังหวัดราชบุรี