

แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัด
ของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2556

แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัด
ของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัด
ของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2556

เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. (2556). แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง. ปริญญาานิพนธ์ ปร.ด. (การกีฬา นันทนาการ และการท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มยุรี ศุภวิบูลย์, รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล ตั้งสัจจะพจน์.

การศึกษาครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว และพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 690 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว และปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยที่มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .961 ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL)

ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรมีค่าระหว่าง .075 ถึง .636 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวกับข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว
2. แบบจำลองการวัดตัวแปรปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว ปัจจัยความสะดวกและความปลอดภัย และข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .38 – .73
3. แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ปรับแก้มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 3.10$, $df=1$ ($p = .07839$), $SRMR = .0012$, $RMSEA = .055$, $GFI = 1.00$, $NFI = 1.00$, $CFI = 1.00$, $TLI = .98$, $AGFI = .97$, $PNFI = .100$) โดยตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยสามารถร่วมกันทำนายข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้ร้อยละ 47

A CASUAL RELATIONSHIP MODEL OF FACTORS AFFECTING CONSTRAINTS TO
LEISURE TRAVEL DURING LONG HOLIDAYS



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Doctor of Philosophy Degree in Sport, Leisure and Tourism
at Srinakharinwirot University

May 2013

Chalermkiart Feongkeaw. (2013). *A Causal Relationship Model of Factors Affecting Constraints to Leisure Travel During Long Holidays*. Dissertation, Ph.D. (Sport, Leisure and Tourism). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Asst. Prof. Dr. Mayuree Suphawibul, Assoc. Prof. Dr.Suvimol Tangsujjapoj.

The purposes of this study were to study variables influenced constraints to leisure travel and develop causal relationship model of factors affecting constraints to leisure travel during long holidays. The sample consisted of 690 Thai tourists. The research instrument was a questionnaire comprising general personnel data, constraints to leisure travel, marketing factor, travel experience factor as well as comfort and safety factor with the reliabilities of .961. The data were analyzed by using Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Path Analysis with the use of LISREL program.

The results of research were as follows:

1. The correlation coefficients of factors were between of .075-.636. Travel experience factor and constraints to leisure travel were most related.
2. Measurement models of constraints to leisure travel, marketing factor, travel experience factor as well as comfort and safety factor were fitted with the empirical data. And the confirmatory factor analysis of the items gained the weight of standard components ranging from .38 to .73.
3. The Causal Relationship Model was fitted with the empirical data. ($\chi^2 = 3.10$, $df = 1$ ($p = .07839$), SRMR = .0012, RMSEA = .055, GFI = 1.00, NFI = 1.00, CFI = 1.00, TLI = .98, AGFI = .97, PNFI = .100). Income per month, marketing factor, travel experience factor as well as comfort and safety factor could predict constraints to leisure travel at 47 percents.

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อ
ข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

ของ

เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
วันที่ เดือน พ.ศ. 25.....

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ คณะกรรมการสอบปากเปล่า
..... ประธาน ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มยุรี ศุภวิบูลย์) (อาจารย์ ดร.อุษากกร พันธุ์วานิช)

..... กรรมการ กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล ตั้งสัจจะพจน์) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มยุรี ศุภวิบูลย์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล ตั้งสัจจะพจน์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ จิวเจริญสกุล)

ประกาศคุณูปการ

ความสำเร็จทุกครั้งของผู้วิจัยมีแรงบันดาลใจจาก "พ่อกับแม่" เสมอ ขอกราบขอบพระคุณ ท่านทั้งสองสำหรับทุกอย่างที่ให้ลูกเสมอมา โดยเฉพาะแม่นอกจากเป็นครูในวิชาชีพแล้ว ยังเป็นครูคนแรก ที่สอนหนังสือให้ลูกคนนี้อ่านออกเขียนได้ด้วย กราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มยุรี ศุภวิบูลย์ และ รองศาสตราจารย์ ดร. สุวิมล ตั้งสัจจะพจน์ สำหรับองค์ความรู้การใช้เวลาว่าง นันทนาการ และการท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นที่ปรึกษาที่ไม่เคยปฏิเสธศิษย์คนนี้แม้สักครั้งเดียว ไม่ว่าจักเป็นเรื่องใดๆ Prof. Dr. Susan Hudson สำหรับความรู้ ความปรารถนาดี และความเมตตาทั้งในและนอกชั้นเรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงพล ต่อนี้ สำหรับความรู้ในชั้นเรียนและข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ครั้งที่สอบโครงร่างวิจัย อาจารย์ ดร.อุษากกร พันธุ์วานิช สำหรับความรู้และข้อแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ตั้งแต่ครั้งสอบหัวข้อ จนวินาทีนี้ รองศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ จิวเจริญสกุล สำหรับข้อคิดเห็น และแนวทางที่เป็นคุณแก่ผู้วิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.มธุรส จงชัยกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ของศิษย์ครั้งปริญญาโท และเอกใบแรกที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำหรับการวางรากฐานที่แข็งแกร่งและเป็นต้นแบบที่ดี จึงทำให้วันนี้ของศิษย์ไม่ยากจนเกินไป รองศาสตราจารย์ ดร. สุปรารถณี วิชาญบุญจันทร์ คณบดีคณะพลศึกษา มศว คณาจารย์และสถาบันการศึกษาที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ โรงเรียนโยธินบูรณะ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ Université de Franche-Comté มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ขอบพระคุณ นางสาวรัชณี (พี่หนู) พี่องแก้ว พี่สาวคนเดียวที่ไม่เคยทิ้งน้องชายคนนี้ นางสาวสุทิวา อรุณสิทธิ์ อาคนเล็กที่เป็นทั้งเพื่อน พี่ และอาที่รัก และเอ็นดูหลานคนนี้อย่างทุกวันนี้นี้ อาจารย์ เกศรา กล่อมเทศ อาที่ดูแลเรื่องเรียนของหลานสมัยมัธยมศึกษา พล.อ.อ. พิเศษฐ์ มีทองคำ น้ำที่เป็นกำลังใจสำคัญในการทำงาน

ขอขอบคุณและขอบใจ เบร็ด กับ รัก น้องชายและน้องสาวที่อยู่เป็นเพื่อนพ่อกับแม่ตอนที่พี่มีภารกิจต้องทำ เซสเตอร์ หลานคนเดียวของลุงที่ทำให้ปู่กับย่ามีอะไรทำสนุกๆ เสมอ

ขอขอบใจ เพื่อนร่วมรุ่นสาขาวิชาปริญญาเอกรุ่น 1 มศว ทุกคนโดยเฉพาะ อาจารย์โอม ที่เป็นธุระให้เสมอในหลายๆ เรื่อง มิตรที่เมื่อใดขอความช่วยเหลือก็ได้ทุกครั้ง ดร.แมน ดร.แม่ ดร.วัฒน์ ดร.แอร์ ดร.ปอ ดร.กล้วย อาจารย์หนู อาจารย์วัง อาจารย์แจ๊ส อาจารย์อ้อ อาจารย์มิน อาจารย์เก่ง หญิง ปาล์ม กิ๊ฟ ลูกศิษย์อย่างกอล์ฟ ยัย นิว โดด ส้ม เม ดิว ฤทธิ และผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาบางส่วนให้กับงานวิจัยชิ้นนี้

ท้ายสุดนี้ขอแสดงความกตัญญูตเวทีแด่คุณย่าอาภา เฟื่องแก้ว สำหรับทุนทรัพย์ ต้นทุนทางสังคม และทางจิตใจที่ให้ไว้กับ "เฟื่องแก้ว" ทุกคน หลานคนนี้จะตระหนักและสำนึกเสมอ ประโยชน์ที่พึงเกิดจาก ปริณิธานิพนธ์เล่มนี้ขอให้เป็นบุญกับบุพการีทั้ง 6 ท่าน ครูบาอาจารย์และกัลยาณมิตรของผู้วิจัย

เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
คำถามของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีการใช้เวลาว่าง	8
แนวคิดการใช้เวลาว่าง	9
ทฤษฎีการใช้เวลาว่าง	13
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	17
ความสำคัญของการท่องเที่ยว	17
คุณลักษณะเฉพาะของการบริการท่องเที่ยว	18
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	20
รูปแบบการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง	22
ปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว	27
ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	27
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว	29
ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว	33
การวิเคราะห์เส้นทาง	38
แบบจำลองเชิงสาเหตุ	40
สัมประสิทธิ์เส้นทาง	42
การแยกส่วนความสัมพันธ์	42

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	44
งานวิจัยในประเทศ	44
งานวิจัยต่างประเทศ	48
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	51
ขั้นตอนดำเนินการวิจัย	51
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	51
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	52
การสุ่มตัวอย่าง	52
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	54
การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล	57
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	57
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	62
สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	62
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	63
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปร	67
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดตัวแปรที่ทำการศึกษา ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้ เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง	69
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน	76
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	82
ความมุ่งหมายของการวิจัย	82
สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า	82

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 (ต่อ)	
วิธีดำเนินการวิจัย	83
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	84
อภิปรายผล	87
ข้อเสนอแนะ	89
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	97
ภาคผนวก ก	98
ภาคผนวก ข	101
ภาคผนวก ค	108
ภาคผนวก ง	117
ประวัติย่อผู้วิจัย	201

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความกลมกลืน	61
2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	64
3 ผลการตรวจสอบการแจกแจงแบบโค้งปกติ (Normal Curve) ของตัวแปรที่ทำการศึกษา ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โดยการศึกษาค่าเฉลี่ย (M) ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD) ค่าร้อยละของสัมประสิทธิ์การกระจาย (%CV) ค่าความเบ้ (Sk) ค่าความโด่ง (Ku) และค่า p-value ของความเบ้ และความโด่งในกลุ่มรวม (n = 690)	67
4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในแบบจำลองความสัมพันธ์ เชิงสาเหตุ	69
5 ผลการวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรปัจจัย การตลาดที่ทำการศึกษานในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ	72
6 ผลการวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรปัจจัย ประสบการณ์ การท่องเที่ยวที่ทำการศึกษานในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ...	73
7 ผลการวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรปัจจัยด้าน ความสะดวกและความปลอดภัย	74
8 ผลการวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรข้อจำกัดของ การใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว	75
9 คะแนนมาตรฐานของผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลรวมของ แบบจำลองตามสมมติฐาน	77
10 คะแนนมาตรฐานของผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลรวมของ แบบจำลองปรับแก้ (Adjust Model)	80

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดในการใช้เวลารว่าง ในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง	7
2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	21
3 Simple model of preference, constraint, and participation	34
4 Preference, constraint, and participation/nonparticipation	35
5 แบบจำลองเชิงสาเหตุแบบ Recursive Model	40
6 แบบจำลองเชิงสาเหตุแบบ Non-Recursive Model	41
7 แบบจำลองเชิงสาเหตุรูปแบบต่างๆ	42
8 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	51
9 แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมติฐาน	78
10 แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ปรับแก้	81

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในสภาพแวดล้อมของสังคมสมัยใหม่ที่เป็นสังคมอุตสาหกรรมบนฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ คนในสังคมต้องอยู่ในสภาวะการแข่งขัน ร่งรีบ ทำให้เกิดความเครียดได้ง่าย เพราะทุกคนต้องทำงานเพื่อสนองความต้องการทางด้านความมั่นคงสำหรับตนเองและครอบครัว บางสภาวะจึงต้องการคลายความเครียดด้วยการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมหรือความจำเจชั่วระยะเวลาหนึ่งทันทีที่มีเวลารว่าง การใช้เวลารว่างเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ของแต่ละบุคคลย่อมขึ้นอยู่กับความปรารถนา ความพอใจของแต่ละคน ซึ่งมีสาเหตุหรือปัจจัยที่แตกต่างกันไป แต่ท้ายสุดแล้วก็เพื่อตอบสนองความสุขความพึงพอใจให้กับตนเองเป็นสำคัญ

การใช้เวลารว่างประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยม คือ การท่องเที่ยว การใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว (Leisure travel) เกิดจากความต้องการ แรงขับ และแรงจูงใจของตัวมนุษย์เอง เป็นที่เข้าใจโดยสามัญทัศน์ว่า การท่องเที่ยวย่อมนำมาซึ่งความเพลิดเพลิน ความพึงพอใจ ความสุขอย่างน้อยก็ในระดับหนึ่งของปัจเจกบุคคลและยังเป็นการหลีกเลี่ยงความจำเจ ความทุกข์ได้ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของลัทธิสุขนิยม (Hedonism) ที่ได้เสนอแนวคิดเรื่องแรงผลักดันพฤติกรรม อันได้แก่ ความต้องการที่จะเลี่ยงความทุกข์ และต้องการมีความสุขของมนุษย์ (ถวิล ธาราโกชน. 2526.; Shivers. 1981) การใช้เวลารว่างเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวหาความสำราญใจ ความเพลิดเพลินและความสุขในช่วงพักผ่อนจึงเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขทางจิตวิทยาและสังคมเป็นหลัก (Plog. 2004) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวแต่ละคนเลือกพักผ่อนไปกับการท่องเที่ยว ย่อมขึ้นอยู่กับความต้องการ แรงจูงใจ ทัศนคติต่อการใช้เวลาว่างเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนบริบททางสังคมรวมทั้งแรงกระตุ้นจากภายนอกไม่ว่าจักเป็นคนรอบข้างหรือแรงเสริมจากการตลาด

การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เวลารว่างอย่างแยกออกจากกันไม่ได้ เพราะการท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบหลายอย่างที่มีเวลารว่างเป็นบริบทที่สำคัญ อันนำไปสู่พฤติกรรมการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าผู้เดินทางท่องเที่ยวมีแรงจูงใจอย่างแรงกล้า มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างไรก็ตาม แต่ถ้าปราศจากเวลารว่างที่เพียงพอ การเดินทางท่องเที่ยวนั้น อันเป็นต้องเลื่อนหรือยกเลิกไปในการใช้เวลาว่างศึกษา (Leisure studies) ซึ่งมีขอบเขตของการศึกษาในเชิงสหวิทยาการ ได้มีการนำเรื่องพฤติกรรมการใช้เวลารว่างมาศึกษาโดยใช้ฐานจิตทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาเป็นหลัก มนุษย์ตั้งแต่สมัยอดีตต้องทำงาน เมื่อมีเวลารว่างและต้องการท่องเที่ยวก็มีกระบวนการและแรงจูงใจที่ต่างกัน ยิ่งในปัจจุบัน เวลารว่างดูเหมือนมีมากขึ้น ตามนัยของวิถีชีวิตการอยู่ในสังคม ดังที่ ก๊อดเบย์ (Godbey. 2006: 182) ได้กล่าวว่า “เวลารว่างมีมากขึ้นในสังคมของหลายประเทศและการเพิ่มขึ้น มีค่านัยความสัมพันธ์ทางบวก

กับมวลรวมของรายได้ด้วย” นั้นแสดงให้เห็นว่า เวลาว่างมีอิทธิพลและให้มูลค่าทางจิตใจ ทางสังคมและทางเศรษฐกิจแก่คนในสังคมตลอดช่วงชีวิต

การที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่งมีการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวจัดเป็นพฤติกรรมการใช้เวลาว่างเพื่อทำกิจกรรมใดๆ อันให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน พบสิ่งแปลกใหม่ อาจได้รับความรู้ และต้องมีการเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่ง (Home base) ไปยังอีกที่หนึ่ง (Tourist destinations) อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมดังกล่าวก็ย่อมเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจที่มีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องโดยเฉพาะปัจจัยทางจิตวิทยาสังคม ซึ่งเป็นองค์ประกอบทางด้านบุคคลและสังคมเป็นส่วนใหญ่และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางในแต่ละครั้งเพราะในที่สุดนักท่องเที่ยวต้องเป็นผู้ตัดสินใจที่มาจากความเชื่อ ความคิด ค่านิยม แรงบันดาลใจ และสำคัญที่สุด คือ แรงจูงใจซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไล (Li. 2000) ที่ทำการศึกษาเรื่อง A Phenomenological Study of Tourists' Travel Experiences ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจแห่งการเดินทางท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักสำคัญในการสร้างประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ งานวิจัยของ ฮัลแลบ (Hallab. 1999) ที่ทำการศึกษาเรื่อง An Exploratory Study of the Relationship between Healthy-Living and Travel Behavior ผลการวิจัยก็พบว่า แรงจูงใจเป็นตัวแปรที่ใช้ทำความเข้าใจและทำนายพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้กล่าวได้ว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism demand) ซึ่งเกิดขึ้นจากองค์ประกอบหลายอย่าง ดังที่ ฌองส์รี พิมลสมพงศ์ (2542: 39) กล่าวไว้ว่า “การเดินทางท่องเที่ยวอาจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป” อาจกล่าวได้ว่าแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นไม่ได้มาจากแรงจูงใจเดียวเสมอไป นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่ามูลเหตุจูงใจหรือปัจจัยที่ส่งผลให้คนเดินทางท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นพหุปัจจัย

นักวิชาการ นักจิตวิทยา นักสังคมวิทยา และนักการตลาดการท่องเที่ยวให้ความสนใจในอธิบายปรากฏการณ์การเดินทางของนักเดินทางท่องเที่ยวซึ่งก็คือ พฤติกรรมการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว โดยศึกษาเป็นสองแนวทางสำคัญ ดังที่ เดวิดสัน (Davidson. 1994) และ ไฮเวลล์ (Howell. 1993) รวมทั้ง วีเวอร์ และ ลอร์ดัน (Weaver; & Lawton. 2010) ได้แบ่งไว้เป็น การใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว (Leisure travel or tourism) และการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business travel) ซึ่งการท่องเที่ยวแบบหลังนี้มีปัจจัยสำคัญคือ การประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว และเดินทางในฐานะพนักงานหรือเจ้าหน้าที่องค์กร แต่การท่องเที่ยวแบบแรก นอกจากต้องมีเวลาว่างเพียงพอแล้ว ยังต้องมีปัจจัยส่วนบุคคล สังคมและเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง (Plog. 2004) และบางครั้งแม้ปัจจัยดังกล่าวพร้อม แต่อาจมีอุปสรรคหรือข้อจำกัด (Constraints to leisure) บางอย่างทำให้ความตั้งใจการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวต้องยกเลิกไป (Jackson. 2005) อย่างเช่น การมีบุตรเกิดขึ้นในครอบครัว การพบคู่ชีวิตคนใหม่

รายได้ลดลงหรือเพิ่มขึ้น ปัญหาสุขภาพ เกิดการเปลี่ยนแปลงความคาดหวังหรือประสบการณ์การท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่ง ชูศักดิ์ วิทยามัค (2554: 13) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอุปสงค์ของพฤติกรรม การบริโภคทางการท่องเที่ยวอาจพิจารณาศึกษาทั้งปัจจัยและข้อจำกัด ดังที่เขาให้ทรรศนะในเรื่องนี้ว่า “ทำไมผู้คนถึงต้องเดินทางไปท่องเที่ยว รวมถึงการวิเคราะห์อุปสรรค หรือข้อจำกัดของความต้องการในการท่องเที่ยว” โดยสิ่งที่ขัดขวางความต้องการการเดินทางท่องเที่ยวนี้ เพจ (Page. 2009) เรียกว่า อุปสงค์ ที่ถูกยับยั้ง (Suppressed demand) การถูกยับยั้งเกิดขึ้นตามปัจจัยและเหตุได้ทั้งจากอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยว

สำหรับการใช้เวลาว่างเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยทั้งการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และต่างประเทศจากองค์การการท่องเที่ยวโลก ตั้งแต่ พ.ศ. 2551 ถึง 2554 คนไทยติดอันดับ 1 ใน 20 (องค์การการท่องเที่ยวโลก. 2554) ของโลกมาตลอด ประกอบกับเป็นเพราะความเป็นพหุสังคมและมีวัฒนธรรม ที่หลากหลายทำให้วิถีชีวิตของคนในสังคมไทยมีวันหยุดต่อเนื่องในหลายคราว เช่น วันหยุดปีใหม่ไทย วันหยุดปีใหม่สากล เป็นต้น กอปรที่รัฐบาลได้ทดแทนวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่ตรงกับวันหยุดสุดสัปดาห์ให้ต่อเนื่องด้วย จึงทำให้การใช้เวลาว่างมีมากขึ้นอันเอื้อให้ทำกิจกรรมยามว่างที่เหมาะสมกับเวลานั้นก็คือ การเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการในการตัดสินใจไปที่ใดที่หนึ่งในแต่ละครั้ง

องค์ประกอบส่วนบุคคลเชิงเศรษฐกิจสังคม เวลาที่ใช้ไปกับการท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ตลอดจนปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยคู่ด อย่างการนำเสนอขายทางการตลาด ต่างก็มีอิทธิพลต่อการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวด้วยกันทั้งสิ้น (ปราโมทย์ รอดจรัส. 2553., สุวีริณัณฐ์ ไสภณศิริ. 2554., Plog. 2004) อย่างไรก็ตามในโลกของความเป็นจริงแม้จักดูเหมือนว่าเป็น องค์ประกอบหรือปัจจัยธรรมดาแต่ตัวแปรเหล่านี้ต่างก็มีอิทธิพลต่อกันเองไม่มากก็น้อยต่อการใช้เวลาว่าง ผวนวกกับอาจมีข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคทำให้การใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวต้องยกเลิกไป

ดังนั้นการทำความเข้าใจผลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรแต่ละตัวที่ส่งผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวจักช่วยให้การวางแผนและพัฒนาประสิทธิภาพและยั่งยืนอันเป็นประโยชน์ กับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคธุรกิจในการจัดโปรแกรมในช่วงวันหยุดต่อเนื่องในรอบปี ปฏิทินที่เกิดขึ้นบ่อยตามเทศกาลทั้งแบบสากลและแบบของประเทศไทย เพื่อเดินทางท่องเที่ยวรวมทั้งใน การทำกิจกรรมอื่นๆ ด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง
2. เพื่อพัฒนาแบบจำลองของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรที่ส่งผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

คำถามของการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องมีตัวใดที่ส่งผลทางตรง ส่งผลทางอ้อม และตัวแปรใดส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. แบบจำลองของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรที่ส่งผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องมีลักษณะอย่างไร

ความสำคัญของการวิจัย

ได้ข้อมูลสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับคุณภาพชีวิต และการส่งเสริมการใช้เวลาว่างประเภทกิจกรรมนันทนาการและท่องเที่ยว ทั้งในองค์กรภาครัฐและเอกชนเพื่อใช้ในการวางแผนใน การพัฒนาและส่งเสริมตลอดจนการประกอบธุรกิจรวมเชิงพาณิชย์ จากปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ทั้งตัวที่ส่งผลทางตรงและส่งผลทางอ้อม เพราะการศึกษาและทำความเข้าใจแบบจำลองของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยเหล่านี้ช่วยให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ อันจักช่วยลดหรือขจัดข้อจำกัด (Constraints negotiation) ได้

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านเนื้อหา/ประเด็นที่ศึกษา

มุ่งศึกษาลักษณะของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง และศึกษาอิทธิพลของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลทางตรง และผลทางอ้อมต่อการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง และศึกษาข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่จัดเตรียมแบบสอบถามจนถึงเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556

ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 21 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปทำงานและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เคยใช้บริการท่องเที่ยวทั้งในและหรือต่างประเทศกับบริษัทนำเที่ยว ภายหลังอย่างน้อยหนึ่งครั้งเคยวางแผนว่า จักใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง เช่น ช่วงปีใหม่สากล ช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น แต่แล้วยกเลิกการเดินทางครั้งนั้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง บุคคลสัญชาติไทยอายุ 21 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปทำงานและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เคยใช้บริการท่องเที่ยวทั้งในและหรือต่างประเทศกับบริษัทนำเที่ยว ภายหลังอย่างน้อยหนึ่งครั้งเคยวางแผนว่าจักใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง เช่น ช่วงปีใหม่สากล ช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น แต่แล้วยกเลิกการเดินทางครั้งนั้น
2. **ปัจจัยที่มีผล** หมายถึง องค์ประกอบหรือตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวนักท่องเที่ยวในการใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องทั้งทางตรงหรือทางอ้อม หรือทั้งทางตรงและทางอ้อม
3. **ปัจจัยการตลาด** หมายถึง องค์ประกอบหรือตัวแปรที่เกิดจากการดำเนินการทางการตลาด โดยที่องค์ประกอบมีอิทธิพลต่อตัวนักท่องเที่ยวในการใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้แก่ ราคาทัวร์ สถานที่พักแรม โปรแกรมการท่องเที่ยว รายการท่องเที่ยว สื่อ ข้อมูลจากสื่อ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ภาพลักษณ์บริษัทนำเที่ยว ระยะเวลาการให้จอง ราคาในช่วงฤดูท่องเที่ยว ผู้ให้บริการ และชื่อเสียงของพาหนะที่บริษัทนำเที่ยวเสนอ
4. **ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว** หมายถึง องค์ประกอบหรือตัวแปรที่เกิดจากการได้เคยท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง โดยที่องค์ประกอบมีอิทธิพลต่อตัวนักท่องเที่ยวในการใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้แก่ ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง กิจกรรมท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในรายการท่องเที่ยว ปฏิสัมพันธ์กับบุคลากรท่องเที่ยว จำนวนของนักท่องเที่ยว ความเป็นกันเองของคนท้องถิ่น สภาพอากาศในแหล่งท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากบุคคลอื่นและสื่อ การคมนาคมและความแตกต่างด้านสังคมวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว
5. **ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย** หมายถึง องค์ประกอบหรือตัวแปรที่เกิดจากความตระหนักถึงความสะดวก ความสบาย และความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องโดยที่องค์ประกอบมีอิทธิพลต่อตัวนักท่องเที่ยวในการใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้แก่ ภาพรวมของความสะดวกความปลอดภัย เส้นทางในการเดินทาง การรักษาความปลอดภัย ความสะดวกเรื่องมืออาหาร ความปลอดภัยของกิจกรรม ความน่าไว้วางใจของผู้ให้บริการ การโจรกรรม โรคระบาด อาชญากรรม ภัยพิบัติ การรักษาพยาบาล และภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
6. **ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว** หมายถึง ผลรวมของอุปสรรคที่ขัดขวางการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งๆ ที่มีเวลาว่างจริงในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ทั้งยังมีความตั้งใจ โดยระยะทางในการเดินทางมิได้เป็นสาเหตุ โดยผลรวมประกอบไปด้วยคุณค่าของเวลาว่าง การสื่อสาร ความคุ้มค่าของเงิน การออม ประสบการณ์การใช้เวลาว่างท่องเที่ยว สุขภาพ ความคุ้มค่าของเวลา สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ร่วมเดินทาง และเหตุการณ์ไม่คาดคิด

7. **การใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว** หมายถึง เวลาและวันว่างจากการทำงานหรือศึกษาเล่าเรียนที่นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยการใช้เวลาว่างนั้นต้องอิสระจริง (True leisure) มิใช่การใช้เวลาว่างเชิงบังคับ (Enforced leisure)

8. **ช่วงวันหยุดต่อเนื่อง** หมายถึง วันหยุดที่กำหนดตามประกาศทางราชการโดยมีวันหยุดมากกว่าสามวันขึ้นไป ซึ่งอาจผนวกรวมเข้ากับวันหยุดสุดสัปดาห์ตามปกติด้วยหรือวันหยุดที่นักท่องเที่ยวกำหนดเองอย่างเช่นการลาพักผ่อน

9. **ข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง** หมายถึง การก่อร่างความชอบของตนเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวพร้อมทั้งได้ตัดสินใจว่าเลือกไปยังแหล่งท่องเที่ยวใด แต่ถูกยกเลิกในภายหลัง

10. **ประสบการณ์การท่องเที่ยว** หมายถึง การรับรู้เรื่องราว ความทรงจำ ความรู้สึกที่ได้ผ่านกระบวนการจากการกระทำ การพบเห็นหรือการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้ง ทักษะติดต่อการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว

11. **แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ** หมายถึง ภาพโครงสร้างที่ปรากฏความสัมพันธ์ที่มีเส้นทางแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทุกเส้นทางจากตัวแปรพยากรณ์ไปยังตัวแปรเกณฑ์

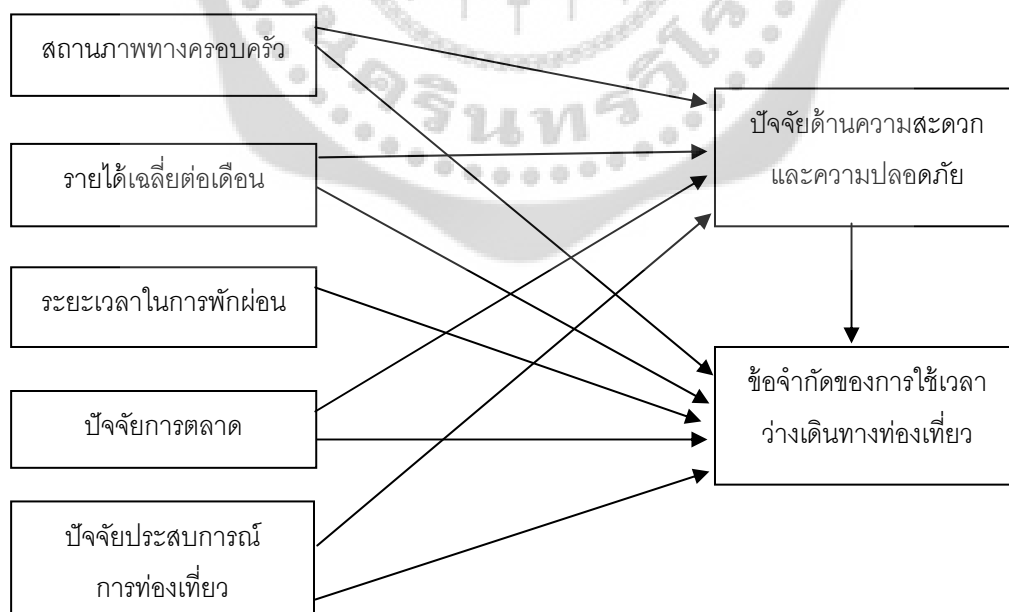
กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า สามารถสรุปเป็นเหตุผลเบื้องต้นของสมมติฐานการวิจัยได้ว่า สถานภาพทางครอบครัว (Lee; & Bhargava. 2003., Hong, Kim; & Lee. 1999) รายได้ที่ได้รับต่อเดือน (Gershuny, 2000) ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน (Papatheodorou. 2001.; McIntosh; & Ritchie. 2006) ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมา (Ryan. 2002) และการนำเสนอในเชิงการตลาดของบริษัทนำเที่ยว (Middleton; et al. 2010) ส่งผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยที่นักท่องเที่ยวมักนึกถึงต่อจากองค์ประกอบส่วนเศรษฐกิจสังคม การนำเสนอขายของบริษัทนำเที่ยวและจากประสบการณ์ของตนเอง (Middleton; & Clarke. 2001; ศรีญา วรากุลวิทย์. 2551) โดยข้อจำกัดแบ่งได้เป็นข้อจำกัดด้านการให้คุณค่าของเวลาว่าง การสื่อสาร ความคุ้มค่าของเงิน การยอม ประสบการณ์การใช้เวลาว่างท่องเที่ยว สุขภาพ ความคุ้มค่าของเวลา สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ร่วมเดินทาง และเหตุการณ์ไม่คาดคิด (Kleiber; et al. 2011; citing Crawford; & Godbey. 1987) (Edginton; et al. 2004)

สมมติฐานในการวิจัย

1. สถานภาพทางครอบครัว มีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทาง และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว
2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว
3. ระยะเวลาในการพักผ่อนมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว
4. ปัจจัยการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางและมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว
5. ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางและมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว
6. ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว

แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามภาวะสันนิษฐาน



ภาพประกอบ 1 แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดในการใช้เวลารว่างในวันหยุดต่อเนื่อง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการใช้เวลาว่าง
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. ปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว
4. ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว
5. การวิเคราะห์เส้นทาง
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีการใช้เวลาว่าง

การใช้เวลาว่าง (Leisure) มีความสำคัญมาตั้งแต่ยุคอารยธรรมกรีกและโรมัน เดิมทีเวลาว่างถูกสงวนไว้กับชนชั้นสูง เนื่องจากกลุ่มชนเหล่านี้เป็นกลุ่มในชนชั้นปกครองเมื่อมีเวลาว่างจึงสามารถเลือกใช้เวลาทำกิจกรรมใดๆ เพื่อสนองความต้องการ ความพึงพอใจให้แก่ตนเอง ต่างจากชนชั้นใต้การปกครองที่ไม่อาจใช้เวลาว่างในการเลือกทำกิจกรรมได้ตามใจชอบ ด้วยเหตุนี้ชนชั้นปกครอง จึงเป็นผู้สรรสร้างอารยธรรมเรื่อยมา เมื่อเวลาผ่านไปแนวคิดเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างก็เปลี่ยนรูปแบบ (Transform) ที่มีได้จำกัดอยู่เพียงเฉพาะชนชั้นหรือคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และกลัปลายเป็นสิ่งสังคมต่อสังคม ดังที่ โรเบิร์ตส์ (Roberts. 2006: 9) กล่าวไว้ว่า "การใช้เวลาว่างสามารถนำมาซึ่งความเต็มเต็ม สุขภาวะ สุขภาพแก่บุคคลในสังคมทั้งยังสามารถส่งเสริมความไว้วางใจ ความร่วมมือและความผูกพันให้เกิดขึ้นในสังคม" อย่างไรก็ตามการใช้เวลาว่างต้องอาศัยกิจกรรม ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องมือนำไปสู่สัมฤทธิ์ผลแห่งการใช้เวลาว่าง กิจกรรมยามว่างซึ่งมีมิติของเวลา ความเป็นอิสระ ความสมัครใจ ความพอใจเป็นองค์ประกอบสำคัญ (Nash. 1960; Human, Kinetics. 2006; สุวิมล. 2553) ทั้งนี้ กิจกรรมที่กล่าวมามักปรากฏภายใต้กิจกรรมของนันทนาการ ซึ่งมีรูปแบบมากมายแต่กิจกรรมเดินทางท่องเที่ยวถูกจัดได้รับความนิยมนมากที่สุดและแทบทุกประเทศด้วย

แนวคิดและมิติแห่งเวลากับนันทนาการเกิดจากการมององค์ประกอบของกิจกรรมที่กระทำตามเวลาแห่งการเกิด กิจกรรมยามว่างเป็นช่วงเวลา กิจกรรมในเวลาว่างที่เป็นช่วงเวลาแห่งความอิสระ เวลาที่ได้ทำตามความปรารถนา แท้ที่จริงแล้วได้เกิดขึ้นมาพร้อมกับมนุษย์และพัฒนาจนเป็นกิจกรรมที่สำคัญและมีคุณค่าต่อบุคคลที่สามารถนำกิจกรรมนันทนาการไปใช้อย่างถูกต้องเกิดคุณค่า เกิดประโยชน์โดยตรงกับผู้ประกอบหรือผู้เข้าร่วมกิจกรรม นันทนาการจึงมีความเกี่ยวข้องกับการใช้เวลาว่าง เพราะเป็นกิจกรรม

ที่การเข้าร่วมมิได้เกิดจากการบังคับ กิจกรรมที่เกิดจากความสมัครใจ กระทำแล้วเกิดความเพลิดเพลิน กิจกรรมเป็นที่ยอมรับของสังคม และเป็นกิจกรรมที่มีจุดมุ่งหมายในการเข้าร่วมทั้งยังเกิดขึ้นในยามว่างของตน

แนวคิดการใช้เวลาว่าง

เมื่อกล่าวถึงการใช้เวลาว่าง หรือ Leisure ในภาษาอังกฤษ มักมีคนเข้าใจว่าเป็นเรื่องของเวลาที่เหลือจากการประกอบกิจวัตรประจำวันไม่ว่าที่ทำงานหรือที่บ้าน ซึ่งความเข้าใจนี้อาจแสดงให้เห็นถึงมุมมองในเชิงปริมาณ แต่ที่จริงแล้วยังเป็นเรื่องที่อยู่บนมุมมองเชิงคุณภาพด้วย มีนักวิชาการทางด้านการใช้เวลาว่างศึกษา (Leisure studies) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับแนวคิดการใช้เวลาว่างไว้พอสังเขป ดังนี้

บามแมล และ บามแมล (Bammel; & Bammel. 1996: 198-200) ได้เสนอแนวคิดที่สำคัญพื้นฐานในการใช้ศึกษาการใช้เวลาว่างบนฐานคิดศึกษาวินัยศาสตร์ไว้ 3 แนวคิด สรุปได้ดังนี้

1. การใช้เวลาว่างเป็นเวลาที่เหลือ (Leisure is as residual) กล่าวคือ เวลาที่เหลือจากการทำสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีพ ซึ่งนักวิเคราะห์เรื่องปริมาณการใช้เวลาให้ความสำคัญกับแนวคิดนี้ เพราะได้เห็นถึงประโยชน์ของเวลาในเชิงปริมาณ โดยการคำนวณเป็นนาฬิกาที่ใช้ไปได้ แนวคิดนี้ได้แสดงให้เห็นถึงการใช้เวลาว่างเป็นการนำเวลาที่เหลือมาใช้และสรุปว่าการใช้เวลาว่างมีนัยเทียบเป็นค่าเดียวกับเวลาว่าง (Free time) นันทนาการ (Recreation) หรือ การเล่น (Play) การใช้เวลาว่างได้กลายเป็นชุดของกิจกรรมที่มาเติมเต็มเวลาที่ว่าง ในมุมมองของนักเศรษฐศาสตร์ได้กล่าวถึง ความนิยมการใช้เวลาว่างว่าเป็นเสมือนการเดินทางท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือ และเป็นจำนวนนับได้เมื่อเข้าร่วมที่สามารถบอกได้ว่าผู้เข้าร่วมเป็นอย่างไรในขณะที่ใช้เวลาว่าง คำนิยามที่ว่าการใช้เวลาว่างเป็นเวลาที่ไม่ได้มีใครบังคับให้ว่างดูก็เป็นที่น่าสนใจทั่วไปและได้รับรู้เช่นนี้อย่างกว้างขวาง การใช้เวลาว่างได้รับการพิจารณาจากการที่ว่างจากภารกิจที่ต้องทำ กลุ่มคนวัยเกษียณได้รับกล่าวขานว่า เป็นหมู่บ้านแห่งชนการใช้เวลาว่าง เพราะคนที่เกษียณจากโลกของการทำงานและพันธกิจใดๆ ที่ต้องกระทำย่อมสามารถอุทิศตนทั้งหมดให้กับการใช้เวลาทั้งหมด กลุ่มคนที่ได้นิยามการใช้เวลาว่างเป็นเวลาที่เหลือได้อนุมานว่าการใช้เวลาว่างประกอบไปด้วยกิจกรรมที่สังเกตเห็นได้ รวมทั้งเวลาที่พักผ่อนหรือแม้แต่เวลาที่ใช้ผ่อนคลาย

2. การใช้เวลาว่างเป็นสภาวะการที่เป็น (Leisure is a state of being) กล่าวคือ องค์ภาพพ ทัศนคติและพยาธิทางจิตที่จักทำอะไรไม่ต้องขึ้นอยู่กั้กับห้วงเวลา และถ้าจกมีบ้างก็เป็นเรื่องเกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรม แนวคิดนี้ได้พัฒนาขึ้นครั้งแรกโดย อริสโตเติล และก็มีผู้เห็นด้วยต่อมา อริสโตเติลกล่าวว่า ดนตรีและความคิดเป็นลักษณะการหนึ่งของการใช้เวลาว่าง เพราะเขาพิจารณาแล้วว่าลักษณะการนี้ เป็นการใช่วัสดุที่ดีที่สุดของสมองมนุษย์ เขาและผู้คนที่เห็นด้วยกับแนวคิดนี้เชื่อว่า การคิด ความซาบซึ้ง และการจัดงานเฉลิมฉลองคือ การแสดงออกถึงการใช้เวลาว่างที่ดีที่สุด อย่างที่เขายกตัวอย่างเรื่องดนตรี อริสโตเติลรวมไปถึงการประพันธ์โคลงเนื้อร้อง การร้องเพลงและการเต้นรำตามเพลง รวมทั้งการเล่นเครื่องดนตรี

ด้วย ซึ่งมีนักประพันธ์สมัยใหม่ได้ รวมถึงกิจกรรมร้องเพลงทางศาสนาที่เป็นการวางลักษณะการเช่นนี้ ผนวกเข้ากับแนวคิดของ อริสโตเติล การใช้เวลาว่างเป็นสาระที่เกิดขึ้นข้างใน ภายในตัวบุคคลที่สามารถ แสดงออกมาให้เห็นได้หลายรูปแบบ นิยามแห่งการใช้เวลาว่างของบุคคลหนึ่งอาจไม่ใช่ของอีกบุคคลหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทัศนคติของแต่ละคน งานบ้านจำนวนมากเป็นตัวอย่างในเรื่องความสำคัญของทัศนคติ คนบางคนอาจรู้สึกสนุกกับการล้างรถ แต่ทว่าอีกคนหนึ่งอาจรู้สึกว่าเป็นงานประจำที่ต้องทำ ตามแนวคิดนี้ คนแรกสภาวะจิตบอกว่า เป็นการใช้เวลาว่าง ส่วนคนที่สองถือเป็นงานที่ต้องทำ การพิจารณาว่าการใช้เวลาว่างเป็นสภาวะการที่เป็นหรือทัศนคติกลายเป็นเรื่องเข้าใจได้ง่ายขึ้น บุคคลที่ใช้เวลาว่างในการเข้าร่วม กิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรม ย่อมมีแนวโน้มว่ามองการใช้เวลาว่างเป็นสิ่งที่น่าภูมิใจ และคนที่มิมีจิตสภาวะดี ก็มองการใช้เวลาว่างเป็นโอกาสที่หลุดออกมาจากความยุ่งยากเพื่อมีเวลามาเติมเต็มจิตใจ ยังมีบางคน ใช้เวลาว่างเพื่อการสุนทรียะ บางคนใช้ในเชิงอาสาด้วยการช่วยเหลือผู้อื่นในองค์กรอย่างกาชาด กิจกรรมนี้ เป็นการใช้เวลาว่างได้ด้วยเหตุแห่งทัศนคติต่อจิตอาสาที่นำไปสู่กิจกรรม แม้ว่าจักมีการกล่าวกันว่าไม่มี ทฤษฎีการใช้เวลาว่างมีแต่ทฤษฎีพฤติกรรมมนุษย์ ทว่าก็มีนักวิชาการหลายคนได้พยายามชี้ให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เวลาว่างกับส่วนประกอบของพฤติกรรมมนุษย์ โดยการกล่าวถึงการใช้เวลาว่าง เป็นเป้าหมายของชีวิตมนุษย์ หรือไม่ก็เป็นการทดแทนความอยากลำบากของการดำรงชีวิต หรือไม่ก็ว่า ประสพการณ์การใช้เวลาว่างเป็นจุดเปลี่ยนที่นำไปสู่การสถาปนาความเป็นชุมชน สิ่งเหล่านี้จักเป็น เครื่องช่วยในการอธิบายในเชิงทฤษฎีได้ว่าเมื่อมนุษย์ใช้เวลาว่างมีอะไรอุบัติขึ้นบ้าง

3. การใช้เวลาว่างก็คือการใช้เวลาว่าง (Leisure is as leisure does) โดยความหมาย เิงหน้ที่นี้้น การใช้เวลาว่างคือ สิ่งที่สรรค์สร้างบุคลิกภาพและทำให้มนุษย์เป็นเขาเป็นเธออย่างทีแสดงออก ให้เห็น ในคำกล่าวนี้ไม่มีมาตรวัดหรือคำอธิบายอะไรที่จักบอกว่าเป็นการใช้เวลาว่างหรือไม่ใช่การใช้เวลาว่าง ด้วยบุคลิกภาพของมนุษย์ถูกก่อร่างขึ้นจากส่วนที่ต้องทำ ต้องปฏิบัติ และส่วนที่แสดงออกตอบโต้อย่าง จัปพลันและอย่างสบายๆ คนทำงานในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่สามารถบอกบุคลิกภาพรวมของตนได้ดี กับตอนใช้เวลาว่าง กล่าวคือ ความพยายามที่จักนิยามคำว่า การใช้เวลาว่างมันก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย เมื่อ หลุยส์ อาร์มสตรอง ถูกถามให้บอกคำนิยามของตนตรีแเจ้ส เขาตอบว่า ไม่สามารถนิยามได้ แต่ถ้าเขาฟัง กับบอกได้ว่า เป็นคนตรีแเจ้สหรือไม่ ก็คงเป็นการยากที่กำหนดแนวคิดเฉพาะของการใช้เวลาว่าง แต่จาก เวลาทั้งหมดขอให้รู้ว่าเวลานี้กำลังใช้เวลาว่างและเวลานั้นเป็นการทำงาน

จากแนวคิดของ บามแมล และ บามแมล ได้แสดงให้เห็นว่า ความหลากหลายของแนวคิด การใช้เวลาว่างขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล หรืออาจรวมไปถึงสังคมที่ให้ความสำคัญ ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งของ ชีวิตและมีนัยต่อการดำรงชีวิต หรืออาจเป็นเพียงแค่เสียเวลาอิสระที่ว่างเว้นจากการทำงานก็ได้ กระนั้น แนวคิดเหล่านี้ มีบางประเด็นที่ไปสอดคล้องกับของ รัสเซล (Russell, 2005: 31 – 34) ที่กล่าวถึงแนวคิด การใช้เวลาว่างไว้ 3 แนวเช่นกัน สรุปได้ ดังนี้

1. การใช้เวลาว่างในฐานะเป็นเวลาว่าง (Leisure as free time) กล่าวคือ การใช้เวลาว่างคือใช้เวลาที่มีหลังจากปฏิบัติพันธกรณีต่างๆ และการใช้เวลาว่างก็เพื่อสนองความพึงพอใจแก่ตนเอง สำหรับบุคคลส่วนใหญ่ที่ใช้พิจารณาแล้วว่า การใช้เวลาว่างในฐานะเป็นเวลาว่าง มักมีมุมมองลักษณะนี้ภายใต้การพินิจถึงเวลาที่เหลือ (Residual time) ภายหลังจากงาน จากการเรียนและการทำกิจส่วนตัวต่างๆ แนวคิดนี้เหมาะกับการใช้คำว่า Discretionary time ที่สุดซึ่งอธิบายได้เป็น Time that is free of obligation นั่นคือ เป็นเวลาที่อิสระปราศจากพันธกรณีหรือผูกมัดให้กระทำ การให้แนวคิดในลักษณะนี้ มีนัยว่าการใช้เวลาว่างสามารถวัดเป็นปริมาณได้และนั่นก็แสดงให้เห็นว่าการใช้เวลาว่างเป็นสิ่งที่นับเป็นจำนวนได้ บ่อยครั้งคนเราใจจดจ่ออยู่ที่สุดสัปดาห์หรือวันหยุดเพราะจักได้มีการใช้เวลาว่างมากขึ้น การนิยามการใช้เวลาว่างในฐานะเป็นเวลาว่างบนฐานคิดของมาตรวัดเชิงปริมาณนี้นำไปสู่การค้นคว้าวิจัยเชิงเปรียบเทียบ อย่างเวลาที่ใช้ การใช้งบประมาณเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างที่นำไปศึกษาในวัฒนธรรม และกลุ่มชนที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างการเปรียบเทียบรายจ่ายตลอดปีไปในการพักผ่อนตามกฎหมายของแต่ละประเทศ อย่างคนเนเธอร์แลนด์ มี 9 สัปดาห์ คนสวีเดนมี 5 สัปดาห์ คนไอร์แลนด์มี 3 สัปดาห์ ส่วนคนแคนาดา และสหรัฐอเมริกา มี 1 หรือ 2 สัปดาห์ กระนั้น ในทวีปอเมริกาเหนือวัยรุ่นมีเวลาว่างมากกว่าผู้ใหญ่ วัยกลางคนชายโสดมีเวลาว่างมากกว่าชายที่แต่งงาน และมารดาที่ไม่มีสามีและเลี้ยงบุตรเองตามลำพัง มีเวลาว่างน้อยที่สุด จักสังเกตได้ว่าสภาพการณ์ที่แตกต่างกันก็ทำให้การใช้เวลาว่างมีปริมาณต่างกัน และนั่นคือปัญหาหนึ่งในการนิยามคำว่า การใช้เวลาว่าง คนเรามีพันธกรณีหรือกิจต้องปฏิบัติต่างกัน ดังนั้นถ้าต้องการให้ได้มาเพื่อเวลาว่างก็ต้องจัดการกับข้อจำกัดต่างๆ อย่างเช่น มารดาที่ไม่มีสามีและเลี้ยงบุตรเองตามลำพังย่อมมีกิจต้องปฏิบัติมากกว่าชายโสด นั่นหมายความว่า มารดาเหล่านั้นเป็นกลุ่มคนที่มีสถานะหรือสิทธิในการใช้เวลาว่างน้อยสุดในสังคม แล้วการให้นิยามเวลาว่างบนแนวคิดการใช้เวลาว่างก็ย่อมขึ้นอยู่กับการรับรู้ของแต่ละบุคคล อย่างบางคนถ้าพิจารณาว่าเวลาว่างเป็นสิ่งสำคัญก็มีแนวโน้มที่ใช้เวลาว่างอย่างชาญฉลาด ด้วยการเติมเต็มประสบการณ์ซึ่งเป็นอรรถประโยชน์ทางสังคมและเป็นส่วนบุคคล ในทางตรงกันข้าม ถ้าเวลาว่างถูกมองว่าเป็นเพียงห้วงเวลาว่างเปล่า (Empty space) ก็จักถูกเพิกเฉยกลายเป็นอะไรในเชิงนิเสธ แล้วการใช้เวลาว่างก็กลายเป็นเพียงสิ่งที่พึงประสงค์ในสังคม

2. การใช้เวลาว่างในฐานะกิจกรรมนันทนาการ (Leisure as recreational activity) นิยามที่สองนี้ใช้การปฏิบัติหรือกิจกรรมเป็นฐานคิด นิยามเกิดจากการระบุเฉพาะลงไปว่าคนเราใช้เวลาอย่างไรถ้าไม่ได้ทำงานอยู่ ในนัยนี้จึงนิยามการใช้เวลาว่างด้วยรูปแบบของกิจกรรมนันทนาการ ตามการสำรวจประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการที่ทำ (ตอบได้มากกว่าหนึ่งกิจกรรม) ร้อยละ 76 เข้าโปรแกรมออกกำลังกาย ร้อยละ 57 ไปสวนสนุก ร้อยละ 45 เล่นกีฬา ร้อยละ 43 ทำงานการกุศลและร้อยละ 40 เล่นคอมพิวเตอร์ แม้ว่าการนิยามการใช้เวลาว่างเป็นการไม่ปฏิบัติภารกิจงาน แต่ไม่ได้หมายความว่า เป็นกิจกรรมที่ไม่มีวัตถุประสงค์ อย่างดูมาเซอดิเย่ได้เคยกล่าวไว้กิจกรรมของการใช้

เวลาว่างย่อมนำไปสู่การผ่อนคลายพักผ่อน ความสำราญใจ ความกระปี้กระเป่า และช่วยประเทืองความคิดสร้างสรรค์แห่งจิตวิญญาณ ดังนั้นตามลำดับผลต่างๆ นี้ การใช้เวลาว่างตอบสนองได้เป็นจริงเพียงใด มีนักวิชาการบางคนก็ชี้ประเด็นที่ได้แย้งแนวคิดที่สองนี้ โดยตั้งประเด็นว่าถ้าการใช้เวลาว่างเป็นการผ่อนคลายพักผ่อน คนเราสามารถนอนหลับตลอดเข้าวันเสาร์ก็ได้ แข่งไตรกีฬา อบขนมเค้ก เดินดูร้านค้าในห้างสรรพสินค้า เล่นเกมส์โสตติเตรในคอมพิวเตอร์หรือแม้แต่การชงชงน้ำ กิจกรรมเหล่านี้เป็นรูปแบบของกิจกรรมนันทนาการหรือเปล่า นอกจากนี้ นักวิชาการยังกล่าวถึงปัญหาอีกอย่างในการนิยามการใช้เวลาว่างในฐานะกิจกรรม โดยตั้งคำถามว่าการใช้เวลาไปกับการเล่นเทนนิสวันเสาร์ในสวนสาธารณะกับการต้องเล่นในชั้นเรียนพลศึกษา หรือแม้แต่เมื่อต้องล้างภาชนะในยามว่าง การให้นิยามเวลาที่ว่างของการใช้เวลาว่างในฐานะเป็นกิจกรรมนันทนาการจึงควรเป็นจำนวนนับได้และเปรียบเทียบได้ในกลุ่มตนและวัฒนธรรมที่หลากหลาย อย่างเช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีเพียงร้อยละ 35 ของผู้หญิงที่เล่นกีฬาเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ชายที่มีถึงร้อยละ 56 และในขณะที่คนในช่วงวัย 18 ถึง 24 ปี ใช้เวลาไปกับงานอดิเรกกับคอมพิวเตอร์ มีเพียงร้อยละ 7 สำหรับคนอายุ 75 ปีขึ้นไป

3. การใช้เวลาว่างในฐานะสภาวะแห่งจิตใจ (Leisure as a state of mind) การนิยามสองแบบข้างต้นช่วยให้เข้าใจแนวคิดของการใช้เวลาว่างเชิงวัตถุวิสัย กล่าวคือ เราสามารถสังเกต นับและเปรียบเทียบการนำเวลาว่างไปใช้โดยพิจารณาจากเวลากับกิจกรรม แต่มีอะไรที่มากกว่านั้น สำหรับนัยแฝงสำหรับการใช้เวลาว่างในยุคปัจจุบัน การนิยามการใช้เวลาว่างในฐานะสภาวะแห่งจิตใจหรือทัศนคติพิเศษซึ่งอาจดูค่อนข้างอัตวิสัย แต่ก็ใช้เป็นกรอบอธิบายความเข้าใจความหมายของการใช้เวลาว่างได้ นิยามแนวคิดที่สามนี้ใช้ยืนยันได้ว่า แท้ที่จริงแล้วเวลากับกิจกรรมไม่สัมพันธ์กันและยังเป็นนัยที่แต่ละคนจักให้เท่านั้น กล่าวคือ การใช้เวลาว่างนิยามภายใต้เงื่อนไขแห่งจิต และนั่นคือ ความหมายที่ติดตัวมากับมนุษย์ในฐานะปรัชญาแห่งการดำรงชีวิต ทว่าเกือบจักเป็นการพรรณนาอย่างกว้าง การใช้เวลาว่างก็เป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาไตร่ตรองที่มีอะไรมากกว่าการมีชีวิตอยู่ การใช้เวลาว่างเกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดการและความสามารถในการข้ามออกจากโลกของการทำงาน เพื่อชี้ให้เห็นแนวคิดนี้มีที่มาจากนักวิจัยได้ศึกษาสภาวะแห่งจิตใจของนักไต่เขาในช่วงเวลาที่สั้นๆ แต่ไต่เขาครั้งที่ต้องออกแรงหรือใช้กำลังอย่างมาก โดยรวมแล้วนักไต่เขาบรรยายความรู้สึกว่าในขณะที่ไต่เขาพวกเขาารู้สึกเกิดความพึงใจสูงสุด ซึ่งคงไม่ใช่เรื่องน่าแปลกใจว่าพวกเขาารู้สึกเช่นนั้น ทว่าความรู้สึกพึงใจพอใจเหล่านี้ได้เกิดขึ้นแยกออกจากกิจกรรมและบริบท ความรู้สึกพึงพอใจที่เกิดขึ้นในตน ภาพเชิงบวกและความสุขแตกต่างกันเล็กน้อยโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของบริบท ระดับของการใช้ความพยายาม (ลงเขาและหรือขึ้นเขา) หรืออาจขึ้นอยู่กับไปถึงจุดหมายปลายทางที่ตั้งใจไว้ ความรู้สึกเหล่านี้จึงเป็นทัศนคติหรือสภาวะแห่งจิตใจมากกว่า แม้นิยามนี้ออกเป็นนัยๆ ได้ว่าเงื่อนไขแห่งจิตของการใช้เวลาว่าง คือ เรื่องของความรู้สึกดีแต่ไม่ใช่แค่นั้น จากคำนิยามของการเป็นสภาวะแห่งจิตใจเป็นเรื่องของวิถีชีวิต มนุษย์คนหนึ่งย่อมมีโอกาสหาความหมายให้กับชีวิตตนเองได้ การใช้เวลาว่าง เป็น

การแสดงถึงความเป็นตนเองและเป็นการเห็นคุณค่าแห่งตน

อย่างไรก็ตาม ชูซาเน็ก (Zuzanek, 2006) ได้สรุปแนวคิดของการใช้เวลาว่างไว้อย่างน่าสนใจ กล่าวโดยรวมได้ว่า การใช้เวลาวางนั้นมากกว่าเรื่องของเวลาแน่นอน และการที่จับบรรยายให้ได้ความที่สุดก็คือ การใช้เวลาวางอยู่คาบเกี่ยวระหว่างกิจกรรม เวลาและประสบการณ์

การใช้เวลาย่อมเกี่ยวข้องกับเวลาในแง่ของเวลาเป็นตัวกำหนดวิถีการดำเนินชีวิตอันได้แก่เวลาทำงาน เวลาพักระหว่างวัน เวลาสำหรับทำกิจส่วนตัว เวลาสำหรับความสนุกสนาน เวลาพักผ่อนสุดสัปดาห์ เวลาพักผ่อนต่อเนื่อง เวลานอน ทั้งยังเกี่ยวข้องกับกิจปฏิบัติที่ให้ประสบการณ์ ความรู้สึกแตกต่างกันไป ในช่วงเวลาต่างๆที่กล่าวมา มีบางขณะเป็นเวลาวางที่สามารถนำไปทำกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อความบันเทิงใจดังที่อยู่ภายใต้นิยามของการใช้เวลาว่าง การใช้เวลาวางไม่ใช่เรื่องไกลตัวจากชีวิตผู้คน โดยเฉพาะคนในประเทศแถบอเมริกาเหนือและยุโรปที่ได้ให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างอย่างเกิดคุณค่า กล่าวคือ การใช้เวลาวางให้เกิดประโยชน์ต่อคุณภาพชีวิต ต่อสังคม ทั้งนี้การใช้เวลาวางในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง (Long holidays) การลาพักร้อนหรือการพักผ่อน (Vacation) กิจกรรมส่วนใหญ่ที่คนนิยมทำก็คือ การเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อน อย่างที่ ไบเดอร์แมน และคนอื่นๆ (Biederman; et al. 2008) เรียกลักษณะการอย่างนี้ว่า Leisure travel ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business travel) ที่เป็นที่รู้จักกันดีในธุรกิจไมซ์ ในงานวิจัยนี้ศึกษาเพียง Leisure travel เท่านั้น

ทฤษฎีการใช้เวลาวาง

จากการที่มีการรับรู้โดยทั่วไปว่า ทฤษฎีเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาในศาสตร์ หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งและยังเป็นฐานในการพัฒนาองค์ความรู้ของศาสตร์อีกด้วย การใช้เวลาวางก็เช่นกัน มีทฤษฎีการใช้เวลาวางเช่นกัน ดังนี้

1. ทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับจุดมุ่งหมายกิจกรรมทั้งมวลของมนุษย์ (Leisure as the goal of all human activity) ทฤษฎีนี้มีต้นกำเนิดมาจาก อริสโตเติล (Aristotle) ซึ่งกล่าวว่าทุกๆ สิ่งบนโลกนี้ในชีวิตของมนุษย์มีความเกี่ยวข้องกันหมด การใช้เวลาวาง คือ เป้าประสงค์ของพฤติกรรมของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม

2. ทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับการผ่อนคลาย การบันเทิงใจ และการพัฒนาตนเอง (Leisure as relaxation, entertainment and self-development) ของดุมาสซีดีเย (Dumazedier) ซึ่งสาระว่าการใช้เวลาว่างก็เพื่อการผ่อนคลายความเครียด เพื่อความรื่นเริงบันเทิงใจและยังเป็นการพัฒนาตนเองด้วย

3. ทฤษฎีความคุ้นเคย (The familiarity theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายว่าการที่คนเข้าร่วมกิจกรรมการใช้เวลาวางไม่เหมือนกัน เกิดจากความคุ้นเคยหรือความเคยชินจากงานประจำที่ทำหรือสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวของแต่ละคน เช่น คนที่ทำงานในที่อีกที่ก็มักจะเลือกกิจกรรมของการใช้เวลาว่างที่ตื่นเต้น ผจญภัย เป็นต้น

4. ทฤษฎีชุมชนบุคคล (Personal community theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรม การใช้เวลาว่างที่มีแนวโน้มการเข้าร่วมสูงจะได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มเพื่อน สังคมในวัยเดียวกัน ฐานะ เหมือนกัน ทำงานที่เดียวกัน สภาพแวดล้อมเดียวกันหรือเพื่อนบ้านกัน (Bammel; & Bammel. 1996)

5. ทฤษฎีการชดเชย (Compensation theory) กล่าวถึง การใช้เวลาที่มีรูปแบบที่ตรงกันข้าม กับงานที่ทำ อย่างที่ไวเลนสกี (Russell. 2005: 81; อ้างอิงจาก Wilensky. 1960) อธิบายไว้ว่า คนคนหนึ่ง ที่ทำงานหนักขยันแรงงาน เป็นงานจำเจ ใช้ทักษะน้อย และอยู่กับเครื่องจักร คนคนนั้นก็จะแสวงหากิจกรรม เวลาว่างในสิ่งที่แตกต่างไปจากงานที่ทำ ซึ่งตามที่ไวเลนสกี กล่าวไว้ นั้น อาจยกตัวอย่างให้เห็นได้ชัดเจนขึ้น ถ้ามีคนคนหนึ่งประกอบอาชีพอยู่ในเมืองหลวงขนาดใหญ่ ทำงานในสำนักงานที่มีผู้คนมากมาย พลุกพล่าน ตลอดเวลา เมื่อคนคนนี้มีเวลาว่าง (Leisure time) เขาก็อาจจะไปที่ใดที่หนึ่งที่เงียบสงบหรือประกอบ กิจกรรมนันทนาการที่ไม่มีผู้คนพลุกพล่าน

6. ทฤษฎีการทดแทน (Spillover theory) กล่าวถึง การใช้เวลาว่างที่มีรูปแบบไม่แตกต่าง หรือเหมือนกันกับงานที่ทำ ซึ่งเคราส์ (Kraus. 2001: 37) ได้อธิบายไว้ว่า

ทฤษฎีนี้เป็นการบ่งบอกว่าการใช้เวลาว่างกลายเป็นสิ่งที่ต่อเนื่องจากการทำงาน ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับทฤษฎีการชดเชย คนคนหนึ่งอาจจะสนุกกับงานมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะงานนั้นมีพื้นฐานที่ตรงใจคนทำหรือไม่ก็อาจจะเป็นเพราะงานมีเรื่องที่ทำให้คิดสร้างสรรค์ เป็นความพึงพอใจเชิงสังคม ที่ได้คิดได้ทำ ด้วยเหตุนี้เมื่อใช้เวลาว่างก็จะสนุกสนานต่อจากงาน...

เห็นได้ว่าทั้งสองทฤษฎีหลังมีเรื่องของสังคมวิทยาในแง่ของสังคมอาชีพ เข้ามาเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีเรื่องของจิตวิทยาในแง่ของสภาวะทางอารมณ์ ความเครียดจากการทำงาน ซึ่งความเครียดนี้เห็นได้ชัดและมีอยู่ใน Compensation theory อย่างชัดเจนในแง่ของการทำงานที่ให้ความเบื่อหน่าย และ เคร่งเครียดมาก ๆ ทฤษฎีทั้งสองสะท้อนชีวิตจริงของมนุษย์ที่มีความหลากหลายทางด้านพื้นฐานความเป็นอยู่ การได้รับการศึกษา การเลี้ยงดู รายได้ ค่านิยม เจตคติฯ ยกตัวอย่างคนบางกลุ่มที่มีตัวแปรต้นหลายอย่าง คล้ายคลึงกัน อาจจะเงินเดือนเท่ากัน งานประเภทเดียวกัน สถานการณ์งานเท่าเทียมกัน เพศเดียวกัน และก็ไม่สนุกกับงานเหมือนกัน แต่คนหนึ่งอาจใช้เวลาว่างไปเที่ยวต่างจังหวัด อยู่ริมชายหาดที่สวยงาม หอพักฟาร์มแดดอ่อน ๆ กลับอีกคนหนึ่งอาจใช้เวลากับการอ่านที่บ้านอ่านหนังสือนิยายเศร้า ๆ การเลือก กิจกรรมในยามว่างหรือการใช้เวลาว่างของแต่ละคนแม้ถ้าเพียงจะอธิบายในทฤษฎีเดียวก็คงไม่ครอบคลุม พฤติกรรมที่ต้องการอธิบาย หรือวิเคราะห์ต่อไปได้ ดังนั้นทฤษฎีการชดเชย (Compensation theory) และ ทฤษฎีการทดแทน (Spillover theory) จึงเป็นทฤษฎีแฝดที่ช่วยให้ผู้ศึกษาเรื่องการใช้เวลาว่าง รู้ลึกว่า พฤติกรรมการใช้เวลาว่าง และพฤติกรรมนันทนาการมิได้มุ่งมองมิติใดมิติหนึ่งของมนุษย์เพียงด้านเดียว คือ มองทั้งสังคมและจิตใจด้วย ดังที่ได้กล่าวว่า สองทฤษฎีนี้ได้อธิบายอยู่บนพื้นฐานที่แฝงไปด้วยสังคม จิตวิทยาที่มองให้เห็นถึงชีวิตของมนุษย์โดยทั่วไป ที่อยู่กับงาน เพราะในความเป็นจริงที่ทุกคนต้องยอมรับ

โดยเฉพาะคนในชนชั้นกลางถึงล่าง ซึ่งมีอยู่มากในประชากรโลกทั้งหมด คือ คนอยู่ได้ด้วยงาน (Job or work) แม้ว่าเด็กซึ่งหน้าที่ของเขาจะมีเรื่องการเรียนรู้เป็นส่วนใหญ่ แต่ก็อธิบายได้ด้วยทฤษฎีการเล่น (Theory of play) หรือในความเป็นจริงเด็กมักจะใช้เวลาว่างไปในรูปแบบตามทฤษฎีการทดแทนมากกว่า นั่นคือ การเรียนรู้ซึ่งเปรียบเสมือนการทำงานซึ่งสร้างความเหน็ดเหนื่อย หลังเลิกเรียนเด็กมักจะใช้เวลาว่างสนุกสนานกับกิจกรรมอื่นแทน

ทฤษฎีการชดเชย และทฤษฎีการทดแทนต่างก็ใช้ความสัมพันธ์กับงาน (Relationship to work) เป็นแกนกลางในการอธิบายพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง ดังที่ เคราส (Kruas. 2001) ได้กล่าวอย่างสรุปไว้จากการที่ผู้คนแม้ว่า การใช้เวลาว่างจะเป็นเรื่องที่ไม่ใช่เกิดขึ้นระหว่างงาน (Not exist during work) แต่กระนั้นก็มีความเกี่ยวข้องกับงานซึ่งก็สอดคล้องกับแนวคิดของ เอ็ดจิงตันและคนอื่นๆ (Edginton; et al. 1995) ที่ได้พบทฤษฎีงานเขียนมาแล้วยืนยันว่าทั้งทฤษฎีเกี่ยวกับการทำงานที่ทำ นอกจากนี้ยังมี ปาร์เกอร์ (Robert. 2011; citing Parker) ที่ยืนยันการมองแบบองค์รวมว่าธรรมชาติของงานกับการใช้เวลาว่างนั้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกัน

นอกจากนี้ เคลลี (Kelly. 1996) ยังได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้เวลาว่างไว้ว่า ทฤษฎีเป็นตัวอธิบายให้เห็นทิศทางที่ต่างมุมมอง ทำให้เข้าใจและใช้อธิบายการใช้เวลาว่างได้ แต่ไม่มีทฤษฎีใดเพียงทฤษฎีเดียวที่สมบูรณ์เพราะการใช้เวลาว่างเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับ ประสบการณ์ การตัดสินใจ พัฒนาการ อัตลักษณ์ ปฏิสัมพันธ์ สถาบัน การเมือง และมวลมนุษย ซึ่งสรุปแต่ละทฤษฎีของเคลลีได้ ดังนี้

1. ทฤษฎีที่มองว่า การใช้เวลาว่างเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ฉับพลัน (Leisure as immediate experience) ประสบการณ์ คือ การดำรงอยู่ของการรู้แห่งตน มนุษย์เรามักมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่อยู่รอบตัวที่มีทั้งทางใจ ทางกาย และตอบสนองเป็นอารมณ์ความรู้สึก โดยสิ่งเหล่านี้เป็นการตอบสนองกับกิจกรรมที่ทำอย่างฉับพลัน ดังนั้นในระดัพื้นฐานของการตีความการทำกิจกรรมการใช้เวลาว่าง คือ ประสบการณ์ตรงจริง (Real lived experience)

2. ทฤษฎีที่มองว่าการใช้เวลาว่างเป็นปฏิบัติการแห่งการดำรงอยู่ของมนุษย์ (Leisure as existential action) การโต้ตอบกับสิ่งรอบตัวแล้วกลายเป็นประสบการณ์อย่างข้อหนึ่งก็เป็นการมองแบบหนึ่ง อีกมุมมองหนึ่งการใช้เวลาว่างเป็นปฏิบัติการที่มีความหมาย กล่าวคือ มันมากกว่าเพียงการรับรู้ มันเกี่ยวข้องกับการกระทำ เป็นการตอบสนองมากกว่าเป็นการกระตุ้น มีความอิสระในการเลือกใช้มากกว่า การต้องกระทำและยังเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของมนุษย์ การตัดสินใจในนี้เพื่อนำไปสู่การกระทำที่เกิดเป็นปฏิบัติการ ทำให้การใช้เวลาเป็นการลงมือทำที่เกิดประสบการณ์ หรือได้ประสบการณ์ในชีวิตของมนุษย์

3. ทฤษฎีแห่งการพัฒนา (Development theory) การใช้เวลาว่างเป็นปฏิบัติการอย่างข้อสองก็ได้หมายความว่าเกิดจากการตัดสินใจไปสู่การกระทำอย่างเร่งด่วน ทั้งผลที่เกิดกับตนเองและ

ความสัมพันธ์รอบตัวก็ใช้เวลาซึ่งส่งผลต่อมาให้มนุษย์เราเป็นอีกอย่างที่เคยเป็นในอดีต นั่นคือ มนุษย์เราอาจมีการพัฒนาได้จากปฏิกิริยาที่ตัดสินใจทำในเวลาว่าง ดังนั้นการปฏิบัติหรือทำกิจกรรมก็ทำให้มนุษย์ได้เกิดการเรียนรู้การพัฒนาและการมีตัวตน

4. ทฤษฎีแห่งอัตลักษณ์ (Identity theory) การพัฒนาความเป็นตนเกิดจากการดำเนินชีวิตที่เป็นขั้นตอนของอัตลักษณ์เชิงสังคมที่สั่งสมมา อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นเราของมนุษย์ การทำกิจกรรมต่างๆ เป็นการเรียนรู้และเป็นการพัฒนาไปด้วย การเป็นเราและการเป็นเรา เราเป็นใครในสายตาของคนอื่น โดยเฉพาะในสังคมวันข้างหน้า ความเป็นปัจเจกบุคคลของเราที่ปรากฏออกมาในสังคมสร้างได้ทั้งจากช่วงใช้เวลาว่างและตอนอยู่กับครอบครัว ที่โรงเรียน ที่ทำงาน การวิพากษ์ด้วยทฤษฎีนี้ใช้อัตตากับสังคมเป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์

5. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ (Interaction theory) การสร้างอัตลักษณ์ของมนุษย์ในข้อสี่พัฒนามาจากตัวเรามีปฏิสัมพันธ์กับสังคม ปฏิสัมพันธ์จึงเป็นปฏิกิริยาของห้วงเวลาใดหรือเหตุการณ์ใดอันหนึ่งในชีวิตมนุษย์ การใช้เวลาว่างเป็นทั้งเหตุการณ์และกระบวนการ ซึ่งอาจมีการเริ่มต้นและการสิ้นสุดในแต่ละครั้ง ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในส่วนของใช้เวลาว่างของมนุษย์ ทำให้สังคมมีโครงสร้าง มีขอบเขตความเป็นสังคมที่ผสมผสานออกมาให้เห็นอย่างเปิดเผยและมีกฎเกณฑ์ ทั้งยังเกิดขึ้นได้ทุกที่และทุกเวลา

6. ทฤษฎีเชิงสถาบัน (Institutional theory) การใช้เวลาว่างอย่างข้อห้าที่ว่า เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับสังคม และสังคมก็เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมมนุษย์ที่ได้จากการเรียนรู้จากคนรอบตัว ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารกัน ด้วยการใช้เวลาว่างเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับสังคม และสังคมก็เป็นสถาบันหนึ่งในระบบสังคมใหญ่ การใช้เวลาว่างจึงไม่สามารถแยกออกจากชีวิตมนุษย์เราได้ นอกจากนี้การใช้เวลาว่างด้วยการทำกิจกรรมหลายๆ อย่างมนุษย์ก็ได้ใช้ทรัพยากรของสถาบันในสังคมด้วย

7. ทฤษฎีได้แย้ง (Conflict theory) ทฤษฎีเชิงสถาบันอย่างข้อหกเกิดจากฐานคิดของการมองสังคมว่าเป็นรูปแบบของการบูรณาการส่วนต่างๆ ในสังคมและขับเคลื่อนได้จริง แต่ทฤษฎีได้แย้งนี้เกิดจากฐานคิดของการมองสังคมว่า เป็นรูปแบบของผลประโยชน์ซึ่งแนวคิดหลักๆ เป็นทฤษฎีเชิงการเมืองที่ว่าด้วยความขัดแย้ง การควบคุมและอำนาจ ในสังคมที่แตกต่างกันออกไปโดยเฉพาะระบบสังคมนิยม การใช้เวลาว่างเป็นเพียงของชนชั้นปกครอง การใช้เวลาว่างของชนชั้นได้ปกครองกลายเป็นเรื่องของรางวัลที่รัฐจัดหาให้เมื่อทำงานได้ตามเป้าหมายหรือไม่ก็ต้องจ่ายเงิน เพื่อซื้อความเพลิดเพลิน (Purchase of pleasure) แทน

8. ทฤษฎีมนุษยนิยม (Humanist theory) การใช้เวลาว่างเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นมนุษย์ ไม่ใช่เป็นเวลาที่เหลือใช้หรือเป็นรางวัลจากการทำบางสิ่งบางอย่างมาอย่างทีกล่าวในข้อเจ็ด มนุษย์ต้องมีอิสระในการเลือกที่จะเป็นและเป็นจากบริบทและการเลือกทำของตนเอง มนุษย์สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้กับตนเองและสังคมได้

การศึกษาทฤษฎีการใช้เวลาวางนับว่า มีความสำคัญต่อการสร้างความเข้าใจปรากฏการณ์ การใช้เวลาวางของมวลมนุษยชาติจากการศึกษาทฤษฎีทั้งหมดที่กล่าวมา สามารถสะท้อนมิติของการใช้เวลาว่ามีความหลากหลายไม่ว่าเป็นเรื่องที่มาจากความอิสระเป็นพื้นฐานหรือกล่าวได้ว่าเกิดจากความสมัครใจ มีเป้าหมาย ได้ความพอใจจากการทำกิจกรรมที่เลือก ทั้งยังให้ผลลัพธ์ต่างๆ คือ ประสบการณ์ที่มีค่าแก่การดำเนินชีวิตแม้บางครั้งต้องซื้อหา ได้พัฒนาอัตลักษณ์และความสัมพันธ์รอบตัว ส่งเสริมสังคมให้แข็งแรง อันจักดำรงความเป็นมวลมนุษยชาติต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของคนจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง เป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อน หรือหาความรู้ ซึ่งครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจซึ่งเป็นการเดินทางที่ผู้เดินทางยังมีได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และมีได้ประกอบอาชีพหรือหารายได้จากสถานที่ไปเยือนนั้นๆ โดยการท่องเที่ยวยังเป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพซึ่งเกิดจากการเดินทางและการพักผ่อนต่างถิ่นเป็นการชั่วคราว

องค์การสหประชาชาติ (World Tourism Organization หรือ WTO) ในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ความหมายดังกล่าวได้กำหนดขึ้นในปี ค.ศ. 1963 ในการประชุมว่าด้วยการเดินทาง และการท่องเที่ยว เพื่อให้ประเทศสมาชิกได้นำไปพิจารณาเป็นแนวทางปฏิบัติให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน และมีมาตรฐานเดียวกันเพื่อนำไปใช้รวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการบริหารและจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักในหลายประเทศ เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นและสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนจำนวนมาก หลายประเทศถือเป็นนโยบายให้การส่งเสริมอย่างจริงจัง (ปรีชา แดงโรจน์. 2544: 30 – 31) ความสำคัญในภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านพัฒนา เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญไปถึงภูมิภาคนั้นๆ อาทิเช่น ระบบสาธารณูปโภค การคมนาคม โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2. ด้านเศรษฐกิจ 1) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก 2) รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่าสองเท่าตัว 3) การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ และมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปแบบภาษีอากรประเภทต่างๆ

3. ด้านสังคม 1) การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน 2) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ ทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน 3) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ 4) การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยบรรเทาการอพยพแรงงานจากชนบทสู่เมือง

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของประเทศชาติ ให้เป็นที่รู้จักในสังคมโลก อันจะเป็นผลดีต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในเวทีระหว่างประเทศในยุคโลกาภิวัตน์เป็นอย่างดี ดังนั้นประเทศต่างๆ ทั่วโลกจึงใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาบ้านเมืองกันอย่างกว้างขวาง

คุณลักษณะเฉพาะของการบริการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ ซึ่งเป็นผลจากการใช้เวลาในการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่ง โดยคุณลักษณะเฉพาะของการบริการท่องเที่ยวในฐานะผู้มอบและผู้เลือกใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรเข้าใจว่าคุณลักษณะจะไม่เหมือนกับการขายสินค้าโดยทั่วไป การท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะที่สามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้ (Middleton; et al. 2010; Kotler; et al. 2006)

1. เป็นนามธรรม การท่องเที่ยวเป็นบริการชนิดหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถสัมผัสหรือจับต้องได้ ผู้ใช้บริการท่องเที่ยวได้รับบริการในรูปของผลที่จะได้รับภายหลังจากที่ได้ใช้บริการนั้นแล้วเท่านั้น ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวจ่ายเงินซื้อบริการท่องเที่ยว และได้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ ผลที่ได้รับภายหลังจากการท่องเที่ยวก็คือ ความรู้ ความรู้สึกและประสบการณ์ใน

การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นลักษณะของนามธรรมติดกับการซื้อสินค้าที่จับต้องได้ เพราะเมื่อผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าแล้วก็ได้รับสินค้าเป็นกรรมสิทธิ์

2. มีอัตลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์พิเศษเป็นของตนเองที่แตกต่างกันออกไป ทั้งด้านสิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและสิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น บางครั้งอาจมีการสร้างลักษณะของการท่องเที่ยวบางประการที่เป็นการเลียนแบบกัน จึงจำเป็นที่ผู้ขายบริการต้องใช้กลยุทธ์ที่แสดงให้เห็นความแตกต่างว่างานบริการ หรือแหล่งท่องเที่ยวมีคุณลักษณะเด่นหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองอย่างไรที่ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าและสนใจมาใช้บริการมากขึ้น

3. การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกัน การท่องเที่ยวมีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น นักท่องเที่ยวได้รับบริการในเวลาและสถานที่ได้ถูกกำหนดไว้แล้ว กล่าวคือ ในขณะที่มีการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินอยู่นั้น บริษัทนำเที่ยวก็กำลังให้บริการไปด้วย ดังนั้นการผลิตและการบริโภคจึงเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกันเป็นส่วนใหญ่

4. การบริการไม่สามารถแยกจากกันได้ การซื้อบริการท่องเที่ยว ไม่สามารถแยกออกจากบริการตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยวได้โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการบริการจึงเกิดขึ้นตลอดเวลา ตั้งแต่การซื้อรายการนำเที่ยว บริษัทนำเที่ยวต้องให้บริการ ตั้งแต่การออกเดินทางจากจุดเริ่มต้นจนกระทั่งการเดินทางท่องเที่ยวสิ้นสุดลงนั่นคือ การเดินทางกลับถึงบ้านหรือจุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวจึงจะเรียกว่ากระบวนการขายบริการท่องเที่ยวเสร็จสิ้นสมบูรณ์

5. การบริการมีลักษณะสูญเปล่าหรือสูญเสียได้ง่าย การบริการท่องเที่ยว ไม่สามารถเก็บเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าจับต้องได้ทั่วไป เหมือนกับสินค้าที่ผลิตออกมาแล้ว ถ้ายังไม่ได้ขายหรือขายไม่ได้ก็สามารถเก็บรักษาไว้ได้ แต่ในธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว ถ้าผู้ซื้อไม่มาใช้บริการในเวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้บริการนั้นก็สูญไป เช่นกันถ้าไม่มีผู้มาซื้อบริการ การให้บริการก็ไม่สามารถเกิดขึ้น อย่างเช่นถ้าบริษัทนำเที่ยวไม่สามารถหาลูกค้ามาได้ตามจำนวนจุดคุ้มทุนก็เท่ากับเสียโอกาสในการทำรายได้และกำไรโดยจำนวนที่ขาดไปไม่ครบนั้นไม่สามารถเก็บรักษาซึ่งเท่ากับสูญไปนั่นเอง

6. การรับบริการนั้นหนาท่อท่องเที่ยวบางรูปแบบเป็นฤดูกาล การบริการท่องเที่ยวเป็นบริการที่มีลักษณะการซื้อขายเป็นช่วงๆ จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับเวลา ฤดูกาล สภาพภูมิอากาศ เป็นต้น เช่น ในฤดูร้อนโรงแรมตามสถานที่ตากอากาศชายทะเลห้องพักรักเต็ม แต่ในหน้าฝนห้องพักตามโรงแรมเหล่านี้อาจมีห้องว่างมาก หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ในเรื่องงานเทศกาลสำคัญมักมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจำนวนมากในช่วงเวลางาน แต่พอไม่ใช่ช่วงงานเทศกาลนักท่องเที่ยวก็มีจำนวนลดลง

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสานสินค้าและบริการหลายอย่าง โดยผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะที่เป็นการบริการที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถให้คุณค่าทางจิตใจแก่นักท่องเที่ยวได้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีองค์ประกอบของสินค้าและบริการมากมาย ซึ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามคำจำกัดคำของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หมายถึง ธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2544; ศรัญญา วรากุลวิทย์. 2551; และ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548) (ดูภาพประกอบ 2)

1. ทรัพยากรท่องเที่ยว มีทั้งประเภทที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และ ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวจัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งในระบบการท่องเที่ยว ความแตกต่าง และความหลากหลายทรัพยากรการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกและทางลบต่อท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวได้เช่นกัน

2. การตลาดท่องเที่ยว การตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวใช้ในการจัดการอุปทานและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่รวมไปถึงการพยากรณ์ทางการตลาดทำให้ทราบความต้องการ แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวโน้มด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยว สภาพการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยว การตลาดยังช่วยให้เข้าใจวงจรชีวิตของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วย ความหลากหลายและความสมบูรณ์ของข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องนำมาศึกษาเพื่อกำหนดแผนการตลาดอันจักสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่ก่อเกิดรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเอง การตลาดมีส่วนสำคัญมากในการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้คนปรารถนาเดินทางท่องเที่ยว

3. นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอุปสงค์ ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ปราศจากผู้ซื้อ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและความพึงพอใจ ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ก็ไม่มีผู้มาใช้บริการทางการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ถ้าหากประเทศใดหรือพื้นที่ใดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมาก ก็เกิดกิจกรรม และบริการการท่องเที่ยวต่างๆ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากตามไปด้วยนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ดังนี้

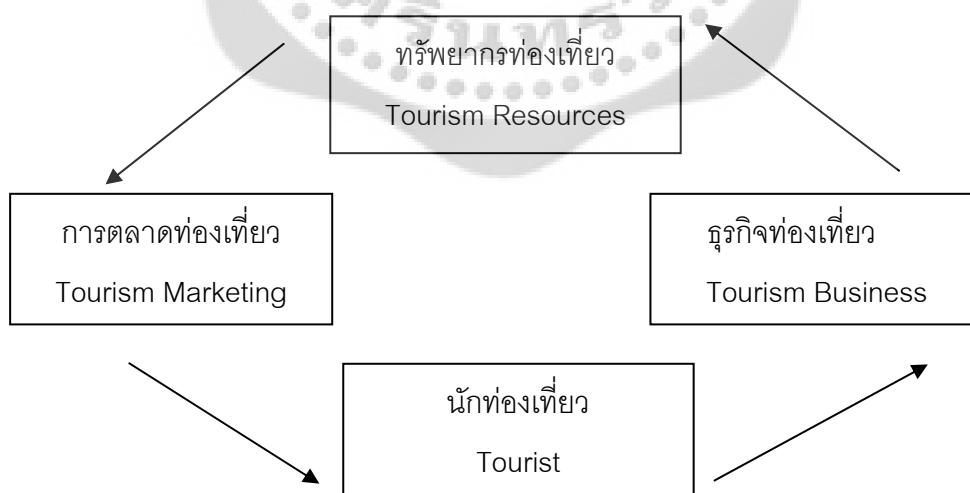
3.1 นักท่องเที่ยวนานาชาติ (Inbound tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปพำนักรอยู่ในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ที่อยู่ของตนเองโดยมีระยะเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งคืนแต่ไม่เกินหนึ่งปี โดยมีวัตถุประสงค์

ที่มีไม่เพื่อการหารายได้ และบุคคลที่เดินทางในลักษณะดังกล่าวแต่พำนักในสถานที่นั้น น้อยกว่าหนึ่งคืน เรียกว่านักทัศนาจร (International excursionist)

3.2 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศหนึ่งและเป็นคนสัญชาตินั้นหรือไม่ก็ตามได้มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศแต่เป็นที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยของเขาในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง หรือหนึ่งคืน โดยมีวัตถุประสงค์ที่มีไม่เพื่อการหารายได้จากสถานที่ไปเที่ยว

3.3 นักทัศนาจร (Excursionists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน เป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

4. ธุรกิจท่องเที่ยว หรือกล่าวรวมถึงธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประกอบไปด้วยธุรกิจหลายประเภท อันเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการซึ่งมีธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวอันเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว และการเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกโดยตรงให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจที่พักแรมซึ่งเป็นธุรกิจที่จำเป็นต่อการพักผ่อนหลังจากเดินทางของนักท่องเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องมีไว้บริการ เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงอยู่ของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมนุษย์ ธุรกิจการขนส่ง การเดินทางออกจากที่พักอาศัยเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวต้องอาศัยพาหนะ ธุรกิจการขนส่ง จึงเป็นธุรกิจที่เชื่อมต่อระหว่างที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก นักท่องเที่ยวมักซื้อสินค้าต่างถิ่นกลับไปเป็นของที่ระลึกให้ตนเอง หรือบางวัฒนธรรมก็นำไปฝากญาติหรือคนรู้จัก ธุรกิจนี้ยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวได้อีกด้วย



ภาพประกอบ 2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. หน้า 40.

รูปแบบการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

รูปแบบการท่องเที่ยวที่จัดแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง เป็นการจัดแบ่งอีกรูปแบบหนึ่ง ที่พิจารณาจากจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ คือ การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (สุวัฒน์ จูรากรณ์; และ จริญญา เจริญสุขใส. 2545)

1. การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกหนีสภาพชีวิตประจำวันที่จำเจ หรือต้องการเปลี่ยนสภาพแวดล้อมเดิม เพื่อให้ร่างกายและจิตใจได้รับการพักผ่อน เช่น หลีกหนีอากาศหนาวในประเทศของตน ความอยากรู้ อยากเห็นในสิ่งที่แปลกใหม่ไปจากเดิม หรือบางครั้งต้องการเพียงแค่เปลี่ยนบรรยากาศ หรือเพื่อชมทิวทัศน์ที่สวยงามแตกต่าง การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นจุดประสงค์พื้นฐานหลักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั่วโลก ทั้งนี้วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนจะแตกต่างกันในรายละเอียด และเป็นตัวระบุกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และสหราชอาณาจักร ประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลัก จึงเปรียบเสมือนว่าธุรกิจกับการเดินทางต้องอยู่คู่กันเสมอ แม้ว่าการเดินทางเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ก็จัดเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้กับจุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจไปเยือน และนักธุรกิจนั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่ ณ สถานที่นั้น เพื่อที่จะทำงาน หากแต่อย่างเดียว หากต้องบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งหมายถึงการเข้าพักในโรงแรม การใช้บริการห้องประชุม ซื้ของฝากของที่ระลึกต่างๆ การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

2.1 การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular business travel) หมายถึงการเดินทางไปติดต่อประสานงาน หรือเซ็นสัญญาเกี่ยวกับธุรกิจ โดยอาจมีระยะเวลาในการหยุดพักผ่อน 2 – 3 วัน แทรกอยู่ในการเดินทางนั้น เช่น นักธุรกิจชาวอังกฤษเดินทางมาเซ็นสัญญาหุ้นส่วนโรงแรมในประเทศไทย หรือตัวแทนขายประกันเดินทางไปเยี่ยมลูกค้า

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive, Conference/Convention/Congress and Exhibition : MICE)

การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้กำลังได้รับความสนใจ ทั้งจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก โดยมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้อย่างจริงจัง เนื่องจากเห็นความสำคัญ ถึงภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กล่าวคือ ผู้ที่เดินทางมาในลักษณะดังกล่าว มักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และมีความสามารถในการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้

แม้ว่าผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางที่เกี่ยวข้องในเชิงธุรกิจ แต่หากคนกลุ่มนี้มีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีต่อพื้นที่ที่ได้ไปเยือนเป็นครั้งแรก ก็อาจเดินทางกลับไปยังพื้นที่นั้นอีกครั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการหยุดพักผ่อนในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้ เป็นคนที่มีการศึกษาในระดับสูงและมีผู้นำด้านความคิด หากเลือกที่จะมาแหล่งท่องเที่ยวใด ก็ย่อมจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยววนั้น

สิ่งสำคัญที่นักธุรกิจแต่ละกลุ่มต้องการเหมือนกันคือ ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง เนื่องจากบางครั้งอาจมีเวลาจำกัดในการติดต่อธุรกิจ และอาจต้องเดินทางหลายแห่งในคราวเดียวกัน รวมถึงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ เช่น ในโรงแรมมักจะมีห้องติดต่อธุรกิจ (Business center) ซึ่งมีบริการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นโทรสาร โทรศัพท์ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องถ่ายเอกสาร หรือแม้กระทั่ง ผู้ช่วยส่วนตัว ไว้รองรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว

กลุ่มนักธุรกิจเหล่านี้เป็นลูกค้าที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูง จึงจัดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่สำคัญคือ มีรายได้ระดับสูง และพร้อมที่จะจ่ายเงินจำนวนมากเพื่อสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่าง เพื่อให้ธุรกิจที่ติดต่อสำเร็จ

3. การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มรู้สึกว่าการเดินทางเพียงเพื่อไปชมบ้านเมืองหรือชมธรรมชาติเป็นรูปแบบที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวขั้นสูงขึ้นได้อีกต่อไป ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวในตะวันตกมีความหลากหลายมากมายไปกว่าชมบ้านเมืองหรือการชมธรรมชาติ เช่น กิจกรรมด้านโบราณคดี การเล่นบอลลูน การท่องเที่ยวอวกาศ การดำน้ำ เป็นต้น ความต้องการในการท่องเที่ยวที่หลากหลายและซับซ้อนขึ้น เป็นเหตุผลหนึ่งทำให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษขึ้น ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลายและซับซ้อนขึ้น เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสำคัญๆ ดังต่อไปนี้

3.1 การเปลี่ยนแปลงทางทางโครงสร้างประชากรและภูมิหลังของนักท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้ว่าในประเทศตะวันตกเกิดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ขึ้นมากมาย อาทิ นักท่องเที่ยวสูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มคนโสด เป็นต้น

3.2 การเปลี่ยนแปลงค่านิยมของประชากรโลก อันเป็นผลจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม กล่าวคือ โลกในปัจจุบันได้เริ่มก้าวเข้าสู่โลกแห่งสังคมสารสนเทศ (Information society) หรือสังคมในคลื่นลูกที่สาม (The Third Wave) มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ประชาชนในแต่ละสังคมมีลักษณะความแตกต่างในการบริโภคสิ่งที่แตกต่างกันไปตามความชอบของแต่ละคน

การเปลี่ยนแปลงความต้องการของนักท่องเที่ยวดังกล่าว ทำให้ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวพยายามอย่างเต็มที่ ในการเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยวโลก เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ท่ามกลางการแข่งขันอย่างหน่วงหนัก ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั่วโลกจึงได้พัฒนาสินค้า

การท่องเที่ยวของตนให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากสินค้าการท่องเที่ยวในประเทศอื่น ซึ่งมาสู่การผลิตสินค้าในรูปแบบ “สินค้าทำพิเศษ” (Order made) ที่นักท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของแต่ละคน

รูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ในปัจจุบันการจัดการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ มีรูปแบบที่แตกต่างกันมากมาย แต่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นกิจลักษณะนั้น มีอยู่อย่างน้อย 6 รูปแบบใหญ่ด้วยกัน โดยแต่ละรูปแบบตอบสนองต่อความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในปัจจุบันคือคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้กลายเป็นคำที่ใช้ในวงการการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางและหลากหลาย โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความแตกต่างกันในรายละเอียดที่แบ่งได้เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างแท้จริง (Hard – core nature tourism) การท่องเที่ยวเพื่อไปชมธรรมชาติด้วยความต้องการเข้าใจถึงระบบนิเวศ (Dedicated nature tourism) การท่องเที่ยวเพื่อไปชื่นชมธรรมชาติ (Mainstream nature tourism) และการท่องเที่ยวที่ใช้ธรรมชาติแบบผิวเผิน (Casual nature tourism)

ประเทศไทยในระยะแรกได้มีการใช้คำที่กล่าวถึงการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสืบทอด การท่องเที่ยวเพื่อธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงชีวภาพ ในที่สุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และบัญญัติศัพท์คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ขึ้น โดยพยายามให้ครอบคลุมลักษณะกิจกรรมและความหมายของคำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้มากที่สุด ดังมีคำนิยามต่อไปนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีการรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน กระแสความตื่นตัวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้แพร่หลายไปยังประเทศกำลังพัฒนาที่อาศัยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาประเทศ ด้วยความเชื่อว่า หากดำเนินการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เหมาะสม ก็จะสามารถอนุรักษ์ธรรมชาติได้ พร้อมๆ กับการพัฒนาเศรษฐกิจ และสามารถสร้างงานให้คนในท้องถิ่น จากนิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นความยั่งยืนของธรรมชาติ และการมีส่วนร่วมของถิ่นข้างต้น ปัจจุบันจึงได้เกิดกระแสของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agritourism) ซึ่งเป็นแนวความคิดหนึ่งภายใต้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้น

2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา โดยทั่วไปแล้วการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดหมายเพื่อบำบัดโรค บำรุงรักษากายหรือสุขภาพจิต (Health tourism) ซึ่งรวมถึงการออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬา เพื่อสุขภาพนอกเหนือจากความเพลิดเพลินใจด้วย (Sport tourism) นอกจากนี้ยังรวมหมายถึงการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure tourism) ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรมย่อย

ของการเล่นกีฬา ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาจึงเกี่ยวข้องกับกิจกรรม 3 รูปแบบใหญ่ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกัน คือ

2.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) เป็นการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งตามลักษณะสุขภาพของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ คือ

2.1.1 การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยว ในลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในประเทศไทย เนื่องจากค่ารักษาพยาบาลภายในประเทศไทยที่ถูกกว่าต่างประเทศและประเทศไทยมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญและมีมือ

2.1.2 การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว หรือการอยู่ในระยะพักฟื้นโดยนักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์ อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ใส อาหารเพื่อสุขภาพ และการออกกำลังกายอย่างเบาๆ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ สถานบริการในลักษณะนี้ เช่น ชีวาศรม สถานพักตากอากาศชายทะเล เป็นต้น

2.1.3 การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพนักท่องเที่ยวที่ติดอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตัวเองภายใต้สภาวะแวดล้อมที่ย่ำแย่ในปัจจุบัน โดยการหันมาออกกำลังกายที่ถูกวิธี การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ ไทเก็ก การพักผ่อนในที่อากาศบริสุทธิ์ใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น การอาบน้ำแร่ การนวดแผนโบราณ การรับประทานสมุนไพร และการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งประเทศไทยมีสถานให้บริการและสินค้าที่เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เช่น การนวดแผนโบราณที่วัดโพธิ์ สถานบริการสุขภาพชีวาศรม การนั่งสมาธิที่สวนโมกขาราม เป็นต้น

2.2 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) สามารถแบ่งรูปแบบออกเป็น 2 ลักษณะตามวัตถุประสงค์ในการเล่นกีฬา คือ

2.2.1 การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ คือ นักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยว พร้อมกับวัตถุประสงค์ที่จะไปออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬา เช่น เล่นกอล์ฟ ดำน้ำ พายเรือ

2.2.2 การเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขัน คือ นักกีฬาไปแข่งขันกีฬาระหว่างจังหวัดหรือระหว่างประเทศ หรือระดับโลก โดยถึงแม้จะมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการแข่งขัน แต่นักท่องเที่ยวก็จะได้รับสุขภาพที่แข็งแรงในทางอ้อม และยังได้ท่องเที่ยวซึ่งส่งผลทำให้สุขภาพจิตดีด้วย

2.3 การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure tourism) เป็นอีกรูปแบบย่อยอีกอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่นอกจากจะเน้นผลต่อสุขภาพกายแล้ว ยังมุ่งเน้นไปที่ความตื่นเต้นขณะทำกิจกรรมนั้นๆ เช่น การปีนเขา ไต่หน้าผา การล่องแก่ง เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีบทบาทในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมค่อนข้างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักสนใจและต้องการเข้าใจวัฒนธรรมของประเทศอื่นที่แตกต่างไปจากตน โดยผ่านการชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ซึ่งหมายรวมถึง ศิลปะทุกแขนงทั้งสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ตลอดจนมรดกทางประวัติศาสตร์ ซึ่งหมายถึง โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ซึ่งความสนใจต่อสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานความสนใจดั้งเดิมของนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษอีกรูปแบบหนึ่งที่จะได้กล่าวถึงต่อไป อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยว ทั้งสองรูปแบบนี้มีข้อแตกต่างกันตรงที่การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมให้ความสำคัญต่อการสัมผัสวัฒนธรรม ซึ่งมีสภาพเป็นวัตถุหรือการแสดง ในขณะที่การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น ให้ความสำคัญกับการสัมผัสวัฒนธรรมโดยผ่านวิถีชีวิตมนุษย์ซึ่งเป็นผู้สร้างวัฒนธรรม

5. การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น (Ethnic tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว เพื่อความสนใจพิเศษ ความสนใจเบื้องต้นที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมการเดินทางดังกล่าวนี้ คือ การเฝ้าหาโอกาสที่จะได้สัมผัสกับกลุ่มคนที่มีชาติพันธุ์ และภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากตัวของนักท่องเที่ยวโดยตรง ด้วยความคิดที่ว่าถึงแม้พิพิธภัณฑ์และงานทางศิลปวัฒนธรรม อาจจะสามารถสะท้อนชีวิตความเป็นอยู่ของคนต่างชาตินั้นได้ในระดับหนึ่งก็ตาม การสัมผัสสิ่งเหล่านี้ย่อมไม่อาจเทียบได้กับการสัมผัสโดยตรงกับคนต่างชาตินั้น จากการได้ใช้ชีวิตร่วมกัน หรือพบปะพูดคุยกัน ในระยะเวลาหนึ่งได้

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Education tourism) หมายถึง การเดินทางที่มีการเรียนรู้เกิดขึ้น ซึ่งมีความหมายเฉพาะเจาะจงว่าเป็นการเรียนรู้ โดยมีการจัดการ (Organized learning) เช่น มีการวางแผนล่วงหน้า มีขั้นตอนที่ชัดเจน มีครูผู้สอนที่ชำนาญ และมีวิธีการฝึกหัดตามแบบแผน เป็นต้น นอกจากนี้ การเรียนรู้มักได้มาจากการสังเกตจริงไม่ใช่การเรียนรู้จากตำรา การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ มักประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ ที่ครอบคลุมถึงการวางแผนการเดินทาง การวางแผนการศึกษาในรูปแบบของหลักสูตร การเรียนรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวและการประเมินผล ลักษณะดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษอื่นๆ ซึ่งมีลักษณะของการได้เรียนรู้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ลักษณะแตกต่างอีกอย่างหนึ่งก็คือ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ต้องมีการเรียนรู้ที่เป็นกิจลักษณะจากครูผู้สอน โดยส่วนใหญ่ครูผู้สอนในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษานี้ มักเป็นครูหรืออาจารย์อยู่แล้ว เช่น อาจารย์มหาวิทยาลัย อาจารย์สอนภาษา หรือสอนศิลปหัตถกรรม เป็นต้น ซึ่งครูผู้สอนจะทำหน้าที่แตกต่างจากมัคคุเทศก์ และมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน กล่าวคือ มัคคุเทศก์

จะทำหน้าที่ในการนำทาง คุ่มกันอันตราย ให้ความบันเทิง และจัดการกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ส่วนครูผู้สอนจะทำหน้าที่เป็น พี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาของนักท่องเที่ยว

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวมีคุณลักษณะเฉพาะที่เรียกว่า บริการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีความนิยมโดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อการพักผ่อน ผ่อนคลาย ให้ความสำคัญ ผู้คนสามารถเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวได้ตามความต้องการ ความเหมาะสม และตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อระบบสังคมและเศรษฐกิจในหลายประเทศด้วยการสร้างมูลค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล

ปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่าง เดินทางท่องเที่ยวแท้ที่จริงแล้ว ก็คือ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวนั่นเอง เพียงแต่ปัจจัยบางประการส่งผลและเกิดเป็นข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยว ดังที่ นิรันดร์ ทัพไทย (2545) ได้กล่าวถึงปัจจัย และข้อจำกัดว่า นักท่องเที่ยวมีกระบวนการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ แต่หลังจากนั้น เขาจะประเมินคุณค่าของแต่ละทางเลือกที่เป็นปัจจัยเหล่านั้นให้เหมาะสมกับข้อจำกัดของตน โดยมีเกณฑ์การประเมินจากคุณลักษณะ หรือมิติที่ใช้พิจารณาทางเลือกแต่ละทางเพื่อเปรียบเทียบข้อดีข้อเสีย โดยนักท่องเที่ยวอาจเลือกการเดินทางหรือระบับการเดินทาง ถ้าพบสาเหตุหรือสถานการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในที่สุด

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ในส่วนของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเวลาว่างกิจกรรมในแง่มุมที่แตกต่างกัน จากการศึกษาธรรมชาติของกิจกรรมและผลทางสังคม พบว่า อารมณ์ ความมีสติและความสนุกสนานเป็น การตอบสนองภายนอกที่เกิดจากแรงจูงใจในการกระทำกิจกรรมยามว่าง ซึ่งมีความสำคัญต่อพฤติกรรม ที่แสดงออกในการทำงานด้วย การทำให้รายได้เพิ่มมากขึ้นเท่าเมื่อถึงเวลาในการใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อน ท่องเที่ยว ก็จักได้มีทั้งเวลาว่างและเงินกับปัจจัยประกอบอื่นๆ ที่ทำให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้ ทั้งนี้รูปแบบ และพฤติกรรมใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวเปลี่ยนไป เกิดจากปัจจัยหลักๆ ดังนี้ (รุ่ง กาญจนวิโรจน์. 2545; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548; และ วลัยพร รัตระกูลไพบุลย์. 2551; & Page. 2009)

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factor) ช่วงอายุ อัตราการเจริญเติบโตของประชากรในโลก มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วมักแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลี ซึ่งมีประชากรเกือบห้าสิบล้านคน และส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้

การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ ย่อมแตกต่างกันหรือตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศนูโน ดารุส ซาลาม ซึ่งมีประชากรเพียงไม่กี่แสนคน

2. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีระบบการจองอัตโนมัติ ได้แก่ ระบบการซื้อ การจองและการสำรองที่นั่งการโดยสารเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ ด้วยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) และระบบการจัดจำหน่ายทั่วโลกที่เรียกว่า GDS (Global Distribution System) ที่ทำให้เกิดความสะดวกสบาย และรวดเร็วซึ่งนักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของสายการบินในฐานะผู้ให้บริการด้วย

3. ปัจจัยทางการเมือง (Political factor) ความผันผวนทางการเมืองมีมากขึ้นเท่าใด ย่อมมีผลต่อการท่องเที่ยวมากตามด้วย ปัจจัยนี้มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเสมอโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลสำคัญ คือ การพักผ่อนหย่อนใจและความเพลิดเพลินใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เพราะอาจส่งผลร้ายต่อตัวนักท่องเที่ยวได้ อย่างเช่น ในประเทศอิสราเอลที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย แต่ก็เกิดปัญหาทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา ทำให้ไม่เกิดความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแสวงบุญ ด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าจะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อใด ทั้งยังมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนน้อยหรือแทบไม่มีเลย

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic factor) เศรษฐกิจนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและยังสามารถบอกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดี อย่างเช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นก็มักถูกจัดอยู่ในอันดับแรกๆ ที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ เพราะการแสดงออกด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายมักใช้ไปในทุกด้าน ตั้งแต่ด้านพาหนะ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านกิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยว ด้านการซื้อของที่ระลึก โดยมักเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวระดับสูง เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยว ย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงน้อย

5. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural factor) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแตกต่างกันเกิดจากกระบวนการสังคมประกิตในบริบทที่ต่างกัน ด้วยเหตุนี้ปัจจัยด้านนี้ จึงส่งผลการกระทำ และการแสดงออกทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้เห็นในหลายรูปแบบของพฤติกรรม เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมของตนหล่อหลอมมาตลอด และได้ถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติ

ของกลุ่มชนชาติเหล่านั้น ทักษะคิดและวัฒนธรรมของประเทศใด ท้องถิ่นใดจึงเป็นตัวกำหนดรสนิยม และ ค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้าและบริการ รวมไปถึงการเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มชนชาตินั้นๆ ด้วย ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์บริการท่องเที่ยวว่าอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว

เมื่อคนเรามีเวลาว่างและได้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปแล้ว กระบวนการการตัดสินใจ มักเริ่มจากการรับรู้ถึงความต้องการเดินทางท่องเที่ยว การค้นหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว การเลือกหรือประเมิน แหล่งท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจ กระบวนการเหล่านี้เกิดขึ้นได้ อาจเกิดจากปัจจัยที่แตกต่างกันไป บางคน มีความต้องการท่องเที่ยวจากตนเองที่ปรารถนาหลีกเลี่ยงความจำเจ บางคนมีเวลาว่างแล้วมีกลุ่มอ้างอิง หรือความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมากระตุ้นความต้องการ ในกรณีแรกเป็นแรงจูงใจจัดเป็นปัจจัยภายใน ส่วนกรณีหลังเป็นแรงกระตุ้นจากคนอื่นหรือแหล่งท่องเที่ยวจัดเป็นสิ่งแวดล้อมภายนอก นักการตลาดแบ่งปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคออกเป็นสองประเภท ซึ่งทางการตลาดท่องเที่ยวก็นำมาใช้ใน การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวซึ่งสรุปได้ดังนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2544; วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์. 2551; และ Swarbrooke; & Horner. 1999)

1. ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

1.1 การรับรู้ (Perception) กระบวนการรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวสามารถ เกิดจากปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้น ที่มากระทบประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้กลิ่น การได้ยิน การได้เห็น การได้รู้สึก และการได้รสชาติ การโฆษณา ในธุรกิจท่องเที่ยว จึงต้องพยายามสร้างให้เกิดความรับรู้ทางด้านอารมณ์ และความน่าเชื่อถือ เช่น ภาพ การโฆษณาความสะอาดสบายในการนั่งเครื่องบินชั้นหนึ่ง กระบวนการรับรู้ ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1.1.1 การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร ในแต่ละวันนักท่องเที่ยวเปิดรับข้อมูล จาก การโฆษณาเข้ามาสู่ตนเอง ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หรืออื่นๆ แต่มีโฆษณา ใดบ้างที่นักท่องเที่ยวเปิดรับข้อมูลอย่างเลือกสรร

1.1.2 การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร หมายถึง นักท่องเที่ยวตั้งใจรับสิ่งกระตุ้น อย่างหนึ่งเมื่อเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลและให้ความสนใจมาแล้ว

1.1.3 ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร คือ ความเข้าใจ และตีความหมายของ ข้อมูลที่ได้รับมาให้ตรงกับความหมายของข้อมูลนั้น

1.1.4 การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรรทำให้เกิดความทรงจำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นั้นๆ ซึ่งนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการและการตัดสินใจซื้อในโอกาสต่อไป

1.2 แรงจูงใจ (Motivation) แรงจูงใจเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความประสงค์ต่อการตอบสนอง ความต้องการท่องเที่ยวของตนเอง เมื่อบุคคลเกิดความต้องการท่องเที่ยว และมีสิ่งกระตุ้นให้เกิดการรับรู้

ว่ายังขาดบางสิ่งบางอย่างอยู่ ความเข้มข้นของความต้องการก็จะยิ่งเพิ่มขึ้น บุคคลก็เกิดความเครียดในการพยายามตอบสนองความต้องการของตนเอง เพื่อที่ให้ได้อยู่ในสภาวะที่สมดุล แรงจูงใจจะเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการลดความเครียด หรือความไม่สมดุลโดยการผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่มีการตอบสนองความต้องการของบุคคล ความพยายามเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ สิ่งกระตุ้น และการตอบสนองความต้องการท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับนักการตลาดท่องเที่ยว เพราะสามารถใช้วางแผนกิจกรรมทางการตลาดให้แก่นักท่องเที่ยว โดยต้องรับรู้ได้ว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการในเรื่องอะไร รู้จักกระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มีความเข้มข้นมากขึ้น จนนำไปสู่การแสวงหาการบริการท่องเที่ยว เพื่อการตอบสนองความต้องการได้ในที่สุด แรงจูงใจสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้

1.2.1 แรงจูงใจทางอารมณ์ เป็นแรงจูงใจ ซึ่งเกิดขึ้นจากความต้องการที่นักท่องเที่ยวมุ่งให้เกิดความพึงพอใจทางความรู้สึกเป็นที่ตั้ง แรงจูงใจทางอารมณ์นี้ สามารถเกิดได้จากสิ่งต่างๆ เช่น ความรู้สึกจากประสบการณ์ การศึกษาสถานภาพทางสังคม การสร้างความภาคภูมิใจให้ตนเอง การเข้าสังคม การเลียนแบบบุคคลที่มีชื่อเสียง การต้องการความแตกต่าง ความอยากรู้อยากเห็น เป็นต้น

1.2.2 แรงจูงใจเชิงเหตุผลเป็นแรงจูงใจซึ่งเกิดจากการพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบครอบ และสมเหตุสมผล แรงจูงใจเชิงเหตุผลนี้สามารถเกิดได้จากประเด็นต่างๆ เช่น ราคา คุณภาพ ความประหยัด ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย ความคุ้มค่า ความสะดวก และความปลอดภัยของการเดินทาง เป็นต้น

1.3 ทักษะ (Attitude) เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพราะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยเฉพาะกับแหล่งท่องเที่ยว กล่าวคือ ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอหรือความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทัศนคติจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยพยายามกลั่นกรองสิ่งที่ตนเองคิดว่าดี สวยงาม ให้ความสุข ความพึงพอใจ มีความสะดวก มีความปลอดภัย นักท่องเที่ยวใช้ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประเมินและใช้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่คิดว่า เหมาะสมกับบริบทอื่นให้มากที่สุด ตัวแบบทัศนคติแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1.3.1 องค์ประกอบด้านการรับรู้หรือความเชื่อ ความรู้และการรับรู้ในสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับการผสมผสานระหว่างประสบการณ์ตรงกับความเข้าใจหรือการรับรู้ในสิ่งนั้นร่วมกับข้อมูลข่าวสารที่ได้จากแหล่งอื่น

1.3.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ ความรู้สึกหรืออารมณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น แหล่งท่องเที่ยว สายการบิน โรงแรมที่พัก เป็นต้น

1.3.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม ความเป็นไปได้หรือความโน้มเอียงของนักท่องเที่ยวที่แสดงพฤติกรรมเฉพาะตามที่ตนรับรู้มา เช่น การรับรู้ว่าการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ถ้านักท่องเที่ยวคนนั้นต้องการเยี่ยมชมหรือเดินทางท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ก็มีแนวโน้มว่าเขาจะไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

1.4 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นคุณลักษณะทางจิตวิทยาภายในตัวนักท่องเที่ยวเป็นตัวกำหนดและสะท้อนให้เห็นว่าตัวเขาสนองตอบต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวเขาอย่างไร นักท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพแตกต่างกันตามเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและสังคม ดังนั้น การเรียนรู้และเข้าใจบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวหมายถึง ความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยเฉพาะพฤติกรรมการเดินทางและการรับบริการจากการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันชอบความสะดวกสบาย ทันสมัยและถูกต้องรอบคอบ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นรักความสะอาด ความเป็นระเบียบ ความปลอดภัย มีวินัยในการท่องเที่ยว เป็นต้น บุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1.4.1 บุคลิกภาพแบบนักบุกเบิก ลักษณะเป็นตัวของตัวเอง มีความยืดหยุ่น ชอบค้นหาสิ่งแปลกใหม่ มีจุดมุ่งหมายของการเดินทางหลากหลาย มีความมุ่งมั่น และชอบความเป็นพิเศษเฉพาะตัว

1.4.2 บุคลิกภาพแบบนักผจญภัย ลักษณะเรียบง่ายตามธรรมชาติ มีความอดทน ชอบเสี่ยงภัย ชอบความแปลกใหม่ ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ

1.4.3 บุคลิกภาพแบบผู้ตาม ลักษณะระมัดระวัง พิถีพิถันรอบคอบ มีการเตรียมเพื่อการเดินทางอย่างดี

1.4.4 บุคลิกภาพแบบอิงกลุ่ม ลักษณะชอบทำกิจกรรมเป็นกลุ่มร่วมกับผู้อื่น ชอบอยู่รวมกลุ่ม ชอบมีเพื่อนร่วมทาง เน้นความเป็นปึกแผ่นของกลุ่มให้ความสำคัญกับการหาความสุขจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปถึง

1.5 การเรียนรู้ (Learning) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดจากความเข้าใจอันเป็นผลจากประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดและเกิดการตอบสนอง (Response) ตามทฤษฎีส่ิงกระตุ้นตอบสนอง (Stimulus-response theory) กลยุทธ์การโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกจึงได้นำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

2. ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

2.1 ครอบครัว (Family) สมาชิกในครอบครัวมีความสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบครอบครัวหรือเครือญาติ เพราะครอบครัวเป็นกลุ่มในสังคมที่นักท่องเที่ยว มักเลือกใช้เดินทางด้วยเมื่อมีเวลาว่าง บทบาทต่างกันของสามี ภรรยา หรือลูกในครอบครัวต่างก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับครอบครัว ซึ่งนำไปพิจารณาร่วมกับองค์ประกอบอื่นก่อนตัดสินใจท่องเที่ยว

2.2 กลุ่มอ้างอิง (Reference group) เป็นกลุ่มที่เป็นกรอบอ้างอิงหรือเป็นแนวทาง ให้แก่นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มนี้ได้สะท้อนแนวคิดที่ว่าบุคคลอื่นนอกจากครอบครัว

แล้ว ยังมีกลุ่มนี้ที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ ทศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กลุ่มอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เพื่อน เพื่อนร่วมงาน บุคคลที่นับถือหรือเชื่อถือ เป็นต้น

2.3 ชั้นทางสังคม (Social classes) การแบ่งกลุ่มภายในสังคมที่มีค่านิยม ความสนใจ และพฤติกรรมคล้ายกันทำให้นักการตลาดการท่องเที่ยวสามารถวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวบ่งชี้ความเป็นชนชั้นของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และมูลค่าที่อยู่อาศัย

2.4 วัฒนธรรม (Culture) ผลรวมของความเชื่อ คุณค่า และขนบธรรมเนียมที่เกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งมีส่วนทำหน้าที่ในการกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมยังกำหนดความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มคนและสังคมด้วย เพราะวัฒนธรรมเป็นตัวหล่อหลอมลักษณะนิสัยและความคิดของคน ทั้งยังมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากแบบแผนเก่าไปสู่แบบแผนใหม่อยู่เสมอ เช่น วัฒนธรรมในการดำรงชีวิต วัฒนธรรมการหยุดพักผ่อน เป็นต้น

จากการทบทวนปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวพบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อย่างเช่น ทศนคติอันเป็นปัจจัยภายในที่การก่อตัวเกิดจากผลรวมขององค์ประกอบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ วัฒนธรรม โดยเฉพาะการเรียนรู้ ซึ่งทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ก่อตัวขึ้น เกิดจากการเรียนรู้ที่กลายมาเป็นประสบการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติทางบวกหรือลบต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ส่งผลให้ไปหรือไม่ไปท่องเที่ยวได้ หรือแม้แต่เรื่องความต้องการ (Need) ก็ยังเกิดจากภาวะของตนเองก็ได้หรือเกิดจากมีสิ่งรบกวนนอกอย่างการตลาด ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว ทั้งยังมีเรื่องของความสะดวกและความปลอดภัยเข้ามาเกี่ยวข้อง สิ่งทีกล่าวนี้นี้ แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อปัจจัยบางตัวที่ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว เมื่อมีเวลาว่างติดต่อกัน รวมทั้งกลายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการไม่เดินทางท่องเที่ยวด้วยถ้าปัจจัยนั้นไม่เป็นไปตามความต้องการและหรือนักท่องเที่ยวไม่สามารถกระทำกิจกรรมที่ต้องการได้

อย่างไรก็ตาม นักการตลาดท่องเที่ยวได้เสนอแนวคิดเรื่องปัจจัยที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในและภายนอกเช่นกัน ปัจจัยดังกล่าวมี 2 ประเภท ดังนี้ (Crompton. 1979; วลัยพร รวีตระกูลไพฑูรย์. 2551.และ ปราโมทย์ รอดจำรัส. 2553)

1. ปัจจัยผลัก (Push factor) หมายถึง ปัจจัยที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงผลักดันที่เกิดจากภายในตัวบุคคลเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจริง อย่างเช่น ต้องการพักผ่อน ต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ๆ ซึ่งอาจได้การกระตุ้นจากภายนอกจากบุคคลรอบข้างหรือจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์อันเป็นปัจจัยดึง ประสบการณ์การท่องเที่ยว อาจตั้งเป็นคำถามจากแนวคิดของปัจจัยนี้สำหรับนักการตลาดได้ว่า “ทำไมคนจึงเดินทางท่องเที่ยว”

2. ปัจจัยดึง (Pull factor) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่มีส่วนกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วยภาพลักษณ์ ความสวยงาม ความแปลกใหม่ของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรม ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ระยะเวลา การเดินทาง รวมถึงสนนราคาที่เหมาะสมกับความคุ้มค่า อาจตั้งเป็นคำถามจากแนวคิดของปัจจัยนี้สำหรับนักการตลาดได้ว่า “ทำไมคนจึงเดินทางหรือเลือกไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น”

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแต่ได้พบว่าส่งผลเป็นข้อจำกัดของการเดินทางท่องเที่ยว แม้ว่าอยู่ภายใต้เงื่อนไขของนิยามของการท่องเที่ยวที่ว่า ต้องเดินทางออกจากที่พักอาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ รวมทั้งพำนักรหรือพักแรมไม่น้อยกว่า 1 คืน (ออกจากที่พักอาศัยมากกว่า 24 ชั่วโมง) ซึ่งทำให้เกี่ยวข้องกับเวลาที่ว่าง (Free time) ที่มีมากพอถึงไปท่องเที่ยวพักแรมได้ ทั้งนี้การนำเวลาว่างไปใช้ก็คือ Leisure และการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวก็คือ Leisure tourism หรือ Leisure travel นั่นเอง กระนั้นการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในบริบทนี้ มีปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก หรือปัจจัยผลักปัจจัยดึงมาเกี่ยวข้องก่อนออกเดินทาง ซึ่งปัจจัยบางตัวอาจส่งอิทธิพลต่อปัจจัยอีกหลายตัว โดยเฉพาะสภาพทางครอบครัว (Lee; & Bhargava. 2003; Hong, Kim; & Lee. 1999) รายได้ที่ได้รับต่อเดือน (Gershuny. 2000) ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน (Papatheodorou. 2001; McIntosh; & Ritchie. 2006) ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมา (Ryan. 2002) และการนำเสนอในเชิงการตลาดของบริษัทนำเที่ยว (Middleton; et al. 2010) ส่งผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยที่นักท่องเที่ยวมักนึกถึงต่อจากองค์ประกอบส่วนเศรษฐกิจสังคม การนำเสนอขายของบริษัทนำเที่ยวและจากประสบการณ์ของตนเอง (Middleton; & Clarke. 2001 และ ศรัญญา วรากุลวิทย์. 2551) การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเหล่านี้ในลักษณะที่เป็นพหุปัจจัยจักช่วยให้นักการตลาดท่องเที่ยว นันทนาการ ตลอดจนนักจัดการการใช้เวลาว่างสามารถกำหนดนโยบายและแผนการใช้เวลาว่างเพื่อการนันทนาการและการท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

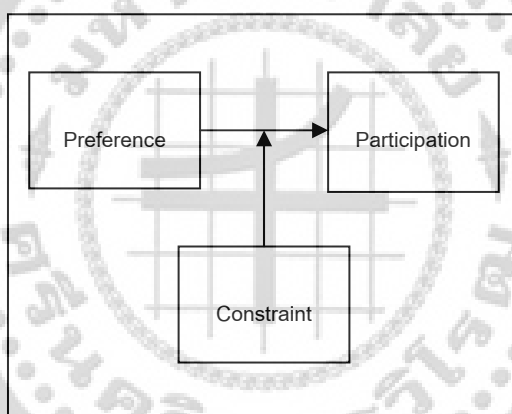
ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว

ในประเทศที่พัฒนาแล้วมักมีวันหยุดยาวต่อเนื่องติดกัน เพราะคนส่วนใหญ่เห็นคุณค่าของเวลา ที่นำมาใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตเพื่อความสุขสมบูรณ์ (Wellness) แต่อย่างไรก็ตามการทำกิจกรรมยามว่างบางประเภทอย่างเช่นการเดินทางท่องเที่ยวก็มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ที่เดินทางไปผู้คนจำนวนมาก ซึ่งส่งผลให้การใช้เวลาว่าง จำเป็นต้องมีการวางแผนการเดินทางเพื่อการสำรองที่พัก การจองที่โดยสาร การเลือกเส้นทางท่องเที่ยว และถ้ามองในอีกด้านหนึ่งความจำกัดของการนำเวลาว่างไปใช้ก็อาจมีขึ้นได้

ซึ่ง แจ็คสัน (Jackson. 2005) เรียกว่า Constraints ในขณะที่ เอ็ดจิงตัน และคนอื่นๆ (Edginton; et al. 2004) เรียกว่า Barriers ทว่าแจ็คสันก็กล่าวถึงคำว่า Barriers เช่นกัน แต่เขาเห็นว่าคำว่า Constraints ครอบคลุมการอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้เวลาว่างที่พบข้อจำกัด (Constrained leisure behavior) ได้ดีกว่า มีนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวและการใช้เวลาว่างได้กล่าวถึงสิ่งกีดขวางของข้อจำกัดไว้ ดังนี้

แจ็คสัน (Jackson. 2005) ได้ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยเรื่องของข้อจำกัดการใช้เวลาว่างไว้ว่าเพื่อค้นหาปัจจัยที่รับรู้โดยปัจเจกบุคคลที่ไปสกัดขัดขวางสิ่งที่ชอบทำ สิ่งที่ทำแล้วสนุกสนานเพลิดเพลินในช่วงเวลาว่างโดยเขาได้สร้างโมเดลไว้ 2 แบบ คือ

1. โมเดลอย่างง่ายด้านความชอบ ข้อจำกัดและการเข้าร่วม หรือ Simple model of preference, constraint, and participation (ดูภาพประกอบ 3) จากโมเดลแจ็คสันกล่าวว่าคนคนหนึ่งได้เลือกความชอบ ู้ความต้องการ หรือความปรารถนาของตนเองในการทำกิจกรรมในเวลาว่างของตนเองแล้ว แต่การทำให้ความตั้งใจเป็นจริงได้ถูกข้อจำกัดบางอย่างทำให้การทำหรือเข้าร่วมกิจกรรมไม่สามารถเกิดขึ้นได้จริง

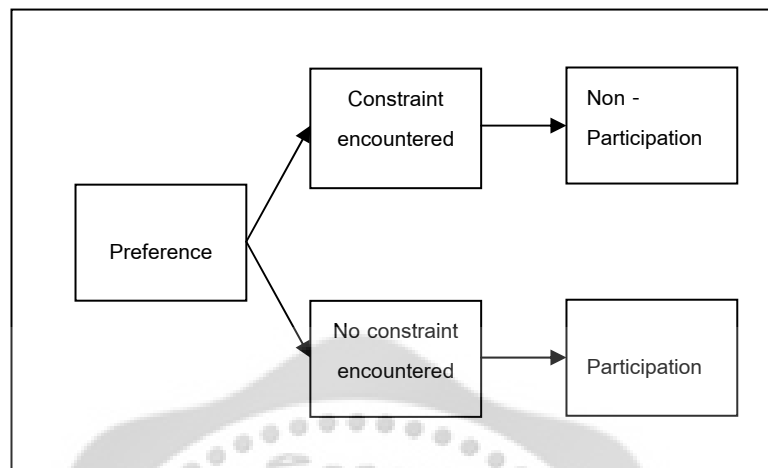


ภาพประกอบ 3 Simple model of preference, constraint, and participation

ที่มา: Jackson. (2005). *Constraints to Leisure*. p. 4.

2. โมเดลด้านความชอบ ข้อจำกัดและการเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วม หรือ Preference, constraint, and participation/nonparticipation (ดูภาพประกอบ 4) จากโมเดลแจ็คสันกล่าวว่าเป็นโมเดลที่ซับซ้อนขึ้น กล่าวคือ การทำหรือเข้าร่วมกิจกรรมของคนคนหนึ่งสามารถเกิดขึ้นได้จริงจากการไม่มีข้อจำกัด (Absence of constraints) แต่ถ้ามีข้อจำกัดเกิดขึ้นการทำหรือเข้าร่วมกิจกรรมของคนคนหนึ่งก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ซึ่งในประเด็นหลังนี้แจ็คสันตั้งข้อสังเกตว่าถ้ามาศึกษาตัวข้อจำกัดมากกว่าที่มุ่งศึกษาเพียงผู้เข้าร่วมการใช้

เวลาวางก็จักทำให้การใช้เวลาวางเกิดขึ้นหรือกล่าวได้ว่า ถ้าขจัดตัวข้อจำกัดได้ก็ทำให้ความชอบไม่มีข้อขัดขวางการใช้เวลาวางก็จักบรรลุผล



ภาพประกอบ 4 Preference, constraint, and participation/nonparticipation

ที่มา: Jackson. (2005). *Constraints to Leisure*. p. 4.

เอ็ดจิงตันและคนอื่นๆ (Edginton; et al. 2004) กล่าวโดยสรุปไว้ว่า แม้ว่าคนคนหนึ่งเข้าใจแก่นแท้ของการใช้เวลาวางเป็นอย่างดี และรู้ว่าจักต้องจัดการกับการใช้เวลาวางอย่างไรให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด แต่ทว่ามีข้อจำกัดบางอย่างมาขัดขวางการเข้าร่วมการใช้เวลาวาง ข้อจำกัดเหล่านั้น ได้แก่

1. ข้อจำกัดทางทัศนคติ (Attitudinal barriers) เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากความคิดเกี่ยวกับปัจจัยจริงหรือคิดไปเอง โดยปัจจัยนั้นขัดขวางยับยั้งการใช้เวลาวาง
2. ข้อจำกัดทางการสื่อสาร (Communicative barriers) เป็นข้อจำกัดที่เกิดขึ้นได้ทั้งระดับบุคคลและองค์กร ในด้านบุคคลอาจไม่มีมีความสามารถที่รับและส่งสารที่ต้องการเข้าร่วมโปรแกรมการใช้เวลาวางได้ ในด้านองค์กรอาจเกี่ยวกับสมรรถนะในการเตรียมข้อมูล ที่ชัดเจน ถูกต้อง มีประโยชน์ต่อโปรแกรมการใช้เวลาวางที่เสนอให้แก่ผู้เข้าร่วม
3. ข้อจำกัดทางการบริโภค (Consumptive barriers) เป็นข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากความเป็นปัจเจกบุคคลที่มีแนวโน้มซื้อประสบการณ์ด้วยความคิดตามสมัยนิยม (Vogue) มากกว่าสิ่งที่ใช้ที่นำมาเติมเต็มและมีความหมายต่อชีวิตจริงๆ ข้อจำกัดนี้ทำให้คนคิดว่าอาจทำให้ไม่คุ้มค่ากับเวลาและค่าใช้จ่ายที่จักได้จากประสบการณ์การใช้เวลาวาง

4. ข้อจำกัดทางเศรษฐกิจ (Economic barriers) เป็นข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากการไม่มีเงินส่วนเหลือที่พอนำมาใช้พัฒนาคุณภาพของการใช้เวลาว่างในชีวิตให้เกิดคุณค่าได้ โดยเฉพาะในสังคมที่พัฒนาระบบการบริการการใช้เวลาว่างเป็นเชิงพาณิชย์ (Commercial leisure service system) ผนวกกับปลดการเข้าถึงการบริการให้แก่ชุมชนในเชิงสวัสดิการให้น้อยลง สถานะที่บ่งบอกความเป็นเศรษฐกิจก็เป็นตัวอุปสรรคเอง เพราะทำให้คนนำการบริการไปผูกกับคุณค่า คุณภาพและราคาที่ต้องจ่าย

5. ข้อจำกัดด้านประสบการณ์ (Experiential barriers) เป็นข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากการไม่มีประสบการณ์กับหรือการรับรู้กิจกรรมของการใช้เวลาว่างนั้นมาก่อน คนเรามักจกักร่วมกิจกรรมที่ตนคุ้นเคยมากกว่ากิจกรรมที่ไม่คุ้นเคย คนเราก็กหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่เคยรู้จัก ข้อจำกัดนี้เป็นตัวขัดขวางสำคัญในการพัฒนาการใช้เวลาว่าง

6. ข้อจำกัดด้านสุขภาพ (Health barriers) เป็นข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากการบาดเจ็บ อุบัติเหตุและความเจ็บป่วยของคนซึ่งมีผลต่อวิถีชีวิต วัฒนธรรมขณะนั้นเน้นเรื่องสุขภาพะทางกายและทางใจ (Physical and mental well-being) ผู้คนได้รับการส่งเสริมให้มีสุขภาพที่แข็งแรงและความสุขสมบูรณ์ทางสังคมและอารมณ์ (Social/emotional wellness) เพื่อความผาสุกของชีวิต ถ้าเป็นเช่นนั้นข้อจำกัดด้านสุขภาพก็เป็นอุปสรรคในการเข้าร่วมวัฒนธรรมความสุขสมบูรณ์ทั้งหมด

7. ข้อจำกัดด้านการตระหนักรู้คุณค่าของการใช้เวลาว่าง (Leisure awareness barriers) เป็นข้อจำกัดอย่างมากอันหนึ่ง คนไม่รู้ถึงคุณค่าของประสบการณ์การใช้เวลาว่าง มุ่งแต่การทำงาน ยิ่งไปกว่านั้นบางคนยังขาดความรู้เรื่องทักษะและทรัพยากรของการใช้เวลาว่างที่จำเป็นต่อการเข้าร่วมบริการ และโปรแกรมที่มีความหมาย

8. ข้อจำกัดด้านทรัพยากรเชิงกายภาพ (Physical resource barriers) เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกและเกิดจากผู้เข้าใช้บริการมากเกินไปสิ่งเหล่านี้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาวิถีชีวิตของการใช้เวลาว่างของคนเราด้วย เรื่องนี้ถือเป็นปัญหาใหญ่กับระบบอุทยานแห่งชาติเพราะอุทยานกำลังถูกรักแบบทำลาย มันคงเป็นการยากที่จักมีการเกิดความผูกพันเชิงจิตวิญญาณกับธรรมชาติท่ามกลางพื้นที่จำกัดกับกิจกรรมของคนห้าสิบคนที่ต้องการทำสิ่งเดียวกันในเวลาเดียวกัน สิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองหลายแห่งก็แย่งตามเงินทุนหรือไม่ก็ตั้งอยู่ห่างไกลเข้าถึงยาก

9. ข้อจำกัดด้านสังคมวัฒนธรรม (Social cultural barriers) เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากแนวคิดในยุคปัจจุบันที่เป็นพหุสังคมที่มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ชนชั้นสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม แนวคิดนี้ ทำให้เกิดความคิดทางการนำเสนอบริการ และโปรแกรมการท่องเที่ยว อย่างเท่าเทียมกัน การละเลยเรื่องนี้ก็อาจเป็นอุปสรรคของการพัฒนาการใช้เวลาว่างในชีวิตของคนเราได้

10. ข้อจำกัดด้านเวลา (Temporal barriers) เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากการไม่มีเวลาพอทั้งมิติของปริมาณ (จำนวนวัน) และมิติเชิงคุณภาพ (ความคุ้มค่าที่ต้องใช้เวลาให้คุ้ม) ในการใช้ทำกิจกรรมยามว่าง

ตามที่สนใจ

ชาร์พลีย์ (Sharpley. 2006) ได้กล่าวถึง อุปสรรคที่เป็นอิทธิพลภายนอกที่ขัดขวางการเดินทางของนักท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยวว่าอาจเกิดมาจากนโยบายของรัฐบาล ความไม่มั่นคงทางการเมือง ความสั่นคลอนทางเศรษฐกิจ ความขัดแย้งในสังคม อาชญากรรม ความกลัวโรคภัยและภัยธรรมชาติ

นักวิชาการชาวไทยอย่าง ปราโมทย์ รอดจำรัส (2553) ได้กล่าวถึง สาเหตุที่ทำให้คนไม่ยอมเดินทางท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. เสียหายเงิน เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนมาก ทำให้บางคนมีความรู้สึกเสียหายเงิน คนที่มีสภาพเศรษฐกิจไม่ดี อาจเห็นว่า ควรเก็บเงินไว้ใช้ประโยชน์อย่างอื่นที่จำเป็นมากกว่าการท่องเที่ยว
2. ไม่มีเวลา บางคนไม่มีเวลาที่จะไปเที่ยว เพราะมีธุรกิจหรือหน้าที่การงานต้องรับผิดชอบ รับผิดชอบไม่สามารถที่จะไปท่องเที่ยวได้
3. ความรับผิดชอบ ครอบครัวที่มีบุตรเล็กไม่สะดวกที่จะนำบุตรไปท่องเที่ยวด้วย หรือมีญาติชรา มีคนป่วยไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองต้องมีคนดูแล บางคนมีสัตว์เลี้ยงที่ต้องให้อาหารประจำ มีต้นไม้ที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ เป็นต้น ความรับผิดชอบมากจนเป็นสาเหตุไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้
4. ข้อจำกัดทางร่างกาย บางคนมีร่างกายพิการหรือมีร่างกายผิดปกติ สุขภาพไม่แข็งแรง มีอายุมาก จนเป็นสาเหตุทำให้เกิดอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว
5. ไม่สนใจที่จะท่องเที่ยว บางคนไม่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยว เพราะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยว เช่น ไม่เห็นประโยชน์ ไม่เห็นความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินหรือความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เป็นต้น
6. กลัวไม่ปลอดภัย ความกลัวที่เกิดขึ้นจากการเดินทางท่องเที่ยวนั้น มีอยู่หลายประการ ตัวอย่างเช่น กลัวอุบัติเหตุ กลัวขึ้นเครื่องบิน กลัวถูกปล้นจี้ หรือถูกชิงทรัพย์ เป็นต้น

จากข้อจำกัดที่กล่าวมาข้างต้นมีข้อจำกัดบางอย่างที่เกิดขึ้นจากตัวผู้เข้าร่วมเองเป็นหลัก และบางอย่างเกิดจากภายนอก ซึ่งในประเด็นเหล่านี้ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ คลอว์ฟอร์ดและก๊อดบี (Kleiber; et al. 2011; citing Crawford; & Godbey. 1987) ที่ว่าข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างแบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้ดังนี้

1. ข้อจำกัดภายในตัวบุคคล (Intrapersonal constraints) คือ คุณสมบัติส่วนบุคคลที่มีผลต่อการก่อร่างความชอบของตนเกี่ยวกับการใช้เวลาว่าง อาทิ ความสามารถในการทำกิจกรรม เป็นต้น
2. ข้อจำกัดระหว่างบุคคล (Interpersonal constraints) คือ ปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการก่อร่างความชอบของตนเกี่ยวกับการใช้เวลาว่าง อาทิ เพื่อนสนิทที่ชอบกิจกรรมอื่นไม่เหมือนตนเอง เป็นต้น

3. ข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง (Structural constraints) คือ การก่อร่างความชอบของตนเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างแล้ว พร้อมทั้งได้ตัดสินใจว่าเลือกทำกิจกรรมใด แต่ถูกยกเลิกในภายหลัง โดยมีเรื่องเวลาและเงินเป็นข้อจำกัดหลัก

ประเภทของข้อจำกัดของ คลอว์ฟอร์ด และ ก๊อดปี แสดงให้เห็นถึงอุปสรรคที่เกิดขึ้นตามสาเหตุของปัจจัยภายในและภายนอกของผู้ต้องการใช้เวลาว่างอย่างแท้จริงที่ปรากฏในข้อจำกัดแรกและที่สอง นอกจากนี้เขาทั้งสองยังได้เสนอประเภทที่สาม ซึ่งในเหตุการณ์จริงมักเกิดขึ้นบ่อยครั้งสำหรับผู้ตัดสินใจใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวแล้ว แต่พอใกล้วันเดินทางก็มีเหตุต้องยกเลิก เพราะมีข้อจำกัด บางอย่างเกิดขึ้นหรือได้ตระหนักไว้ในภายหลัง ในงานวิจัยนี้ใช้แนวทางของข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง (Structural constraints) เป็นฐานคิดในการวิจัย โดยข้อจำกัดอาจสรุปได้ว่าเป็นข้อจำกัดด้านการให้คุณค่าของเวลาว่าง การสื่อสาร ความคุ้มค่าของเงิน การออม ประสบการณ์การใช้เวลาว่างท่องเที่ยว สุขภาพ ความคุ้มค่าของเวลา สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ร่วมเดินทาง และเหตุการณ์ไม่คาดคิด

การวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis)

การศึกษาวិเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่างๆ นั้น ก็เพื่อต้องการค้นหาสาเหตุของสภาพการณ์ที่ทำให้เกิดผลหรือมีอิทธิพลส่งถึงเหตุการณ์ใดๆ มีอยู่หลายเหตุการณ์ที่ต้องการการอธิบายอิทธิพลของตัวแปรที่มีการจัดกระทำโดยเฉพาะการศึกษาวิเคราะห์เชิงทดลองได้กำหนดแผนแบบการทดลองเพื่อตรวจสอบดูว่าตัวแปรมีอิทธิพลส่งถึงตัวแปรตามจริงๆ การศึกษาค้นหาตัวแปรที่แท้จริงก็คือ การอธิบายถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้อย่างถูกต้องซึ่งจักเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์และสังคมประเทศชาติ ตลอดจนต่อยอดองค์ความรู้ด้วย

เทคนิคการวิจัยที่จะนำมาศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในเชิงเหตุและผลนั้นสามารถดำเนินการได้ 2 แนวทางคือ การวิจัยเชิงทดลองและการวิจัยที่ไม่ใช่การทดลอง การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลด้านการทดลองเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการศึกษาที่ได้ผลที่ชัดเจน มีการควบคุมความแปรปรวนและความคาดเคลื่อนของตัวแปรได้อย่างมีระบบ แต่มีข้อจำกัดในการที่จะจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมตัวแปรทั้งหมดได้ จึงต้องอาศัยการวิจัยที่ไม่ใช่การทดลอง โดยการรวบรวมสารสนเทศเชิงปริมาณและสารสนเทศเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์เพียงพอที่จะนำมาศึกษาความสัมพันธ์ในเชิงเหตุและผล (สำราญ มีแจ้ง. 2544: 63)

ในทางปฏิบัติลักษณะธรรมชาติของการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรมากมาย การแยกเอาตัวแปร 2 – 3 ตัว มาศึกษาโดยการวิจัยเชิงทดลองซึ่งมีการควบคุมอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ ไม่สู้จะตรงกับสภาพเป็นจริง ปัจจุบันนี้ จึงมีวิทยาการวิจัยด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้รับการพัฒนาให้สามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรได้และสามารถศึกษาตัวแปรหลายตัวได้พร้อมๆ กัน

รวมทั้งสามารถทดสอบสมมติฐานวิจัยพร้อมกันเป็นการทดสอบภาพรวม (Overall test) ทั้งหมดได้ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ คือ การวิเคราะห์ด้วยลิสเรล (LISREL) มาจากศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Linear Structural Relationship มีความหมายเป็น 3 นัย คือ ภาษาลิสเรลและโมเดลลิสเรลและ โปรแกรมลิสเรล โมเดลลิสเรล เป็นโมเดลที่สร้างขึ้นจากบูรณาการของโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบกับโมเดลการวิเคราะห์อิทธิพล จึงสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้ทั้งแบบมีตัวแปรแฝงและไม่มีตัวแปรแฝง (Latent variables) และสามารถวิเคราะห์แยกขนาดอิทธิพลเป็นอิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลทางตรง รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ตรวจสอบความกลมกลืนสอดคล้องระหว่างโมเดลที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ เรียกว่า การทดสอบความกลมกลืน (Goodness of fit test) (นงลักษณ์ วิรัชชัย; และ สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. 2543: 49 – 50) จักเห็นได้ว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเป็นการออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบคำถามว่า โมเดลเชิงสาเหตุที่มีตัวแปรหลายตัว ทั้งทางอ้อมและทางตรง ซึ่งได้ออกแบบไว้ตามทฤษฎี มีความสอดคล้องกับข้อมูลที่รวบรวมมาหรือไม่ ซึ่งแสดงให้เห็นเป็นความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น

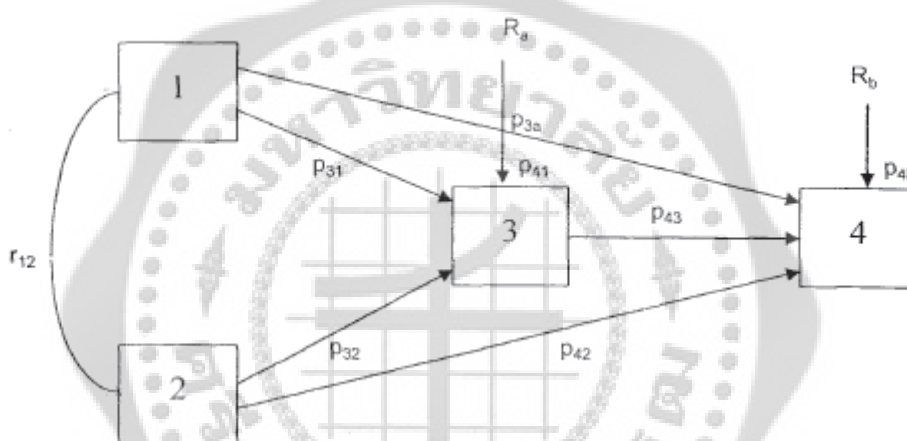
ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น คือ โมเดลหรือแบบจำลองที่นักวิจัยสร้างขึ้นตามทฤษฎีแทนปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงตามธรรมชาติ เพื่อความเหมาะสมในการศึกษาวิจัย เพราะการศึกษปรากฏการณ์ธรรมชาติไม่อาจทำได้โดยสะดวก เพราะมีลักษณะที่ซับซ้อน และโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ หลากหลาย วิธีการสร้างโมเดลการวิจัยเป็นการประยุกต์ทฤษฎีเข้ากับสภาพการณ์ที่เป็นจริงในธรรมชาติตามระเบียบวิธีนัยนี้ให้ได้เป็นโมเดลที่เป็นสมมติฐานการวิจัย จากนั้นนักวิจัย จึงนำโมเดลการวิจัยไปตรวจสอบโดยใช้ระเบียบวิธีอุปนัยว่า โมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากน้อยเพียงใด ควรจะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาโมเดลอย่างไรให้โมเดลมีความสอดคล้องกับสภาพปรากฏการณ์จริง อันจะนำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีและสร้างองค์ความรู้ใหม่ต่อไป ซึ่งตามหลักการวิจัยจะต้องตรวจสอบโมเดลการวิจัยแยกออกเป็น 2 ตอน ตอนแรกเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลการวิจัยกับปรากฏการณ์หรือสภาพที่เป็นจริง (Model-reality consistency) ส่วนตอนที่สองเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลเชิง ประจักษ์ (Model-data consistency) (นงลักษณ์ วิรัชชัย. 2537)

แบบจำลอง (Path diagram or theoretical path model) เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลระหว่างตัวแปร นักวิจัยที่จะใช้เทคนิค Path analysis ต้องเริ่มต้นจากการสร้างแบบจำลองตามทฤษฎีแนวคิดหรือผลการวิจัยต่างๆ ซึ่งมีเหตุผลน่าเชื่อถือว่าตัวแปรอิสระนั้นๆ เป็นสาเหตุต่อตัวแปรตามนั้นคือ นักวิจัยจะต้องถ้อยทอดความคิดทางทฤษฎีออกมาเป็นกรอบแนวคิดในระดับปฏิบัติการให้เห็นว่า มีตัวแปรใดบ้างที่อยู่ในความสนใจ และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลระหว่างตัวแปรเป็นอย่างไร แบบจำลองนี้จะต้องมีการจัดลำดับเวลาและความสำคัญของตัวแปรแล้ว ประมวลออกมาเป็นแบบจำลองหรือรูปแบบที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดเข้าด้วยกัน (จินตนา ธนวิบูลย์ชัย. 2537: 4 – 5)

แบบจำลองเชิงสาเหตุ

การใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) นั้น สิ่งแรกที่ผู้วิจัยต้องทำคือ เขียนภาพแสดงสาเหตุระหว่างกลุ่มของตัวแปร เรียกว่า “แบบจำลองหรือโมเดลเชิงสาเหตุ” (Causal model) แบบจำลองเชิงสาเหตุประกอบด้วยตัวแปร 2 ประเภท คือ

1. ตัวแปรภายนอก (Exogenous variables) คือ ตัวแปรที่ค่าความแปรปรวนทั้งหมด ถูกกำหนดโดยตัวแปรสาเหตุที่อยู่ภายนอกแบบจำลองที่กำหนด ซึ่งผู้วิจัยจะไม่อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรภายนอกหรือไม่อธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรภายนอกกับตัวแปรภายนอกอื่นๆ (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2546; อ้างอิงจาก Wright. 1934)



ภาพประกอบ 5 แบบจำลองเชิงสาเหตุแบบ Recursive Model

ที่มา: ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2546). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของเชาว์อารมณ์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. หน้า 33.

จากภาพประกอบ 5 ตัวแปรที่ 1 และตัวแปรที่ 2 เป็นตัวแปรภายนอก

r_{12} แสดงว่า ตัวแปรภายนอกทั้ง 2 ตัวมีความสัมพันธ์กัน โดยไม่ทราบว่าเป็นสาเหตุตัวแปรใดเป็นผล แสดงโดยเส้นโค้ง 2 ทาง ซึ่งตัวแปรทั้ง 2 จะไม่นำมาวิเคราะห์ในระบบ

2. ตัวแปรภายใน (Endogenous variables) คือ ตัวแปรที่ค่าความแปรปรวนถูกอธิบายได้ด้วยตัวแปรภายนอกหรือตัวแปรภายในที่เกิดขึ้นก่อนตัวแปรนั้นๆ จากภาพประกอบ 5 ตัวแปรภายใน ได้แก่ ตัวแปร 3 และตัวแปร 4

ตัวแปร 3 อธิบายได้ด้วยตัวแปรภายนอก คือ ตัวแปร 1 และตัวแปร 2

ตัวแปร 4 อธิบายได้ด้วยตัวแปรภายนอก คือ ตัวแปร 1 ตัวแปร 2 (โดยตรงและโดยผ่านตัวแปร 3) และอธิบายได้ด้วยตัวแปรภายในคือตัวแปร 3

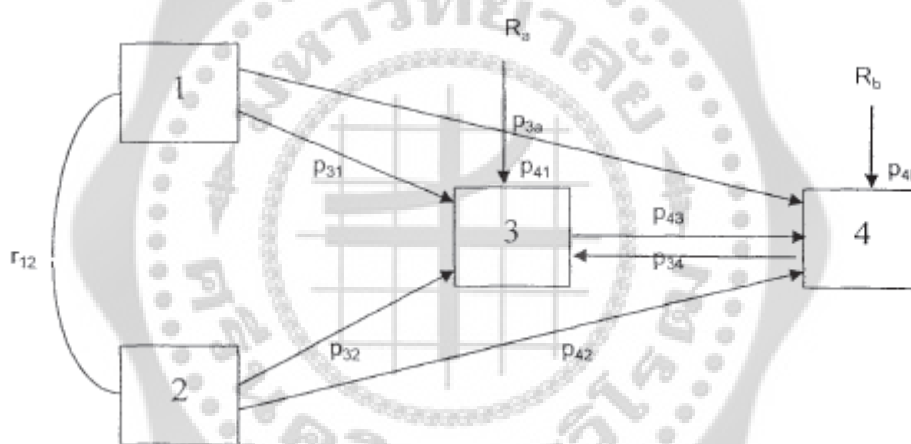
ซึ่งตัวแปร 4 นี้มีชื่อเรียกเฉพาะว่า “ตัวแปรตามท้ายสุด” (Ultimate dependent variables)

แบบจำลองในภาพประกอบ 5 นี้ เป็นแบบ Recursive Model คือ แบบจำลองที่แสดงสาเหตุของตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลไปในทิศทางเดียวไม่มีผลย้อนกลับ(ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2546; อ้างอิงจาก Wright. 1934)

เขียนเป็นสมการโครงสร้างรูปเชิงเส้นได้ดังนี้

$$X_3 = P_{31}X_1 + P_{32}X_2 + P_{3a}R_a$$

$$X_4 = P_{41}X_1 + P_{42}X_2 + P_{43}R_3 + P_{4b}R_b$$



ภาพประกอบ 6 แบบจำลองเชิงสาเหตุแบบ Non-Recursive Model

ที่มา: ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2546). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของเขาวังอารมณ์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. หน้า 34.

แบบจำลองในภาพประกอบ 6 นี้ เป็นแบบ Non-Recursive Model คือ แบบจำลองที่แสดงสาเหตุของตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลซึ่งกันและกัน

เขียนเป็นสมการโครงสร้างรูปเชิงเส้นได้ ดังนี้

$$X_3 = P_{31}X_1 + P_{32}X_2 + P_{34}X_4 + P_{3a}R_a$$

$$X_4 = P_{41}X_1 + P_{42}X_2 + P_{43}X_3 + P_{4b}R_b$$

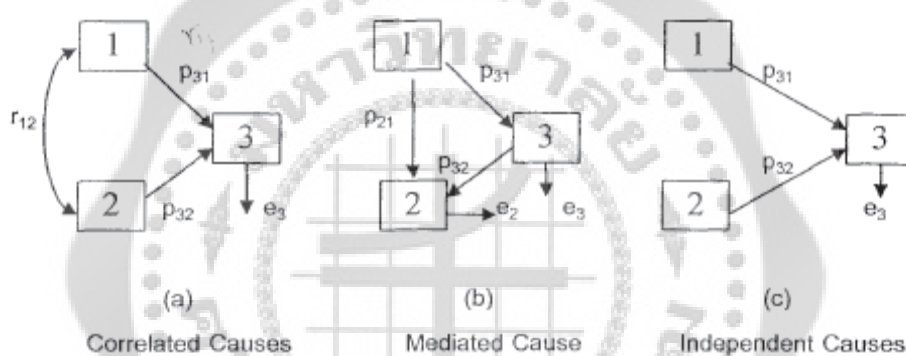
สัมประสิทธิ์เส้นทาง

สัมประสิทธิ์เส้นทางบ่งชี้ถึงอิทธิพลทางตรงของตัวแปรที่เป็นสาเหตุที่ทำให้อีกตัวแปรหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป

สัญลักษณ์ของสัมประสิทธิ์เส้นทางคือ p กับอีก 2 ตัวห้อย ตัวห้อยแรกบอกถึงอิทธิพล (ตัวแปรตาม) อีกตัวแปรหนึ่งบอกสาเหตุ (ตัวแปรอิสระ) ดังนั้น p_{32} ในภาพประกอบ 6 บ่งชี้ถึงอิทธิพลของตัวแปร 2 มีผลต่อตัวแปร 3

การแยกส่วนความสัมพันธ์

แบบจำลองเชิงสาเหตุสามารถที่จะแบ่งส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายนอกกับตัวแปรภายในหรือระหว่างตัวแปรในด้วยกันก็ได้



ภาพประกอบ 7 แบบจำลองเชิงสาเหตุรูปแบบต่างๆ

ที่มา: จัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2546). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของเชาว์อารมณ์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. หน้า 35.

จากภาพประกอบ 7 (a) ตัวแปร 1, 2 เป็นตัวแปรภายนอก ตัวแปร 3 เป็นตัวแปรภายในความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายนอก (r_{12}) นั้น ไม่สามารถจะแยกส่วนได้ เนื่องจากค่าความแปรปรวนทั้งหมดของตัวแปรภายนอกถูกกำหนดโดยตัวแปร สาเหตุที่อยู่ภายนอกในรูปแบบที่กำหนด สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 1 กับ 3 (r_{13}) นั้น สามารถแยกออกได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. ผลทางตรง (DE) จากตัวแปร 1 กับตัวแปร 3 แสดงด้วยสัมประสิทธิ์เส้นทางจากตัวแปร 1 ไปตัวแปร 3 (p_{31})

2. ส่วนของ r_{13} อันเกิดจากความสัมพันธ์ของ 1 กับ 2 ซึ่งแสดงโดย $r_{13} p_{32}$ หรืออาจกล่าวได้ว่า ส่วนของ r_{13} อันเกิดจากความสัมพันธ์แบบไม่มีทิศทางของตัวแปรสาเหตุ (Due to correlated causes) เท่ากับ $r_{13} - p_{31}$ (เพราะว่า $r_{13} = p_{31} + r_{12}p_{32}$)

ส่วน r_{13} อันเกิดจากความสัมพันธ์แบบไม่มีทิศทางถือว่าเป็นส่วนที่ยังไม่ได้วิเคราะห์ (Unanalyzed) นั่นคือ ยังไม่มีวิธีการที่จะแปลความหมายในเชิงสาเหตุและผลขององค์ประกอบของความสัมพันธ์ในส่วนนี้ได้

ในการแยกส่วนความสัมพันธ์ของ r_{23} ก็ทำนองเดียวกันกับ r_{13} นั่นคือ p_{32} แสดงถึงอิทธิพลทางตรงของตัวแปร 2 กับตัวแปร 3 และ $r_{12}p_{32} = r_{23} - p_{32}$ คือ ส่วนที่ยังไม่ได้วิเคราะห์

จากภาพประกอบ 7 (b) ตัวแปร 1 เป็นตัวแปรภายนอก ตัวแปร 2, 3 เป็นตัวแปรภายในแยกความสัมพันธ์ได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนที่เป็นผลทางตรง (DE) จากตัวแปร 1 กับ 3
 2. ส่วนที่เป็นผลทางอ้อม (IE) ของตัวแปร 1 ส่งผลต่อตัวแปร 3 โดยผ่าน 2
- ถ้านำ DE + IE เรียกว่า Total Effect หรือ Effect Coefficient (EC)

สังเกตส่วนที่เป็น r_{23} คือ ผลทางตรงของตัวแปร 2 กับ 3 ซึ่งก็คือ p_{23} แต่ความสัมพันธ์ที่มีอยู่ระหว่างตัวแปร 2 และ 3 เป็นเพียงความสัมพันธ์หลอก (Spurious correlation) เนื่องจากตัวแปรทั้งสองนั้น มีตัวแปร 1 เป็นสาเหตุร่วมกัน (Common cause) พิจารณาจาก $p_{32}p_{21}$ หรือ $r_{23} - p_{32}$

จากภาพประกอบ 7 (c) เป็นแบบจำลองที่เกิดจากสาเหตุที่เป็นอิสระต่อกัน ความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุไม่มีและผลเป็นผลทางตรง (DE) เพียงอย่างเดียว

r_{13} เป็นผลทางตรงของตัวแปร 1 ต่อตัวแปร 3 = p_{31}

r_{23} เป็นผลทางตรงของตัวแปร 2 ต่อตัวแปร 3 = p_{32}

โดยสรุปสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

1. ผลทางตรง (Direct Effect - DE)
 2. ผลทางอ้อม (Indirect Effect - IE)
 3. ผลที่ไม่นำมาวิเคราะห์ (Unanalyzed - U) ซึ่งเกิดจากสาเหตุที่ตัวแปรภายนอกมีความสัมพันธ์
 4. ผลที่เป็นความสัมพันธ์หลอก (Spurious - S) ซึ่งเกิดจากการมีสาเหตุที่ร่วมกัน
- ถ้า DE + IE ก็คือ Total Effect หรือ Effect Coefficient (EC)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีดังต่อไปนี้

งานวิจัยในประเทศ

อนัญญา ชูลี (2545) ศึกษาเรื่อง การใช้เวลาว่างของวัยรุ่นกับการสร้างตัวตน มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาลักษณะการใช้เวลาว่าง และการสร้างตนของวัยรุ่นในเขตเมืองเชียงใหม่ โดยกำหนดพื้นที่ศึกษาเป็นโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาของรัฐบาลที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองเชียงใหม่ ในการศึกษาได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตและสัมภาษณ์วัยรุ่น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 10 ราย ข้อมูลที่ได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และแยกแยะเป็นหมวดหมู่ วิเคราะห์และนำเสนอรายงานการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นมีเวลาว่างทั้งที่บ้านและที่โรงเรียน เวลาว่างที่โรงเรียนแบ่งเป็นช่วงเช้า กลางวัน เย็น วัยรุ่นชายมักจะใช้เวลาว่างเล่นฟุตบอล บาสเกตบอล เล่นกีตาร์ นั่งคุย อ่านหนังสือการ์ตูน และใช้สิ่งเสพติด ส่วนวัยรุ่นหญิงจะนั่งคุย อ่านหนังสือการ์ตูน เล่นบาสเกตบอล บางครั้งเล่นการพนัน และมีการทะเลาะวิวาทบ้าง เวลาว่างที่บ้านหลังเลิกเรียนจนถึงยี่สิบนาฬิกา วัยรุ่นชายมักจะรวมกลุ่มทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น เล่นกีฬา เล่นสแนกเกอร์ เที่ยวศูนย์การค้า เป็นต้น วัยรุ่นหญิงจะเที่ยวศูนย์การค้าเป็นบางครั้ง หลังจากยี่สิบนาฬิกาเป็นต้นไป วัยรุ่นหญิงและวัยรุ่นชายที่อยู่ภายในบ้านมักจะเล่นกีตาร์ ฟังเพลง ดูโทรทัศน์ วาดรูป เล่นคอมพิวเตอร์และวัยรุ่นชายบางส่วนทำกิจกรรมนอกบ้าน คือ ไปเที่ยวผับ ร้านสุรา ร้านสแนกเกอร์ เป็นต้น และวันเสาร์-อาทิตย์ทั้งวัยรุ่นชายหญิงใช้เวลาว่างเที่ยวศูนย์การค้า แหล่งท่องเที่ยว ตลาด และงานที่ชุมชนจัดขึ้น วัยรุ่นสร้างตัวตนจากการใช้เวลาว่าง โดยการรวมกลุ่มกับเพื่อน มีการแลกเปลี่ยนค่านิยม เพื่อสร้างลักษณะเฉพาะกลุ่มขึ้นมา และบางครั้งก็เป็นการยึดแบบอย่างจากบุคคลที่ประสบความสำเร็จ กระทำตามค่านิยมของกลุ่มและได้รับเอาคุณค่าบางอย่าง มาจากครอบครัวญาติพี่น้องหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ ที่วัยรุ่นชื่นชอบหรือไม่ก็ทำตามความต้องการและความชอบของตัวเอง

คณิต เทียววิชัย (2546) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยคัดสรรทางสังคมเศรษฐกิจที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการชุมชนของประชากรในภูมิภาคตะวันตกของไทย มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยคัดสรรทางสังคมเศรษฐกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการชุมชนของประชากรในภูมิภาคตะวันตกของไทย 2) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคัดสรรทางสังคมเศรษฐกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการชุมชนของประชากรในภูมิภาคตะวันตกของไทย และ 3) ศึกษาความสนใจ ความต้องการ ตลอดจนอุปสรรค ปัญหาในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการชุมชนของประชากรในภูมิภาคตะวันตกของไทย โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการชุมชนในเขตเทศบาลเมืองและเทศบาลนครของจังหวัดต่างๆ ในเขตภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยจำนวน 8 จังหวัด ใช้วิธีการสุ่ม

ตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวนทั้งสิ้น 1,757 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสนใจ ความต้องการด้านกิจกรรมนันทนาการนั้นพบว่า กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจส่วนมากชอบดูทีวี และฟังเพลงที่บ้าน กิจกรรมมหรสปไทยที่ชอบ คือ การละเล่น ละครและโขน กิจกรรมการออกกำลังกายชอบการวิ่งเหยาะๆ รองลงมา คือ ขี่จักรยานและเล่นกีฬา จุดมุ่งหมายของการออกกำลังกายเพื่อให้มีสุขภาพดีและผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้วิธีการเล่นกีฬาก็จะเรียนจากครูที่โรงเรียนและกลุ่มเพื่อน สถานที่ที่เล่นกีฬาจะชอบเล่นบริเวณบ้านและสนามกีฬาโรงเรียนใกล้บ้าน 2) ปัจจัยคัดสรรทางสังคมเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการชุมชนของประชากรในเขตภูมิภาคตะวันตก พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการชุมชนมาก ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปทำงาน 3) ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการชุมชนของประชากรในเขตภูมิภาคตะวันตก ได้แก่ การไม่มีเวลาร่วมกิจกรรม ไม่มีเงินเสียค่าบริการ การเดินทางไม่สะดวก การบริการของแหล่งนันทนาการไม่ดี และขาดผู้นำในการทำกิจกรรมนันทนาการ 4) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคัดสรรทางสังคมเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการชุมชน พบว่า รายได้ และระยะเวลาในการเดินทางไปทำงานเป็นสาเหตุโดยตรงต่อปัญหาการเข้าร่วมกิจกรรม อายุเป็นสาเหตุทางตรงและทางอ้อม ศาสนา เพศ อาชีพและระดับการศึกษาเป็นสาเหตุโดยทางอ้อม

ณิชาธร ศิริวรรณ (2547) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรม และสาเหตุจิตใจที่ก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวในประเทศของคนไทย มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนไทย 2) ศึกษาถึงเหตุจิตใจที่ทำให้เกิดความต้องการการท่องเที่ยว โดยศึกษาเฉพาะประชากรในวัยทำงาน อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ที่เคยท่องเที่ยวในประเทศ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี รองลงมาเป็นอายุช่วง 41 – 50 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท มีระดับรายได้มากกว่า 10,000 บาท มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/พี่น้องมากที่สุด รองลงมาคือ เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน มีการเดินทางโดยสารรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวที่ชอบทำมากที่สุด คือ ชมธรรมชาติ ถ่ายรูป ส่วนการซื้อสินค้าเป็นกิจกรรมที่ทำน้อยที่สุด ช่วงวันที่ชอบท่องเที่ยวคือ วันเสาร์-อาทิตย์ โดยมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้งเกิน 3,000 บาท ส่วนสาเหตุจิตใจที่ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว คือ การพักผ่อนคลายเครียดเป็นสาเหตุจิตใจที่สำคัญที่สุด ส่วนสาเหตุจิตใจที่มีความสำคัญน้อยที่สุดของเพศชาย คือ การซื้อสินค้า สำหรับเพศหญิง คือ การร่วมสนุกไวรันทะกาลต่างๆ

ขจีมาศ จุงพิวัฒน์ (2550) ศึกษาเรื่อง อุปสงค์เวลาว่าง เพื่อการพักผ่อนของแรงงาน มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาและเปรียบเทียบการใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนของแรงงาน 2) ศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อน และ 3) ศึกษาความยืดหยุ่นของเวลาว่างเพื่อการพักผ่อนของแรงงาน ประชากรที่เป็นตัวแทนในการศึกษาการใช้เวลาว่างของแรงงาน คือ จำนวนผู้มีงานทำมีอายุ

ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จากข้อมูลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร และโครงการสำรวจการใช้เวลาของประชากรไตรมาสที่ 3 ปี 2547 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติจำนวน 34,667 คน ผลการวิจัยพบว่าเพศหญิงใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือและการเรียนรู้มากกว่าเพศชาย แต่ใช้เวลาในการเล่นกีฬาดนตรี และการนอนน้อยกว่าเพศชาย แรงงานที่มีอายุหรือการศึกษาเพิ่มขึ้น ใช้เวลาว่างเพื่อการอ่านหนังสือและการนอนเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบอาชีพนอกภาคการเกษตร ใช้เวลาเพื่อการอ่านหนังสือและการเรียนรู้ การดูโทรทัศน์ วีซีดีและอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ประกอบอาชีพในภาคเกษตร ในขณะที่การใช้เวลาเล่นกีฬา ดนตรี และการนอนน้อยกว่าในภาคเกษตร คนที่หย่าร้างใช้เวลาเพื่อการอ่านหนังสือและเรียนรู้โดยเฉลี่ยมากกว่าคนโสดและสมรส ขณะที่คนโสดใช้เวลาในการเล่นกีฬาและการนอนมากกว่าคนที่สมรสแล้วและคนที่หย่าร้างในด้านรายได้ พบว่า แรงงานที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 – 6,500 บาท/เดือน และรายได้สูงกว่า 6,501 บาทต่อเดือนใช้เวลาโดยเฉลี่ย เพื่อการอ่านหนังสือและเรียนรู้ลดการนอนเท่ากัน แรงงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาทต่อเดือนใช้เวลาโดยเฉลี่ยเพื่อการเล่นกีฬาและดนตรีมากกว่ากลุ่มรายได้อื่นๆ ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เวลาว่างเพื่อการพักผ่อน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ เวลาทำงานบ้าน เวลาทำงานในตลาด โดยปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนในเชิงบวก ได้แก่ เพศชายหรือเพศหญิง อายุ การศึกษาในระดับสูง ผู้ที่สมรสแล้วหรือหย่าร้างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ในขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนในเชิงลบมี 3 ปัจจัย ได้แก่ รายได้ เวลาทำงานบ้าน เวลาทำงานในตลาดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ขณะที่อาชีพไม่มีผลต่ออุปสงค์เวลาว่างเพื่อการพักผ่อน เมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนต่อรายได้ เวลาในการทำงานบ้านและเวลาทำงานในตลาด พบว่า ค่าความยืดหยุ่นมีค่าสัมบูรณ์มากกว่า 1 ซึ่งหมายความว่ารายได้จากการทำงานมีผลต่อความต้องการเวลาว่างมากที่สุด รองลงมาคือ เวลาทำงานบ้านและเวลาทำงานในตลาด

บริพัตม์ ทัศวณิชย์ (2550) ศึกษาเรื่อง การเข้าร่วมการใช้เวลาว่างและความพึงพอใจในการใช้เวลาว่างของประชาชนในเขตบางกะปิที่มีต่อการให้บริการทางนันทนาการของกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาการเข้าร่วมการใช้เวลาว่างของประชาชนในเขตบางกะปิในการให้บริการนันทนาการของกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความพึงพอใจการใช้เวลาว่างของประชาชนในเขตบางกะปิต่อการให้บริการทางนันทนาการของกรุงเทพมหานคร และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรสกับความพึงพอใจในการใช้เวลาว่างของประชาชนในเขตบางกะปิต่อการให้บริการทางนันทนาการของกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในเขตบางกะปิจำนวน 394 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของกิจกรรมที่ประชาชนชอบเข้าร่วมมากที่สุด ได้แก่ ชมพิพิธภัณฑ์ร้อยละ 84.52 สถานที่ที่ประชาชนส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการมากที่สุดคือ สวนรถไฟ ร้อยละ 22.59 ประชาชนชอบเข้าร่วมกิจกรรมกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 81.22 เวลาที่ชอบ

ประกอบกิจกรรมนันทนาการในเวลาว่างมากที่สุด คือ ช่วงเย็นของวันสุดสัปดาห์ (วันเสาร์-อาทิตย์) ร้อยละ 60.41 ส่วนนุสรณ์ที่มักขัดขวางเข้าร่วมกิจกรรมการใช้เวลาว่างมากที่สุด คือ การเดินทาง ร้อยละ 53.55 และประชาชนมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการนันทนาการของกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ ด้านสิ่งแวดล้อมโดยมีระดับค่าเฉลี่ย 3.11 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจต่อการให้บริการนันทนาการของกรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนเพศ อายุ การศึกษาสูงสุด สถานภาพการสมรส และอาชีพไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการนันทนาการของกรุงเทพมหานคร

วัฒนา น้ำค้าง (2552) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการใช้เวลาว่างของชายและหญิง มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการศึกษาการใช้เวลาว่างของชายและหญิง 2) ให้ทราบถึงความแตกต่างของเวลาว่างของชายและหญิง โดยมีกลุ่มประชากรตัวอย่าง 400 คน ที่เป็นพนักงานในสถานประกอบการภาคเอกชน การศึกษาใช้การสำรวจและเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผลการ วิจัยพบว่า เพศชายไม่ใช้เวลาว่างเพื่อทำงานพิเศษน้อยกว่าเพศหญิงแต่ใช้เวลาว่างเพื่อทำงานพิเศษมากกว่าและอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26 – 30 ปี มากที่สุดของกลุ่มที่ใช้เวลาว่างเพื่อทำงานพิเศษและพบว่าเพศชายอยู่ในสถานภาพสมรสมากที่สุดที่ใช้เวลาว่างเพื่อทำงานพิเศษจำนวน 43 คน และอยู่ในระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ โดยมีจำนวนถึง 55 คน และอยู่ในระดับการปฏิบัติการมากที่สุดถึง 60 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และเพศชายใช้เวลาว่างเพื่อทำงานพิเศษเป็นลักษณะงานคือ การทำงานล่วงเวลามากที่สุดโดยได้รายได้พิเศษจากการทำงานที่ 3,670 บาท และใช้จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการทำงานพิเศษต่อวันถึง 3 ชั่วโมง 50 นาที ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเพศชายที่สมรสแล้วต้องมีภาระเลี้ยงดูคนในครอบครัวจึงต้องการเวลาว่างหลังเลิกงานและก่อนเข้านอนเป็นเวลาที่หาการทำงานพิเศษเพื่อเพิ่มรายได้เข้าครอบครัวมากขึ้น และการใช้ชั่วโมงแค่ 3 ชั่วโมง 50 นาทีต่อวัน เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เพิ่มเติมก็จะมีประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของเพศชายได้เช่นกัน ส่วนเพศหญิงไม่ใช้เวลาว่าง เพื่อทำงานพิเศษมากกว่าเพศชาย และใช้เวลาว่างเพื่อทำงานน้อยกว่าเพศชายและอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31 – 35 ปี ของกลุ่มที่ใช้เวลาว่าง เพื่อทำงานพิเศษและพบว่าอยู่ในสภาพโสดมีจำนวนถึง 40 คน และอยู่ในระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรีถึง 42 คน ระดับอาชีพเป็นระดับปฏิบัติการเป็นส่วนมากถึง 45 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งพบว่า เพศหญิงใช้เวลาว่างเพื่อทำงานพิเศษเป็นการทำงานล่วงเวลามากที่สุดโดยได้รายได้พิเศษจากการทำงานที่ 2,527.45 บาท และใช้จำนวนชั่วโมงในการทำงานพิเศษต่อวันถึง 4 ชั่วโมง 5 นาที ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เพศหญิงที่อยู่ในวัยทำงาน และมีสถานภาพโสดยังไม่มีภาระผูกพันหรือมีความรับผิดชอบในครอบครัวมากนักจึงใช้เวลาว่างเพื่อทำงานพิเศษน้อยกว่าเพศชายและต้องใช้จำนวนชั่วโมงการทำงานพิเศษมากกว่าเพศชายเช่นกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เพิ่มเติม

งานวิจัยต่างประเทศ

โอ เนล (O'Neill. 1983) ศึกษาเรื่องข้อจำกัดที่รับรู้ต่อการร่วมกิจกรรมเชิงกายภาพของวัยผู้ใหญ่ตอนปลาย มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาข้อจำกัดที่รับรู้ต่อการร่วมกิจกรรมเชิงกายภาพของวัยผู้ใหญ่ตอนปลาย 2) ค้นหาประเภทของข้อจำกัด และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อจำกัดกับปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมกับระดับของการเข้าร่วมกิจกรรม เครื่องมือที่ใช้ เป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ข้อจำกัดที่รับรู้ได้อันส่งผลต่อการร่วมกิจกรรมเชิงกายภาพมีถึง 17 ตัว และพบว่า จำนวนหรือความมากของข้อจำกัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อกับ อายุ และพยาธิทางร่างกาย นอกจากนี้ยังพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างประเภทของข้อจำกัดทั้ง 4 ได้แก่ ข้อจำกัดเชิงจิตวิทยา ข้อจำกัดเชิงการบริหารจัดการ ข้อจำกัดทางกายภาพและข้อจำกัดทางด้านความรู้ความเข้าใจ

ฮัลแลบ (Hallab. 1999) ศึกษาเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการดำรงชีวิต อย่างมีสุขภาวะดีกับพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) พัฒนาตัวทัศนคติของการดำรงชีวิตอย่างมีสุขภาวะดี 2) ค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวทัศนคติและพฤติกรรมการเดินทางอย่างมีสุขภาวะดีกับตัวแปรพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวที่เลือก ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตแบบที่ดำรงชีวิตอย่างมีสุขภาวะดีกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละปัจเจกบุคคล ผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างการดำรงชีวิตอย่างมีสุขภาวะดีกับพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่านิสัยและกิจวัตรที่ทำอยู่เป็นประจำอาจเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ได้รับและความคาดหวังทั้งด้านคุณค่าจากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมาและจากการไปยังแหล่งท่องเที่ยวมา ถ้านำข้อค้นพบนี้ไปศึกษาร่วมกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ก็อาจทำให้เกิดความเข้าใจพฤติกรรมของการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

ไล (Li. 2000) ศึกษาเรื่องการศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยาด้านประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาสภาวะการณ์ที่นำไปสู่ความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะบางประการที่นอกเหนือจากความต้องการเดินทางพักผ่อนท่องเที่ยว ดังเช่น แรงจูงใจในการเรียนรู้ แรงจูงใจในการศึกษาวัฒนธรรมต่างถิ่น และความตระหนักรู้ในเรื่องนิเวศวิทยา สิ่งเหล่านี้เป็นส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ขึ้นขอบัณฑิตนิเวศวิทยาของคนในสังคมตลอดจนสิ่งแวดล้อมอันนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จอห์น (John. 2007) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของ "การกลายเป็นผู้หญิงชอบกิจกรรมนอกสถานที่" ต่อประสิทธิภาพแห่งตน ข้อจำกัดและการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการนอกสถานที่ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาผลกระทบของการกลายเป็นผู้หญิงชอบกิจกรรมนอกสถานที่ในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการนอกสถานที่ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ 2) ศึกษาการส่งผลและความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพแห่งตน ข้อจำกัดการใช้เวลารวมทั้งการส่งผลและความสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อกิจกรรมนันทนาการนอกสถานที่ การศึกษาใช้การสำรวจและเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพแห่งตนมีความสัมพันธ์

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับข้อจำกัดการใช้เวลารว่าง (ประสิทธิภาพแห่งตนสูงสัมพันธ์กับการมีข้อจำกัดการใช้เวลารว่างน้อย) ข้อจำกัดการใช้เวลารว่างมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการนอกสถานที่ (ข้อจำกัดการใช้เวลารว่างน้อยลงสัมพันธ์กับระดับที่มากขึ้นของการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการนอกสถานที่) และประสิทธิภาพแห่งตนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการนอกสถานที่ (ประสิทธิภาพแห่งตนสูงสัมพันธ์กับระดับที่มากขึ้นของการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการนอกสถานที่)

โรบินสัน (Robinson. 2003) ศึกษาเรื่อง ความอิสระที่รับรู้และความพึงพอใจต่อการใช้เวลาว่างของมารดาที่มีบุตรอยู่ในวัยก่อนเข้าโรงเรียน มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาระดับความอิสระที่รับรู้ต่อการใช้เวลาว่างและความพึงพอใจต่อการใช้เวลาว่าง โดยอยู่บนฐานคิดที่ว่าความอิสระที่รับรู้ได้เป็นตัวกำหนดการใช้เวลารว่างอย่างอิสระและความพึงพอใจต่อการใช้เวลาว่างเป็นตัวกำหนดความสนุกสนานที่ได้จากการใช้เวลาว่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มมารดาสองกลุ่มที่เข้าร่วม Mothers of Preschoolers Program (MOPS) กับกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มมารดาสองกลุ่มที่มาใช้สิ่งอำนวยความสะดวกของท้องถิ่นที่รัฐจัดไว้บริการสำหรับมารดาที่มีบุตรอยู่ในวัยก่อนเข้าโรงเรียน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบวัดความอิสระที่รับรู้กับโมเดลวัดความพึงพอใจการใช้เวลารว่าง ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างระดับการเข้าร่วม Mothers of Preschoolers Program (MOPS) และค่าของแบบวัดความอิสระที่รับรู้ นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างคะแนนจากโมเดลวัดความพึงพอใจการใช้เวลารว่างกับสภาพการทำงานของมารดากลุ่มต่างๆ

จัน (Jun. 2003) ศึกษาเรื่องข้อจำกัดที่มีต่อการเข้าชมพิพิธภัณฑ์/กาเลอรีศิลปะมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อจำกัดต่อการเข้าชมพิพิธภัณฑ์/กาเลอรีศิลปะของผู้เข้าร่วม 2) ศึกษาความต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้เวลารว่างในมิติของการเข้าชมกับการหยุดเข้าชม 3) ศึกษาบทบาทของประสบการณ์การเข้าชมที่ผ่านมา ความสนใจเข้าชมในอนาคต เพศ และวงจรชีวิตต่อการรับรู้ข้อจำกัดในกิจกรรมทางด้านศิลปะ และ 4) ศึกษาผลความเที่ยงของตัวชี้วัดที่บ่งบอกตัวแปรประสบการณ์การเข้าชมที่ผ่านมา ความสนใจเข้าชมในอนาคต เพศ และวงจรชีวิต ผลการวิจัยพบว่า เวลา ค่าใช้จ่าย การเข้าถึง และ สิ่งที่เกี่ยวข้องต่อการเข้าชมต่างๆ ต่างก็เป็นข้อจำกัดต่อการเข้าร่วมกิจกรรมทางศิลปะผ่านทางบทบาทของประสบการณ์การเข้าชมที่ผ่านมา สนใจเข้าชมในอนาคต เพศ และวงจรชีวิต อย่างไรก็ตามตัวแปรและความเข้มข้นของข้อจำกัดแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทของข้อจำกัดในการใช้เวลาว่าง นอกจากนั้นประเภทของข้อจำกัดในการใช้เวลาว่างที่แตกต่างกันก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์การเข้าชมที่ผ่านมา ความสนใจเข้าชมในอนาคต เพศ และวงจรชีวิต

ดูมาน (Duman. 2002) ศึกษาเรื่องแบบจำลองการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวพักผ่อนช่วงเวลารว่าง มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อพัฒนาและทดสอบแบบจำลองการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์

ท่องเที่ยวพักผ่อนช่วงเวลาว่าง โดยการศึกษาตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา คุณค่าที่ได้รับระหว่างการท่องเที่ยว ความพึงพอใจโดยรวม การรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวม ความแปลกใหม่ความอิสระในการท่องเที่ยว และความสุขนิยมที่ได้รับ ผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองเป็นไปตามภาวะสันนิษฐานของสมมติฐาน กล่าวคือ ความพึงพอใจโดยรวมเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ และเป็นคุณค่าที่รับรู้ได้ ในผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าความสุขนิยมที่ได้รับเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการทำนายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นอกจากนี้แบบจำลองยังสนับสนุนแนวคิดที่ว่าปัจจัยด้านราคา คุณค่าที่ได้รับระหว่างการท่องเที่ยว ความพึงพอใจโดยรวม และการรับรู้คุณภาพ การบริการโดยรวมต่างก็มีความสำคัญเหมือนงานวิจัยที่ทบทวนวรรณกรรมในเอกสารที่เกี่ยวข้อง แต่ที่แตกต่างออกไปแล้วในการวิจัยครั้งนี้คือ การค้นพบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจโดยรวมและการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวม

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าพฤติกรรมการใช้เวลาว่างที่มีคุณค่าย่อมส่งผลต่อคุณภาพชีวิตซึ่งคนเราสามารถใช้เวลาว่างได้หลายรูปแบบและสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้ชีวิตได้ โดยผ่านกิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยวอันส่งผลต่อสุขภาวะของแต่ละคนด้วย อย่างไรก็ตามแม้มีปัจจัยหรือตัวแปรที่เอื้อต่อการทำกิจกรรมในยามว่างอย่างเช่นการเดินทางท่องเที่ยว แต่ทว่าบางครั้งมีปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการทำกิจกรรมนั้น โดยอุปสรรคหรือข้อจำกัดเกิดขึ้นได้ทั้งจากตัวบุคคลเอง และองค์ประกอบภายนอก ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อข้อจำกัดการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวไปพร้อมกันจักช่วยให้เข้าใจปรากฏการณ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์จริงได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาตัวแปรและพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาวางเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนดำเนินการวิจัย



ภาพประกอบ 9 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 21 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปทำงานและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เคยใช้บริการท่องเที่ยวทั้งในและหรือต่างประเทศกับบริษัทนำเที่ยว ภายหลัง

อย่างน้อยหนึ่งครั้งเคยวางแผนว่าจักใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง เช่น ช่วงปีใหม่สากล ช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น แต่แล้วยกเลิกการเดินทางครั้งนั้น ทั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 17 ล้านคนต่อปี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 21 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ทำงานและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เคยใช้บริการท่องเที่ยวทั้งในและหรือต่างประเทศกับบริษัทท่องเที่ยวภายหลังอย่างน้อยหนึ่งครั้ง เคยวางแผนว่าจักใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง เช่น ช่วงปีใหม่สากล ช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น แต่แล้วยกเลิกการเดินทางครั้งนั้น จากการคำนวณตามตารางของยามเน่ (สุวิมล ตีรกันันท์, 2551) ได้จำนวน 400 คน แต่เนื่องจากว่าการวิเคราะห์เชิงปริมาณขั้นสูงด้วยโปรแกรมลิสเรล ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่พอสมควร นักสถิติส่วนใหญ่เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ควรมีขนาดที่มากพอเพื่อให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มีความมั่นใจในการทดสอบ ดังนั้นการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มีขนาดมากพอจึงทำให้การประมาณค่าพารามิเตอร์ของประชากรมีความคงเส้นคงวา แม้ว่าการแจกแจงของตัวแปรจะไม่เป็นโค้งปกติหลายตัวแปรก็ตาม (Multivariate normal distribution) (Bollen, 1989) ด้วยเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยใช้ข้อคำถามของตัวแปรสังเกต ซึ่งมีจำนวน 46 ข้อ เป็นฐานในการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดย 1 ข้อคำถามต่อ 15 ตัวอย่าง (Pett; Lackey; & Sullivan, 2003) จึงได้จำนวนทั้งสิ้น 690 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling)

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกรอบในการสุ่มตัวอย่าง

กรุงเทพมหานครได้แบ่งเขตการปกครอง ออกเป็นทั้งสิ้น 50 เขต ตามสำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้จึงใช้การแบ่งเขตการปกครองตามจำนวนดังกล่าวในการกำหนดกรอบในการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกเขตที่ดินประเภทพาณิชยกรรม ที่ดินประเภทสถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ และที่ดินประเภทที่อยู่อาศัย เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีผู้คนหนาแน่น บริเวณดังกล่าวเป็นบริเวณที่คนทำงานและหรือมีรายได้แล้ว ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมาย

ในการวิจัย โดยตามสำนักผังเมืองกรุงเทพมหานครมี 21 เขต ที่เป็นที่ดินตามประเภทที่กล่าวมา มีผู้นหนาแน่นมาก ดังนี้

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1. เขตจตุจักร | 2. เขตหลักสี่ | 3. เขตพญาไท |
| 4. เขตบางซื่อ | 5. เขตดินแดง | 6. เขตสัมพันธวงศ์ |
| 7. เขตดุสิต | 8. เขตบางพลัด | 9. เขตราชเทวี |
| 10. เขตบางกอกน้อย | 11. เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย | 12. เขตยานนาวา |
| 13. เขตบางรัก | 14. เขตปทุมวัน | 15. เขตบางคอแหลม |
| 16. เขตสาทร | 17. เขตวัฒนา | 18. เขตคลองเตย |
| 19. เขตคลองสาน | 20. เขตบางกอกใหญ่ | 21. เขตธนบุรี |

ขั้นตอนที่ 3 สุ่มตัวอย่างแบบง่าย

ผู้วิจัยจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการเขียนชื่อเขตทั้ง 21 เขตลงในกระดาษ 21 ใบ แล้วจึงนำมาจับสลากเลือกมาจำนวน 1 ใน 3 ของจำนวนสลากทั้งหมด ทั้งนี้เพื่อให้ได้จำนวนที่เพียงพอต่อการเป็นตัวแทนของเขตที่ดินประเภทพาณิชยกรรม ที่ดินประเภทสถาบันราชการ การสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ และที่ดินประเภทที่อยู่อาศัย โดยเขตที่จับสลากได้ทั้ง 7 เขต มีดังต่อไปนี้

- | | | |
|---------------|---------------|---------------|
| 1. เขตจตุจักร | 2. เขตดินแดง | 3. เขตราชเทวี |
| 4. เขตบางรัก | 5. เขตปทุมวัน | 6. เขตสาทร |
| 7. เขตธนบุรี | | |

ขั้นตอนที่ 4 สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งที่มีกลุ่มตัวอย่างหนาแน่น เช่น สถานที่ราชการ อาคารสำนักงาน ศูนย์การค้า ใน 7 เขต ที่สุ่มได้ข้างต้น โดยเขตที่ 1 – 4 เก็บเขตละ 99 คน และเขตที่ 5 – 7 เก็บเขตละ 98 คน กลุ่มตัวอย่าง จึงได้ครบตามจำนวน ซึ่งในการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างให้มีลักษณะตรงตามที่ต้องการ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 21 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปทำงานและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เคยใช้บริการท่องเที่ยวทั้งในหรือต่างประเทศกับบริษัทนำเที่ยว ภายหลังอย่างน้อยหนึ่งครั้งเคยวางแผนว่าจักใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง เช่น ช่วงปีใหม่สากล ช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น แต่แล้วยกเลิกการเดินทางครั้งนั้น ผู้วิจัยได้ออกแบบคำถามคัดกรอง (Recruit question) ไว้ในส่วนที่หนึ่งของแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามให้มีคุณสมบัติ

ตรงตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ คำถาม คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการท่องเที่ยวทั้งในหรือต่างประเทศกับบริษัทนำเที่ยวและต่อมามีอย่างน้อยอีกหนึ่งครั้งวางแผนว่าจักใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง เช่น ช่วงปีใหม่สากล ช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น แต่แล้วยกเลิกการเดินทางครั้งนั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้เพื่อประมวลผลการวิจัยครั้งนี้ต้องเป็นผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนนี้ว่า ใช่จึงถือว่า เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ลักษณะแบบสอบถาม เช่น เพศ สถานภาพทางครอบครัว อายุ เป็นต้น

ตัวอย่าง

- | | | | |
|-----------------------|-------------------------------------|--|-------------------------------------|
| 1. เพศ | ☐ ชาย | ☐ หญิง | |
| 2. สถานภาพทางครอบครัว | ☐ โสด | ☐ สมรส | |
| 3. อายุ | ☐ 21 – 30 ปี | ☐ 31 – 40 ปี | ☐ 41 – 50 ปี |
| | ☐ 51 – 60 ปี | ☐ มากกว่า 60 ปี | |

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับของปัจจัยตามความเป็นจริง

รูปแบบของแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

วิธีการให้คะแนน ผู้ที่ตอบมากที่สุดได้ 5 คะแนน มากได้ 4 คะแนน ปานกลางได้ 3 คะแนน น้อยได้ 2 คะแนน และน้อยที่สุดได้ 1 คะแนน

ตัวอย่าง

ปัจจัยการตลาด (จากจำนวนทั้งหมด 12 ข้อ)

ข้อความ	ระดับของปัจจัย				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ราคาโปรแกรมทัวร์ที่ตั้งไว้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ท่านใช้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวยามว่าง					
4. รายการการท่องเที่ยวท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
8. ภาพลักษณ์ของบริษัทนำเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					

ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว (จากจำนวนทั้งหมด 12 ข้อ)

ข้อความ	ระดับของปัจจัย				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การเคยไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแล้วหรือที่มีลักษณะคล้ายกันเป็นปัจจัยในการพิจารณาการเดินทางไปอีกของท่าน					
6. ความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่ท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
10. ข้อมูลก่อนการเดินทางจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					

ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย (จากจำนวนทั้งหมด 12 ข้อ)

ข้อความ	ระดับของปัจจัย				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความสะดวกสบายตลอดการเดินทางท่องเที่ยวเป็นปัจจัยในการพิจารณาการเดินทางไปอีกของท่าน					
3. การรักษาความปลอดภัยของสถานที่พัก/โรงแรมมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
5. ความปลอดภัยของการทำกิจกรรมในรายการท่องเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					

ตอนที่ 3 ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับของข้อจำกัดตามความเป็นจริง

รูปแบบของแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

วิธีการให้คะแนน ผู้ที่ตอบมากที่สุดได้ 5 คะแนน มากได้ 4 คะแนน ปานกลางได้ 3 คะแนน น้อยได้ 2 คะแนน และน้อยที่สุดได้ 1 คะแนน

ตัวอย่าง

ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว (จากจำนวนทั้งหมด 10 ข้อ)

ข้อความ	ระดับของข้อจำกัด				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. สุขภาพกับการพักผ่อนท่องเที่ยวในบางครั้งเป็นข้อจำกัดในการเดินทาง					
9. ผู้ร่วมเดินทางไปกับท่านเกิดการเปลี่ยนใจไม่ไปพักผ่อนท่องเที่ยวซึ่งทำให้กลายเป็นข้อจำกัดของท่าน					
10. เหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดมาก่อนเป็นข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน					

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสร้างและตรวจสอบเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเรื่องวิจัยและครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย

2. นำนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย มากำหนดกรอบสร้างเป็นเครื่องมือตามความมุ่งหมายของการวิจัย และให้สอดคล้องกับแบบจำลอง ตามภาวะสันนิษฐาน โดยเป็นรูปแบบข้อคำถามจากนั้นทำการสร้างเครื่องมือตามรูปแบบที่กำหนด ซึ่งได้เป็นแบบสอบถามฉบับร่างเพื่อใช้ในการวิจัย

3. เสนอเครื่องมือฉบับร่างที่ใช้ในการวิจัยต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาปริญญาโท เพื่อตรวจสอบความถูกต้องตามนิยามปฏิบัติการ

4. ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของคณะกรรมการที่ปรึกษาปริญญาโท

5. นำเครื่องมือที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไข แล้วไปทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน

6. นำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ .50 ไว้ (สุวิมล ติรกานนท์. 2551) โดยทุกรายข้อมีค่าอยู่ระหว่าง .06 ถึง 1 ได้ค่าเฉลี่ยของค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับเท่ากับ .891 จึงถือว่า เครื่องมือผ่านเกณฑ์

7. นำเครื่องมือที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีคุณสมบัติเหมือนประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 30 คน และทำการวิเคราะห์ข้อคำถามรายข้อ (Item analysis) เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมของแบบสอบถาม (Item-total correlation) และได้คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับคะแนนรวมเป็นบวกและมีค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป (สุวิมล ติรกานนท์. 2551) โดยทุกรายข้อมีค่าอยู่ระหว่าง .25 ถึง .91 จึงถือว่าเครื่องมือผ่านเกณฑ์ค่าอำนาจจำแนก

8. นำเครื่องมือมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบวัดด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ดีควรมีค่าตั้งแต่ .700 ขึ้นไป (สุวิมล ติรกานนท์. 2551) ผลค่าแต่ละรายด้านคือ ปัจจัยการตลาด ได้ค่าเท่ากับ .902 ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้ค่าเท่ากับ .867 ปัจจัยด้านความสะดวก และความปลอดภัย ได้ค่าเท่ากับ .838 ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว ได้ค่าเท่ากับ .907 และ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาทั้งฉบับเท่ากับ .961 จึงถือว่าเครื่องมือผ่านเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามระหว่างเดือน มกราคม ถึงกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 หลังจากเสร็จสิ้นการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการวิเคราะห์ค่าสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation coefficient) เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

2. การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของข้อคำถามที่ใช้ในมาตรวัดตัวแปรที่เป็นตัวแปรแบบต่อเนื่องด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดตัวแปรที่ทำการศึกษาในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง โดยทดสอบว่า แต่ละข้อคำถามของแต่ละมาตรวัดตัวแปร มีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ด้วยสถิติทดสอบ KMO โดยค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA) อยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และ Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p - \text{value} < .05$) จากนั้นจึงวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถาม (Factor Loading) ของมาตรวัดตัวแปร โดย คิม และ มุลเลอร์ (Kim; & Mueller. 1985) ได้เสนอว่า ควรใช้ตัวแปรเฉพาะที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .30 ขึ้นไป นอกจากนี้ เดียนแมนโทเปาโลส และ ซิกเกวาร์ (Diamantopoulos; & Siguaw. 2000) ยังเสนอว่าตัวแปรที่ใช้ ควรมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t\text{-value} > 1.96$)

3. การวิเคราะห์ตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่าง เพื่อการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการคำนวณขนาดอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยใช้โปรแกรมลิสเรล โดยผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ (Hair; et al. 2010; สุวิมล ติรภานันท์. 2553; สุภมาส อังศุโชติ; สมถวิล วิจิตรวรรณ; และ รัชนีกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. 2552)

3.1 การกำหนดข้อมูลจำเพาะของแบบจำลอง (Specification of the model) ผู้วิจัยสนใจศึกษาว่า ตัวแปรสาเหตุตัวใดบ้างที่ส่งผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง โดยผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิง โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นของแบบจำลองว่า ความสัมพันธ์ต้องเป็นความสัมพันธ์ทางเดียว (Recursive) ระหว่างตัวแปรภายนอก (Exogenous variable) และตัวแปรภายใน (Endogenous variable)

3.2 การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของแบบจำลอง (Identification of the model) ผู้วิจัยใช้การพิจารณาลักษณะเฉพาะของแบบจำลองด้วยค่า df นั่นคือ ค่า df ต้องมากกว่า 0 จึงจะแสดงว่าจำนวนที่รู้ค่ามากกว่าจำนวนที่ไม่รู้ค่า

3.3 ตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง (Goodness of fit measures) เพื่อศึกษาภาพรวมของแบบจำลองว่า กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงใด ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติในการตรวจสอบแบบจำลองซึ่งในแบบจำลองสมการโครงสร้าง มีดัชนีวัดความกลมกลืนอยู่ 3 ชุด

3.3.1 ชุดดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute fit indices) ประกอบด้วย ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics : χ^2) ค่ามาตรฐานรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Standardized Root Mean Square Residual : SRMR) และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน

กำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Residual error of approximation : RMSEA) และค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนของแบบจำลอง (Goodness of Fit Index : GFI) ซึ่งในแต่ละค่ามีรายละเอียดดังนี้

3.3.1.1 ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics : χ^2) เป็นดัชนีที่ใช้แพร่หลายในการตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยภาพรวมถ้าค่าไค-สแควร์ มีนัยสำคัญแสดงว่า แบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ไม่สอดคล้องกลมกลืนกัน ค่าไค-สแควร์ที่แสดงความกลมกลืนอยู่ระหว่างมากกว่า .05 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.00 ส่วนค่าที่ยอมรับได้คืออยู่ระหว่างมากกว่า .01 น้อยกว่าหรือเท่ากับ .05 นอกจากนั้นค่าไค-สแควร์ ยังขึ้นกับขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างยิ่งใหญ่ ค่าไค-สแควร์จะยิ่งสูงมากจนอาจทำให้สรุปผลได้ไม่ถูกต้อง ดังนั้นจึงแก้ไขโดยการพิจารณาค่า χ^2 / df ซึ่งเป็นดัชนีความสอดคล้องในชุด Parsimony fit Indices

3.3.1.2 ค่ามาตรฐานรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Standardized Root Mean Square Residual : SRMR) เป็นดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนเฉลี่ยของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถ้าค่า SRMR เกิน 1.01 แสดงว่า แบบจำลองไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่า SRMR ควรมีค่าน้อยกว่า .05 จึงจะสรุปได้ว่า แบบจำลอง มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.3.1.3 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Residual error of approximation : RMSEA) เป็นการวัดความแตกต่างต่อหน่วยขององศาความเป็นอิสระ (Discrepancy per degrees of freedom) โดย บราวน์ และ คูเดค เสนอให้อ่านค่า RMSEA ที่ .05 แสดงว่า มีความกลมกลืนมาก ถ้าค่าที่สูงขึ้นถึง .08 แสดงว่า เกิดความคลาดเคลื่อนขึ้นในการประมาณค่าประชากร ส่วนเดวิดสันโทเปโลส และ ซิกเกว์ เสนอว่าค่า RMSEA ที่ดีมาก ควรมีค่าน้อยกว่า .05 ค่าระหว่าง .05 -.08 หมายถึง แบบจำลองค่อนข้างกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือยอมรับได้ และค่าระหว่าง .08 -.10 หมายถึง แบบจำลองกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เล็กน้อย ส่วนค่าที่มากกว่า .10 แสดงว่า แบบจำลองยังไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.3.1.4 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนของแบบจำลอง (Goodness of Fit Index : GFI) เป็นการวัดปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยแบบจำลองทั้งนี้โดยทั่วไปค่า GFI มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ค่า GFI ตั้งแต่ .90 แสดงว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์แบบยอมรับได้ แต่จะให้ความเชื่อมั่นในความกลมกลืนที่ดีควรใช้ที่ .95 ถึง 1

3.3.2 ชุด Incremental fit indices ประกอบด้วย ค่า NFI (Normal Fit Index) ค่า CFI (Comparative Fit Index) และค่า TLI หรือ ค่า NNFI (Tucker Lewis Index or Non Normed Fit Index) ซึ่งในแต่ละค่ามีรายละเอียด ดังนี้

3.3.2.1 ค่า NFI (Normal Fit Index) เป็นดัชนีที่พัฒนาขึ้นโดย เบนท์เลอร์ และ โบเนท ซึ่งค่า NFI มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ทั้งนี้ค่า NFI มีค่าเข้าใกล้ 1 จะบ่งถึงความกลมกลืนของข้อมูลกับแบบจำลองมากขึ้นเท่านั้น และถ้ามีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนโดยสมบูรณ์

3.3.2.2 ค่า CFI (Comparative Fit Index) เป็นดัชนีที่ปรับปรุงมาจาก NFI ของ เบนท์เลอร์ และ โบเนท โดยค่า CFI มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ความซับซ้อนของแบบจำลองไม่มีผลต่อดัชนีนี้ เมื่อดัชนีนี้มีค่าตั้งแต่ .90 ขึ้นไป แสดงให้เห็นถึงความกลมกลืนของแบบจำลองและถ้าดัชนีนี้มีค่าต่ำกว่า .90 แสดงว่าแบบจำลองไม่มีความกลมกลืน

3.3.2.3 ค่า TLI หรือ ค่า NNFI (Tucker Lewis Index or Non Normed Fit Index) เป็นดัชนีของทักเคอร์ เลวิส โบเนท และ เบนท์เลอร์ ดัชนีตัวนี้สร้างขึ้น เพื่อลดปัญหาเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของการแจกแจงกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Distribution) ค่า NNFI จะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 แบบจำลองจะมีความสอดคล้องดีที่สุดเมื่อ NNFI มีค่าเท่ากับ 1

3.3.3 ชุด Parsimony fit indices ประกอบด้วย ค่าความกลมกลืนที่ปรับแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) ค่า PNFI (Parsimony Normed Fit Index) และค่า χ^2 / df

3.3.3.1 ค่าความกลมกลืนที่ปรับแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) เป็นค่าที่คำนวณจากค่า GFI แต่จะพิจารณาถึงจำนวนตัวแปรที่วัดได้ และขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ค่า AGFI มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และถ้าค่า AGFI มีค่าตั้งแต่ .90 ขึ้นไป แสดงว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.3.3.2 ค่า PNFI (Parsimony Normed Fit Index) เป็นค่าที่แสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยแบบจำลองที่ปรับแก้ด้วยความซับซ้อนของแบบจำลอง ซึ่งค่า PNFI ควรมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 โดยค่าที่แสดงความกลมกลืนที่ดีคือค่าที่เป็น 1

3.3.3.3 การพิจารณาค่า χ^2 / df สำหรับค่าที่แสดงความกลมกลืน ควรมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2.00 และค่าที่มีค่ามากกว่า 2 แต่น้อยกว่า 3.00 ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้เกณฑ์ในการตรวจสอบความกลมกลืนระหว่างแบบจำลองที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สรุปได้ตามตาราง 1

ตาราง 1 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความกลมกลืน

ดัชนีความกลมกลืน	ค่าที่แสดงความกลมกลืน	ค่าที่ยอมรับได้ว่า มีความกลมกลืน
1. Absolute fit indices		
χ^2	$.05 < p \leq 1.00$	$.01 < p \leq .05$
SRMR	$0 \leq SRMR \leq .05$	$0 < SRMR \leq .05$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq .05$	$.05 < SRMR \leq .08$
GFI	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	$.90 \leq GFI \leq .95$
2. Incremental fit indices		
NFI	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	$.90 \leq NFI \leq .95$
CFI	$.97 \leq CFI \leq 1.00$	$.95 \leq CFI \leq .97$
TLI (NNFI)	$.97 \leq NFI \leq 1.00$	$.95 \leq NNFI \leq .97$
3. Parsimony fit indices		
AGFI	$.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$.85 \leq AGFI \leq .90$
PNFI	มีค่าตั้งแต่ 0 - 1	-
χ^2 / df	$0 < \chi^2 / df \leq 2$	$2 < \chi^2 / df \leq 3$

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาวางเส้นทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง มีความมุ่งหมายของการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยและพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาวางเส้นทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดตัวแปรที่ทำการศึกษาในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาวางเส้นทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาวางเส้นทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องตามสมมติฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาวางเส้นทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องที่ปรับแก้

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อสำคัญที่ใช้ในการแปลผล ดังนี้

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่ม
M	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
%CV	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย
Min	แทน	ค่าต่ำสุด
Max	แทน	ค่าสูงสุด
Sk	แทน	ค่าความเบ้ (Skewness)
Ku	แทน	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
SE	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

TE	แทน	อิทธิพลรวม
IE	แทน	อิทธิพลทางข้าม
DE	แทน	อิทธิพลทางตรง
χ^2	แทน	ค่าสถิติไค-สแควร์
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็นทางสถิติ
df	แทน	องศาอิสระ
GFI	แทน	ดัชนีวัดความกลมกลืน
AGFI	แทน	ดัชนีวัดความกลมกลืนปรับแก้แล้ว
RMSEA	แทน	ดัชนีวัดความกลมกลืนในการประมาณค่าพารามิเตอร์
SRMR	แทน	ดัชนีรากมาตรฐานค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ
CN	แทน	ดัชนีความพอเพียงของกลุ่มตัวอย่าง
CFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ
NFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์แบบ Normed Fit
TLI	แทน	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์แบบ Non-Normed Fit
PNFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
status	แทน	สถานภาพทางครอบครัว
Income	แทน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
time	แทน	ระยะเวลาในการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยว
market	แทน	ปัจจัยการตลาด
exper	แทน	ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว
safety	แทน	ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย
onway	แทน	ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดต่อเนื่อง

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 21 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป จำนวน 690 คน ทำงานและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เคยใช้บริการท่องเที่ยว ทั้งในและหรือต่างประเทศ กับบริษัทนำเที่ยว ภายหลังอย่างน้อยหนึ่งครั้งเคยวางแผนว่าจักใช้เวลาว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวกับ

บริษัทนำเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง เช่น ช่วงปีใหม่สากล ช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น แต่แล้วยกเลิกการเดินทางครั้งนั้น

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	285	41.30
หญิง	405	58.70
รวม	690	100.00
สถานภาพทางครอบครัว		
โสด	492	71.30
สมรส	198	28.70
รวม	690	100.00
อายุ		
21 – 30 ปี	384	55.70
31 – 40 ปี	213	30.90
41 – 50 ปี	61	8.80
51 – 60 ปี	30	4.30
มากกว่า 60 ปี	2	.30
รวม	690	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	32	4.60
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	539	78.10
สูงกว่าปริญญาตรี	119	17.20
รวม	690	100.00
อาชีพ		
นิสิต/นักศึกษา	57	8.30
ข้าราชการ	79	11.40
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	95	13.80
พนักงานบริษัทเอกชน	358	51.90
ธุรกิจ/ประกอบอาชีพส่วนตัว	52	7.50
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	14	2.00
อาชีพอื่นๆ	35	5.10
รวม	690	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	55	8.00
10,000 – 15,000 บาท	167	24.20
15,001 – 20,000 บาท	197	28.60
20,001 – 25,000 บาท	122	17.70
มากกว่า 25,000 บาท	149	21.60
รวม	690	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาในการพักผ่อน		
3 – 4 น	514	74.50
5 – 6 วัน	119	17.20
มากกว่า 6 วัน	57	8.30
รวม	690	100.00

จากตาราง 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีจำนวน 405 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30

สถานภาพทางครอบครัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นโสดมากกว่าสมรส โดยมีจำนวน 492 คน คิดเป็นร้อยละ 71.30 ส่วนสมรสแล้วมีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70

อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21 ถึง 30 ปี มีจำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 55.70 ส่วนช่วงอายุ 31 ถึง 40 ปี มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 ช่วงอายุ 41 ถึง 50 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 ช่วงอายุ 51 ถึง 60 ปี มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 และอายุมากกว่า 60 ปีมีเพียงจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ .30

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวน 539 คน คิดเป็นร้อยละ 78.10 ส่วนระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีเพียงจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60

อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้วยการทำงานกับบริษัทเอกชน มีจำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 ส่วนทำงานเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 เป็นข้าราชการ มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 เป็นนิสิต นักศึกษา มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ประกอบอาชีพส่วนตัว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ประกอบอาชีพอื่นๆ มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 และเป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 ส่วนรายได้ระหว่าง 10,001 ถึง 15,000 บาท มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 รายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 21.60 รายได้

ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

สำหรับระยะเวลาในการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่อยู่ ช่วงระหว่าง 3 ถึง 4 วัน จำนวน 514 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 ส่วนช่วงระหว่าง 5 ถึง 6 วัน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 และ 6 วันขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปร

การศึกษาค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ทำการศึกษาในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ ปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา โดยการคำนวณค่าเฉลี่ย (M) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าร้อยละของสัมประสิทธิ์การกระจาย (%CV) ค่าความเบ้ (Sk) ค่าความโด่ง (Ku) ค่าสถิติทดสอบไค-สแควร์ (χ^2) และค่า p-value ของสถิติ ทดสอบไค-สแควร์ (χ^2) โดยผู้วิจัยได้แปลงค่าตัวแปรให้กลายเป็นค่าคะแนนแบบปกติ (Normal Score) แล้วทดสอบว่าตัวแปรที่ทำการศึกษาในแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์มีการแจกแจงเป็นแบบโค้งปกติ หรือไม่ โดยพิจารณาจากผลการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของทั้งค่าความเบ้และความโด่ง ถ้าไม่มีนัยสำคัญ ทางสถิติแสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงในตาราง 2 และการคำนวณ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษา แสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ผลการตรวจสอบการแจกแจงแบบโค้งปกติ (Normal Curve) ของตัวแปรที่ทำการศึกษาในแบบ จำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โดยการศึกษาค่าเฉลี่ย (M) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าร้อยละ ของสัมประสิทธิ์การกระจาย (%CV) ค่าความเบ้ (Sk) ค่าความโด่ง (Ku) และค่า p-value ของความเบ้ และความโด่งในกลุ่มรวม (n = 690)

ตัวแปร	M	SD	%CV	Sk	Ku	Skewness & Kurtosis p - value
สถานภาพทางครอบครัว	1.28	0.45	35.16	8.75	-16.25	.000
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	3.20	1.24	38.75	-1.35	-6.75	.000
ระยะเวลาในการพักผ่อน	1.33	0.62	46.62	11.56	1.69	.000
ปัจจัยการตลาด	3.74	0.47	12.57	-.07	-0.20	.976
ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว	3.72	0.52	13.98	-.03	-0.04	.999
ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย	4.07	0.55	13.51	-.22	-0.49	.861
ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว	3.81	0.57	14.96	-.17	-0.36	.922

ตาราง 3 เมื่อทำการตรวจสอบการแจกแจงของตัวแปร ซึ่งผู้วิจัยได้แปลงค่าตัวแปรให้กลายเป็นค่าคะแนนแบบปกติ (Normal Score) แล้วจึงนำไปทดสอบว่าตัวแปรเหล่านั้น มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติหรือไม่ โดยการศึกษาจากค่าเฉลี่ย (M) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าร้อยละของสัมประสิทธิ์การกระจาย (%CV) ค่าความเบ้ (Sk) ค่าความโด่ง (Ku) และพิจารณาจากผลการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของ ทั้งค่าความเบ้และความโด่ง ถ้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ผลการทดสอบปรากฏว่า ตัวแปรที่ทำการศึกษามีส่วนใหญ่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p – value ของ Skewness; & Kurtosis $> .05$) ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรที่ทำการศึกษามีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ แต่อย่างไรก็ตามพบว่า มีตัวแปรบางตัว ได้แก่ สถานภาพทางครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการพักผ่อน มีนัยสำคัญทางสถิติ (p – value ของ Skewness & Kurtosis $> .05$) ซึ่งแสดงว่ามีการแจกแจงไม่เป็นโค้งปกติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าตัวแปรดังกล่าวมีระดับการวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลที่นำมาทำการศึกษาในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการแจกแจงแบบโค้งปกติ มีเพียง 3 ตัวแปรสังเกตที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นดังกล่าว

หลังจากที่ได้ดำเนินการตรวจสอบการแจกแจงเป็นโค้งปกติของตัวแปรที่ทำการศึกษาในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ทำการศึกษาด้วยโดยใช้การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว (Bivariate Relationship) ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

ตัวแปรสังเกต	1	2	3	4	5	6
1. สถานภาพทางครอบครัว	1					
2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.233 **	1				
3. ระยะเวลาในการพักผ่อน	.139 **	.230 **	1			
4. ปัจจัยการตลาด	.068	.029	.052	1		
5. ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว	.054	.075 *	-.002	.613 **	1	
6. ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย	.044	.141 **	.027	.488 **	.489 **	1
7. ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว	.093 *	.113 **	.055	.583 **	.636 **	.504 **

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 4 ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา พบว่า ค่าความสัมพันธ์มีค่าระหว่าง .075 ถึง .636 โดยที่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวกับข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว ($r = .636, p < .01$) รองลงมาคือ ปัจจัยการตลาดกับประสบการณ์การท่องเที่ยว ($r = .613, p < .01$) และปัจจัยการตลาดกับข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว ($r = .583, p < .01$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรไคลน์ (Kline, 2005: 56) ซึ่งกล่าวว่า ถ้าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงกว่า .85 จะเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรง (Multicollinearity) ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษานี้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรไม่เกิน .85 จึงกล่าวได้ว่า ตัวแปรที่ศึกษาไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดตัวแปรที่ทำการศึกษาในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดต่อเนื่อง

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของข้อคำถามที่ใช้ในมาตรวัดตัวแปรที่เป็นตัวแปรแบบต่อเนื่อง ได้แก่ ข้อคำถามในมาตรวัดตัวแปรปัจจัยการตลาด จำนวน 12 ข้อ ข้อคำถามในมาตรวัดตัวแปรปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว จำนวน 12 ข้อ ข้อคำถามในมาตรวัดตัวแปรปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย จำนวน 12 ข้อ และข้อคำถามในมาตรวัดตัวแปรข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทาง

ท่องเที่ยว จำนวน 10 ข้อ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ด้วยโปรแกรม LISREL

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminate Power) ของแต่ละมาตรวัดตัวแปรด้วยเทคนิค Corrected Total-Item Correlation โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อน้อยกว่า .20 ($r < .20$) ออกไป ผลการตรวจสอบเบื้องต้น พบว่า ข้อคำถามในแต่ละมาตรวัดตัวแปรที่ทำการศึกษาในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ มีค่าอำนาจจำแนกผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ ยกเว้นข้อคำถามที่ 1 ในมาตรวัดตัวแปรปัจจัยการตลาดที่มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อเท่ากับ .169 และนอกจากนี้ ยังได้ทำการตรวจสอบการแจกแจงแบบโค้งปกติของข้อคำถามในแต่ละมาตรวัดตัวแปร โดยได้แปลงค่าให้เป็นค่าคะแนนแบบปกติ (Normal Score) แล้วนำไปทดสอบทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของทั้งค่าความเบ้และความโด่ง ถ้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่า ข้อคำถามมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ (p -value ของ Skewness; & Kurtosis $> .05$) ผลการทดสอบปรากฏว่า ข้อคำถามในแต่ละมาตรวัดตัวแปรที่ทำการศึกษา ส่วนใหญ่นัยสำคัญทางสถิติ หรือมีการแจกแจงไม่เป็นโค้งปกติ สำหรับข้อคำถามที่มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ (p -value ของ Skewness; & Kurtosis $> .05$) ได้แก่ ข้อคำถามที่ 2,5,6,7,9,11 ของมาตรวัดตัวแปรปัจจัยการตลาด ข้อคำถามที่ 1,5,7,10,11 ของมาตรวัดตัวแปรปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว ข้อคำถามที่ 2 ของมาตรวัดตัวแปรปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย และข้อคำถามที่ 2,4 ของมาตรวัดตัวแปรข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดต่อเนื่อง

จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อในแต่ละมาตรวัดตัวแปรด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และทดสอบว่า แต่ละข้อคำถามของแต่ละมาตรวัดตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ด้วยสถิติทดสอบ KMO โดยค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA) อยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และ Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ (p -value $< .05$) ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. ข้อคำถามในมาตรวัดตัวแปรปัจจัยการตลาด จำนวน 11 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันอยู่ระหว่าง .090 – .476 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสถิติทดสอบ KMO เท่ากับ .844 และค่าสถิติทดสอบ และ Bartlett's Test of Sphericity มีค่าเท่ากับ 1559.90 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมและความสัมพันธ์ของข้อคำถามที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดตัวแปรดังกล่าวที่ระดับดีมาก เพราะ ค่า KMO มีค่าสูง และค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ข้อคำถามในมาตรวัดตัวแปรปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว จำนวน 12 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันอยู่ระหว่าง .109 – .579 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสถิติทดสอบ

KMO เท่ากับ .865 และค่าสถิติทดสอบ และ Bartlett's Test of Sphericity มีค่าเท่ากับ 2217.24 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมและความสัมพันธ์ของข้อคำถามที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดตัวแปรดังกล่าวที่ระดับดีมาก เพราะ ค่า KMO มีค่าสูงและค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ข้อคำถามในมาตรวัดตัวแปรปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย จำนวน 12 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันอยู่ระหว่าง .203 – .746 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสถิติทดสอบ KMO เท่ากับ .911 และค่าสถิติทดสอบ และ Bartlett's Test of Sphericity มีค่าเท่ากับ 3909.63 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมและความสัมพันธ์ของข้อคำถามที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดตัวแปรดังกล่าวที่ระดับดีมาก เพราะค่า KMO มีค่าสูงและค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ข้อคำถามในมาตรวัดตัวแปรข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 10 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันอยู่ระหว่าง .237 – .523 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสถิติทดสอบ KMO เท่ากับ .886 และค่าสถิติทดสอบ และ Bartlett's Test of Sphericity มีค่าเท่ากับ 2091.40 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมและความสัมพันธ์ของข้อคำถามที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดตัวแปรดังกล่าวที่ระดับดีมาก เพราะค่า KMO มีค่าสูงและค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นดังกล่าวของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามแต่ละข้อกับมาตรวัดตัวแปรที่ทำการศึกษาในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถาม (Factor Loading) ของมาตรวัดตัวแปร โดย คิม และ มุลเลอร์ (Kim; & Mueller. 1985) ได้เสนอว่า ควรใช้ตัวแปรเฉพาะที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป นอกจากนี้ เดียนแมนโทปาลอส และ ซิกเกว (Diamantopoulos; & Siguaw. 2000) ยังเสนอว่าตัวแปรที่ใช้ควรมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t\text{-value} > 1.96$) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรปัจจัยการตลาดที่ทำการศึกษาในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

มาตรวัดตัวแปรปัจจัยการตลาด	น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading)	t-value	S.E.	R ²
ข้อคำถามที่ 2	.44	10.28	.81	.19
ข้อคำถามที่ 3	.41	9.49	.84	.16
ข้อคำถามที่ 4	.48	11.44	.77	.23
ข้อคำถามที่ 5	.47	11.23	.77	.23
ข้อคำถามที่ 6	.57	13.88	.68	.32
ข้อคำถามที่ 7	.53	12.59	.72	.28
ข้อคำถามที่ 8	.49	11.84	.76	.24
ข้อคำถามที่ 9	.54	13.10	.71	.29
ข้อคำถามที่ 10	.50	12.01	.75	.25
ข้อคำถามที่ 11	.59	14.56	.65	.35
ข้อคำถามที่ 12	.42	9.63	.83	.17

$\chi^2 = 88.03$, $df=37$ ($p = .00$), $SRMR = .038$, $RMSEA = .045$, $GFI = .98$, $NFI = .97$, $CFI = .98$, $TLI = .97$,
 $AGFI = .96$, $PNFI = .65$, $\chi^2 / df = 2.37$

จากตาราง 5 พบว่า แบบจำลองการวัดปัจจัยการตลาด มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากสถิติทดสอบคือ $\chi^2 = 88.03$, $df = 37$ ($p = .00$), $SRMR = .038$, $RMSEA = .045$, $GFI = .98$, $NFI = .97$, $CFI = .98$, $TLI = .97$, $AGFI = .96$, $PNFI = .65$, $\chi^2 / df = 2.37$ ข้อคำถามที่ 2 – 12 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง .41 – .59 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกข้อคำถามมีค่า t-value มากกว่า 1.96 ค่าความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่า R² มีค่าอยู่ระหว่าง .16 – .35 เมื่อพิจารณาเกณฑ์แบบจำลองการวัดพบว่าอยู่ในค่าที่แสดงความสอดคล้องและค่าที่ยอมรับได้ที่มีความสอดคล้อง ดังนั้น มาตรวัดตัวแปรปัจจัยการตลาด จึงใช้วิเคราะห์ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรปัจจัย ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาระบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

มาตรวัดตัวแปรปัจจัยประสิทธิภาพการท่องเที่ยว	น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading)	t-value	S.E.	R ²
ข้อคำถามที่ 1	.38	9.17	.86	.14
ข้อคำถามที่ 2	.53	13.45	.72	.28
ข้อคำถามที่ 3	.47	11.78	.78	.22
ข้อคำถามที่ 4	.49	12.52	.76	.24
ข้อคำถามที่ 5	.56	14.70	.68	.32
ข้อคำถามที่ 6	.48	13.03	.77	.23
ข้อคำถามที่ 7	.69	18.63	.53	.47
ข้อคำถามที่ 8	.58	14.83	.67	.33
ข้อคำถามที่ 9	.55	13.63	.70	.30
ข้อคำถามที่ 10	.56	14.33	.69	.31
ข้อคำถามที่ 11	.53	13.26	.72	.28
ข้อคำถามที่ 12	.53	13.32	.72	.28

$\chi^2 = 87.76$, $df = 42$ ($p = .00005$), $SRMR = .033$, $RMSEA = .040$, $GFI = .98$, $NFI = .98$, $CFI = .99$,
 $TLI = .98$, $AGFI = .96$, $PNFI = .62$, $\chi^2 / df = 2.08$

จากตาราง 6 พบว่า แบบจำลองการวัดปัจจัยประสิทธิภาพการท่องเที่ยว มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากสถิติทดสอบคือ $\chi^2 = 87.76$, $df = 42$ ($p = .00005$), $SRMR = .033$, $RMSEA = .040$, $GFI = .98$, $NFI = .98$, $CFI = .99$, $TLI = .98$, $AGFI = .96$, $PNFI = .62$, $\chi^2 / df = 2.08$ ข้อคำถามที่ 1 – 12 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง .38 – .69 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกข้อคำถาม มีค่า t-value มากกว่า 1.96 ค่าความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่า R² มีค่าอยู่ระหว่าง .14 – .47 เมื่อพิจารณาเกณฑ์แบบจำลองการวัดพบว่าอยู่ในค่าที่แสดงความสอดคล้องและค่าที่ยอมรับได้ว่า มีความสอดคล้อง ดังนั้นมาตรวัดตัวแปรปัจจัยประสิทธิภาพการท่องเที่ยวจึงใช้วิเคราะห์ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรปัจจัยด้านความสะอาดและความปลอดภัย

มาตรวัดตัวแปรปัจจัยด้าน ความสะอาดและความปลอดภัย	น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading)	t-value	S.E.	R ²
ข้อคำถามที่ 1	.61	15.54	.63	.37
ข้อคำถามที่ 2	.54	13.89	.71	.29
ข้อคำถามที่ 3	.73	20.44	.46	.54
ข้อคำถามที่ 4	.58	15.00	.67	.33
ข้อคำถามที่ 5	.62	16.57	.61	.39
ข้อคำถามที่ 6	.63	16.58	.60	.40
ข้อคำถามที่ 7	.68	18.35	.54	.46
ข้อคำถามที่ 8	.56	14.57	.68	.32
ข้อคำถามที่ 9	.63	16.66	.61	.39
ข้อคำถามที่ 10	.62	16.40	.61	.39
ข้อคำถามที่ 11	.64	17.07	.59	.41
ข้อคำถามที่ 12	.57	14.92	.67	.33

$\chi^2 = 92.77$, $df=37$ ($p = .00005$), $SRMR = .035$, $RMSEA = .047$, $GFI = .98$, $NFI = .99$,
 $CFI = .99$, $TLI = .99$, $AGFI = .95$, $PNFI = .55$, $\chi^2 / df = 2.50$

จากตาราง 7 พบว่า แบบจำลองการวัดปัจจัยด้านความสะอาดและความปลอดภัยมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากสถิติทดสอบคือ $\chi^2 = 92.77$, $df = 37$ ($p = .00005$), $SRMR = .035$, $RMSEA = .047$, $GFI = .98$, $NFI = .99$, $CFI = .99$, $TLI = .99$, $AGFI = .95$, $PNFI = .55$, $\chi^2 / df = 2.50$ ข้อคำถามที่ 1 – 12 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง .54 – .73 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกข้อคำถาม มีค่า t-value มากกว่า 1.96 ค่าความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่า R² มีค่าอยู่ระหว่าง .29 – .54 เมื่อพิจารณาเกณฑ์แบบจำลองการวัดพบว่า อยู่ในค่าที่แสดงความสอดคล้องและค่าที่ยอมรับได้ว่า มีความสอดคล้อง ดังนั้นมาตรวัดตัวแปรปัจจัย ด้านความสะอาดและความปลอดภัย จึงใช้วิเคราะห์ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรข้อจำกัดของการใช้เวลาวาง
เดินทางท่องเที่ยว

มาตรวัดตัวแปรข้อจำกัด การใช้เวลาวางเดินทางท่องเที่ยว	น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading)	t-value	S.E.	R ²
ข้อคำถามที่ 1	.50	15.54	.75	.25
ข้อคำถามที่ 2	.62	13.89	.61	.39
ข้อคำถามที่ 3	.53	20.44	.72	.28
ข้อคำถามที่ 4	.48	15.00	.77	.23
ข้อคำถามที่ 5	.67	16.57	.55	.45
ข้อคำถามที่ 6	.69	16.58	.53	.47
ข้อคำถามที่ 7	.72	18.35	.49	.51
ข้อคำถามที่ 8	.70	14.57	.51	.49
ข้อคำถามที่ 9	.53	16.66	.72	.28
ข้อคำถามที่ 10	.54	16.40	.71	.29

$\chi^2 = 92.77$, $df = 37$ ($p = .00005$), $SRMR = .035$, $RMSEA = .047$, $GFI = .98$, $NFI = .99$, $CFI = .99$,
 $TLI = .99$, $AGFI = .95$, $PNFI = .55$, $\chi^2 / df = 2.50$

จากตาราง 8 พบว่า แบบจำลองการวัดข้อจำกัดการใช้เวลาวางเดินทางท่องเที่ยวมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากสถิติทดสอบคือ $\chi^2 = 64.36$, $df = 31$ ($p = .00040$), $SRMR = .027$, $RMSEA = .040$, $GFI = .98$, $NFI = .99$, $CFI = .99$, $TLI = .99$, $AGFI = .97$, $PNFI = .68$, $\chi^2 / df = 2.07$ ข้อคำถามที่ 1 – 10 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง .48 – .72 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกข้อคำถาม มีค่า t-value มากกว่า 1.96 ค่าความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่า R² มีค่าอยู่ระหว่าง .23 – .51 เมื่อพิจารณาเกณฑ์แบบจำลองการวัดพบว่าอยู่ในค่าที่แสดงความสอดคล้องและค่าที่ยอมรับได้ว่ามีความสอดคล้อง ดังนั้นมาตรวัดตัวแปรข้อจำกัดการใช้เวลาวางเดินทางท่องเที่ยวจึงใช้วิเคราะห์ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมติฐานการวิจัย(Hypothesis Model) และ ส่วนที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ปรับแก้ (Adjust Model)

4.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องตามสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Path Analysis) เป็นการตรวจสอบว่าแบบจำลองที่ได้พัฒนาขึ้นมาจากรากฐานทางทฤษฎี มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ ทั้งนี้หากพบว่า แบบจำลองดังกล่าวยังไม่มี ความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือยังมีความไม่สมเหตุสมผล มีเส้นทางความสัมพันธ์ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในแบบจำลอง ผู้วิจัยก็จะต้องดำเนินการปรับแก้แบบจำลองให้มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือมีความสมเหตุสมผลมากขึ้น โดยพิจารณาจากการรายงานค่าดัชนีการปรับแก้ (Modification Index) และคำนึงถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเชิงแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและความเป็นไปได้ในการอธิบายผลการวิจัยจากการปรับแก้แบบจำลองด้วย ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

ผลการตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลุ่ม Absolute fit indices พบว่า ค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ .47, df = 1 (p = .49207), SRMR = .0041, RMSEA = .00, GFI = .1 ดัชนีวัดความสอดคล้องกลุ่ม Incremental fit indices พบว่า NFI = 1.00, CFI = 1.00 และ TLI = 1.00 และดัชนีวัดความสอดคล้องกลุ่ม Parsimony fit indices พบว่า AGFI = .99, PNFI = .048 เมื่อพิจารณาถึงค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเหล่านี้กับเกณฑ์ที่บ่งบอกว่า แบบจำลอง มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า แบบจำลองตามสมมติฐาน มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี แต่ก็พบว่า แบบจำลองตามสมมติฐานดังกล่าว ยังไม่มีความสมเหตุสมผล เนื่องจากในแบบจำลองดังกล่าวมีเส้นทางที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (P > .05) ซึ่งผู้วิจัยจะต้องดำเนินการปรับแก้แบบจำลอง (Adjust Model) ต่อไป แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบจำลองตามสมมติฐาน ตามตาราง 9 และภาพประกอบ 8

ตาราง 9 คะแนนมาตรฐานของผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลรวมของแบบจำลองตามสมมติฐาน

ตัวแปรตาม	R ²	ความสัมพันธ์	ตัวแปรอิสระ				
			สถานภาพ	รายได้	ระยะเวลา	การตลาด	ประสบการณ์ การท่องเที่ยว ความสะดวกและ ความปลอดภัย
ความสะดวกและ ความปลอดภัย	.30	DE	-.03	.12*		.29*	.29*
		IE					
		TE	-.03	.12*		.29*	.29*
ข้อจำกัดของ การใช้เวลาว่าง เดินทางท่องเที่ยว	.50	DE	.04	.03	.03	.26*	.38*
		IE	-.01	.02*		.06*	.06*
		TE	.03	.06*	.03	.31*	.44*

$\chi^2 = .47$, $df=1$ ($p = .49207$), $SRMR = .0041$, $RMSEA = .00$, $GFI = 1.00$, $NFI = 1.00$, $CFI = 1.00$,
 $TLI = 1.00$, $AGFI = .99$, $PNFI = .048$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 9 พบว่า แบบจำลองตามสมมติฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี โดยพิจารณาจากค่าสถิติทดสอบ ได้แก่ $\chi^2 = .47$, $df = 1$ ($p = .49207$), $SRMR = .0041$, $RMSEA = .00$, $GFI = 1.00$, $NFI = 1.00$, $CFI = 1.00$, $TLI = 1.00$, $AGFI = .99$, $PNFI = .048$ เมื่อพิจารณาเส้นทางความสัมพันธ์ในแบบจำลองความสัมพันธ์ พบว่า (ดูภาพประกอบ 8)

1. ตัวแปรที่ส่งผลกระทบทางตรงต่อข้อจำกัดด้านความสะดวกและความปลอดภัย ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .12, .29 และ .29 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

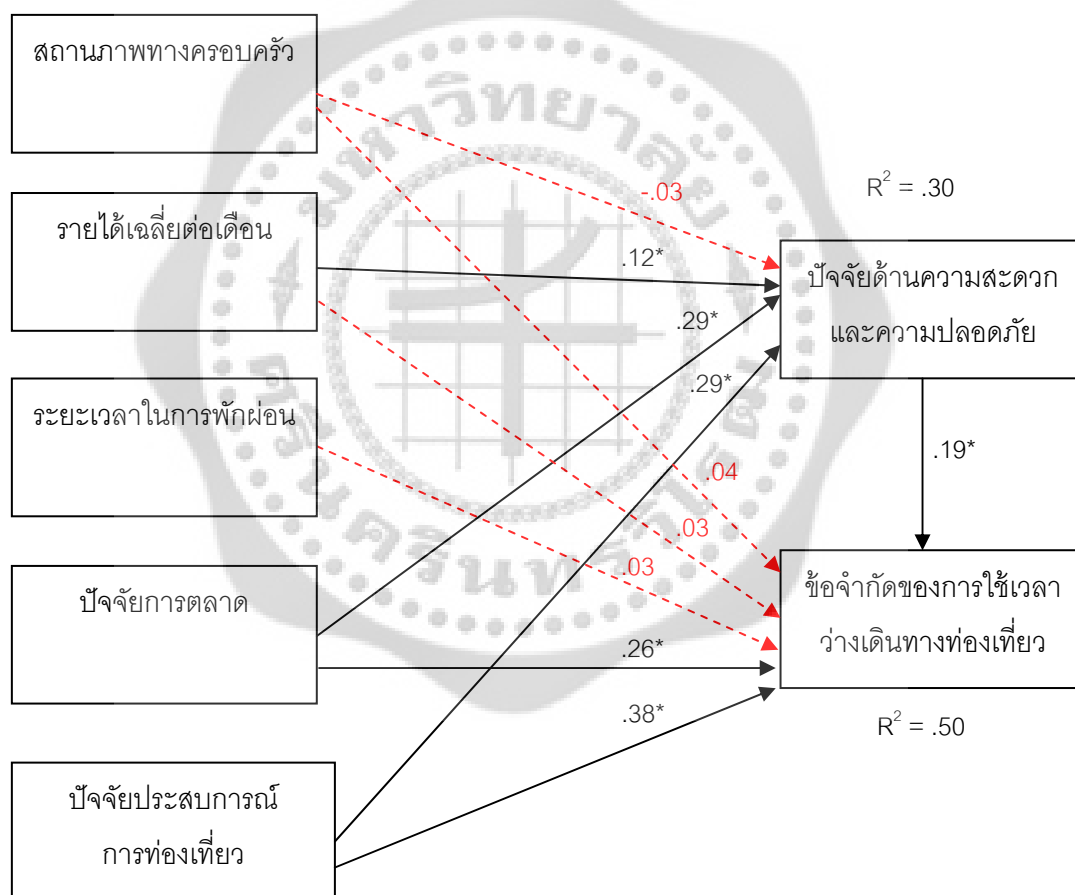
2. ตัวแปรที่ส่งผลกระทบทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้แก่ ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .26, .38 และ .19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ตัวแปรที่ส่งผลกระทบอ้อมต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยส่งผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .02, .06 และ .06 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ตัวแปรสถานภาพทางครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด และปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวสามารถร่วมกันทำนายปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย ได้ร้อยละ 30

5. ตัวแปรสถานภาพทางครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยว ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว และปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยสามารถร่วมกันทำนายข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้ร้อยละ 50

แต่อย่างไรก็ตามแบบจำลองความสัมพันธ์ ตามสมมติฐานดังกล่าว ถึงแม้ว่า จะมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีก็ตาม แต่ก็ยังพบว่า ตัวแปร สถานภาพทางครอบครัว และระยะเวลาในการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยว ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ ในแบบจำลองเลย ซึ่งส่งผลให้ผู้วิจัยต้องดำเนินการปรับแก้แบบจำลองต่อไป



$\chi^2 = .47$, $df = 1$ ($p = .49207$), $SRMR = .0041$, $RMSEA = .00$, $GFI = 1.00$, $NFI = 1.00$, $CFI = 1.00$, $TLI = 1.00$, $AGFI = .99$, $PNFI = .048$

ภาพประกอบ 9 แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมติฐาน

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

-----> เส้นทางความสัมพันธ์ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องที่ปรับแก้ (Adjust Model)

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมติฐานถึงแม้ว่ามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี แต่เมื่อพิจารณาถึงเส้นทางความสัมพันธ์ในแบบจำลองตามสมมติฐานแล้วก็พบว่า มีอยู่ 2 ตัวแปร ได้แก่ สถานภาพทางครอบครัว และระยะเวลาในการพักผ่อนที่ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรอื่นๆ ในแบบจำลองเลย ส่งผลให้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้แบบจำลองตามสมมติฐานโดยดำเนินการดังนี้

1. ตัดเส้นทางความสัมพันธ์ของอิทธิพลของสถานภาพทางครอบครัว ที่ส่งทางตรงต่อปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยออก
2. ตัดเส้นทางความสัมพันธ์ของอิทธิพลของสถานภาพทางครอบครัว ที่ส่งผลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องออก
3. ตัดเส้นทางความสัมพันธ์ของอิทธิพลของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องออก
4. ตัดเส้นทางความสัมพันธ์ของอิทธิพลของระยะเวลาในการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยว ที่ส่งผลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องออก

ผลการปรับแก้พบว่า แบบจำลองความสัมพันธ์ปรับแก้ก็ยังมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี เช่นเดียวกับแบบจำลองสมมติฐาน โดยพบว่า ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลุ่ม Absolute fit indices พบว่า ค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 3.10, $df = 1$ ($p = .07839$), SRMR = .0012, RMSEA = .055, GFI = .1 ดัชนีวัดความสอดคล้องกลุ่ม Incremental fit indices พบว่า NFI = 1.00, CFI = 1.00 และ TLI = .98 และดัชนีวัดความสอดคล้องกลุ่ม Parsimony fit Indices พบว่า AGFI = .97, PNFI = .100 ผู้วิจัยได้รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบจำลองปรับแก้ (Adjust Model) ตามตาราง 10 และภาพประกอบ 9

ตาราง 10 คะแนนมาตรฐานของผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลรวมของแบบจำลองปรับแก้ (Adjust Model)

ตัวแปรตาม	R ²	ความสัมพันธ์	ตัวแปรอิสระ			
			รายได้	การตลาด	ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้อง	ความสะดวกและความปลอดภัย
สะดวกและ ความปลอดภัย	.30	DE	.12*	.29*	.29*	
		IE				
		TE	.12*	.29*	.29*	
ข้อจำกัดของ การใช้เวลาว่าง เดินทางท่องเที่ยว	.47	DE		.26*	.38*	.20*
		IE	.02*	.06*	.06*	
		TE	.02*	.31*	.44*	.20*

$\chi^2 = 3.10$, $df = 1$ ($p = .07839$), $SRMR = .0012$, $RMSEA = .055$, $GFI = 1.00$, $NFI = 1.00$, $CFI = 1.00$,
 $TLI = .98$, $AGFI = .97$, $PNFI = .100$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 10 พบว่า แบบจำลองตามสมมติฐาน มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี โดยพิจารณาจากค่าสถิติทดสอบ ได้แก่ $\chi^2 = 3.10$, $df = 1$ ($p = .07839$), $SRMR = .0012$, $RMSEA = .055$, $GFI = 1.00$, $NFI = 1.00$, $CFI = 1.00$, $TLI = .98$, $AGFI = .97$, $PNFI = .100$ เมื่อพิจารณาเส้นทางความสัมพันธ์ในแบบจำลองความสัมพันธ์พบว่า (ดูภาพประกอบ 9)

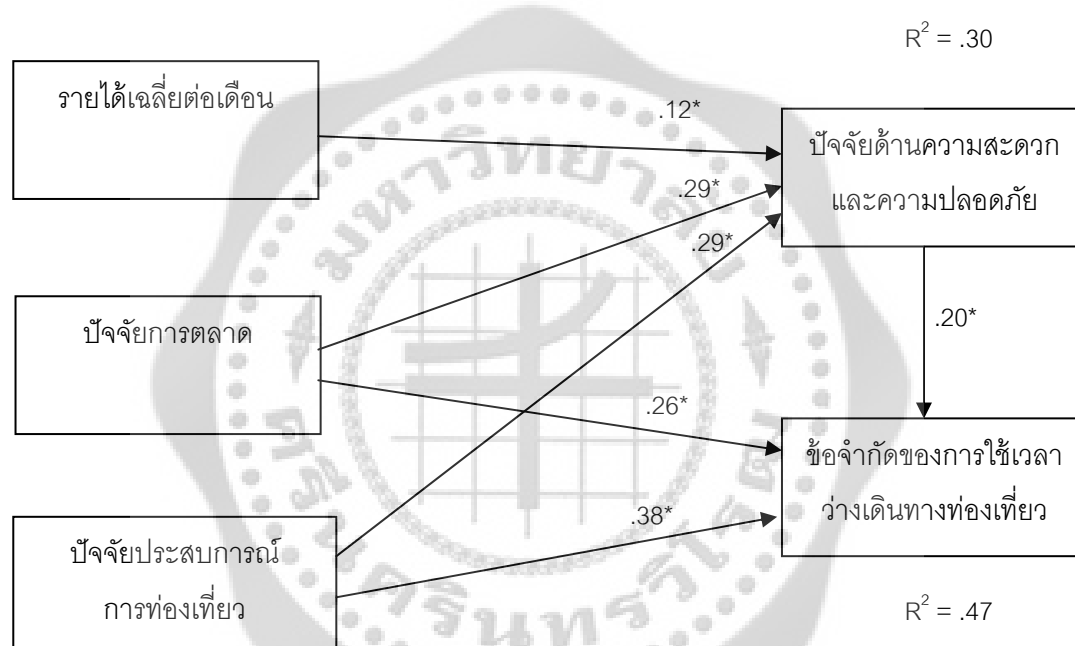
1. ตัวแปรที่ส่งผลกระทบทางตรงต่อข้อจำกัดด้านความสะดวกและความปลอดภัย ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้อง มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .12, .29 และ .29 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ตัวแปรที่ส่งผลกระทบทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้แก่ ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .26, .38 และ .20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ตัวแปรที่ส่งผลกระทบทางอ้อมต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้อง โดยส่งผ่านปัจจัย

ด้านความสะดวกและความปลอดภัย มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .02, .06 และ .06 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวสามารถร่วมกันทำนายปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย ได้ร้อยละ 30

5. ตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว และปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยสามารถร่วมกันทำนายข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้ร้อยละ 47

จากการปรับแก้จึงได้แบบจำลองตามภาพประกอบ 9 ดังนี้



$\chi^2 = 3.10$, $df = 1$ ($p = .07839$), $SRMR = .0012$, $RMSEA = .055$, $GFI = 1.00$, $NFI = 1.00$, $CFI = 1.00$, $TLI = .98$, $AGFI = .97$, $PNFI = .100$

ภาพประกอบ 10 แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ปรับแก้

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง มีความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง
2. เพื่อพัฒนาแบบจำลองของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง มีสมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1. สถานภาพทางครอบครัวมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว
2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว
3. ระยะเวลาในการพักผ่อนมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว
4. ปัจจัยการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางและมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว
5. ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว
6. ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง มีวิธีดำเนินการวิจัยพอสังเขป ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 21 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปทำงานและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เคยใช้บริการท่องเที่ยวทั้งในหรือต่างประเทศกับบริษัทนำเที่ยว ภายหลังอย่างน้อยหนึ่งครั้งเคยวางแผนว่าจักใช้เวลารว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง เช่น ช่วงปีใหม่สากล ช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น แต่แล้วยกเลิกการเดินทางครั้งนั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 21 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปทำงานและหรืออาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เคยเป็นผู้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและมีอย่างน้อยหนึ่งครั้ง เคยได้ตรองว่าจักใช้เวลารว่างไปกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศช่วงวันหยุดต่อเนื่อง เช่น ช่วงปีใหม่สากล ช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) รวมกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งสิ้น 690 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามจำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นข้อความที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ซึ่งแบ่งเป็น ปัจจัยการตลาด จำนวน 12 ข้อ ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวจำนวน 12 ข้อ และปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นข้อความที่เกี่ยวกับข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 10 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์หาคุณภาพเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. เสนอเครื่องมือฉบับร่างที่ใช้ในการวิจัยต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาปริญญาโทเพื่อตรวจสอบความถูกต้องตามนิยามปฏิบัติการ
2. นำเครื่องมือที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน เพื่อหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อความที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ไว้ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับเท่ากับ 0.891
3. นำเครื่องมือที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองและทำการวิเคราะห์ข้อความรายข้อ (Item analysis) เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง

คะแนนรายข้อกับคะแนนรวมของแบบสอบถาม (Item-total correlation) โดยทุกรายข้อมีค่าอยู่ระหว่าง .20 – .91

4. นำเครื่องมือมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบวัดด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α – Coefficient) ของครอนบาค ผลค่าแต่ละรายด้าน คือ ปัจจัยการตลาด ได้ค่าเท่ากับ .902 ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้ค่าเท่ากับ .867 ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย ได้ค่าเท่ากับ .838 ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว ได้ค่าเท่ากับ .907 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาทั้งฉบับเท่ากับ .961

การวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. คำนวณหาค่าความถี่และร้อยละของตัวแปรจัดกลุ่ม
2. คำนวณหาค่าค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละของสัมประสิทธิ์ การกระจาย ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง และค่า p-value ของความเบ้และความโด่งของตัวแปรในกลุ่มที่ศึกษา
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ทำการศึกษาด้วย การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน
4. วิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของข้อคำถามที่ใช้ในมาตรวัดตัวแปรที่เป็นตัวแปรแบบต่อเนื่องด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ด้วยสถิติทดสอบ KMO และ Bartlett's Test of Sphericity แล้วจึงทำการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถาม
5. วิเคราะห์ความสอดคล้องแบบจำลอง ด้วยชุดดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมบูรณ์ (Absolute fit indices) ชุดดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงเปรียบเทียบ (Incremental fit indices) และชุดดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงประหยัด (Parsimony fit indices)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สถานภาพทางครอบครัวเป็นโสดมากกว่าสมรส โดยมีระดับมากที่สุดในด้านอื่น อันประกอบไปด้วย อายุอยู่ในช่วงอายุ 21 ถึง 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพด้วยการทำงานกับบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 ถึง 20,000 บาท และใช้ระยะเวลาในการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยวอยู่ในช่วงระหว่าง 3 – 4 วัน

2. การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปร

ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว รองลงมา คือ ปัจจัยการตลาดกับประสบการณ์การท่องเที่ยว และปัจจัยการตลาดกับข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของมาตรวัดตัวแปรที่ทำการศึกษา

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรปัจจัยการตลาดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากสถิติทดสอบคือ $\chi^2 = 88.03$, $df = 37$ ($p = .00$), $SRMR = .038$, $RMSEA = .045$, $GFI = .98$, $NFI = .97$, $CFI = .98$, $TLI = .97$, $AGFI = .96$, $PNFI = .65$, $\chi^2 / df = 2.37$ ข้อคำถามที่ 2 – 12 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง .41 – .59 และทุกข้อคำถาม มีค่า t-value มากกว่า 1.96 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่แสดงความสอดคล้อง จึงใช้วิเคราะห์ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากสถิติทดสอบคือ $\chi^2 = 87.76$, $df = 42$ ($p = .00005$), $SRMR = .033$, $RMSEA = .040$, $GFI = .98$, $NFI = .98$, $CFI = .99$, $TLI = .98$, $AGFI = .96$, $PNFI = .62$, $\chi^2 / df = 2.08$ ข้อคำถามที่ 1 – 12 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง .38 – .69 และทุกข้อคำถาม มีค่า t-value มากกว่า 1.96 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่แสดงความสอดคล้อง จึงใช้วิเคราะห์ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากสถิติทดสอบคือ $\chi^2 = 92.77$, $df = 37$ ($p = .00005$), $SRMR = .035$, $RMSEA = .047$, $GFI = .98$, $NFI = .99$, $CFI = .99$, $TLI = .99$, $AGFI = .95$, $PNFI = .55$, $\chi^2 / df = 2.50$ ข้อคำถามที่ 1 – 12 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง .54 – .73 และทุกข้อคำถาม มีค่า t-value มากกว่า 1.96 ค่าความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่า R^2 มีค่าอยู่ระหว่าง .29 – .54 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่แสดงความสอดคล้อง จึงใช้วิเคราะห์ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของข้อคำถามกับมาตรวัดตัวแปรปัจจัยข้อจำกัดการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากสถิติทดสอบคือ $\chi^2 = 64.36$, $df = 31$ ($p = .00040$), $SRMR = .027$, $RMSEA = .040$, $GFI = .98$, $NFI = .99$, $CFI = .99$, $TLI = .99$, $AGFI = .97$, $PNFI = .68$, $\chi^2 / df = 2.07$ ข้อคำถามที่ 1 – 10 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง .48 – .72 และทุกข้อคำถาม มีค่า t-value มากกว่า 1.96 ค่าความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่า R^2

มีค่าอยู่ระหว่าง .23 – .51 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่แสดงความสอดคล้องจึงใช้วิเคราะห์ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ตามสมมติฐานด้วยการตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนกลุ่ม Absolute fit indices ที่ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ .47, df = 1 (p = .49207), SRMR = .0041, RMSEA = .00, GFI = .1 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนกลุ่ม Incremental fit indices ค่า NFI = 1.00, CFI = 1.00 และ TLI = 1.00 และดัชนีวัดความกลมกลืนกลุ่ม Parsimony fit indices ค่า AGFI = .99, PNFI = .048 ซึ่งค่าที่ได้ถือว่า มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับดี แต่ก็พบว่าแบบจำลองตามสมมติฐานดังกล่าวยังไม่มี ความสมเหตุสมผล เนื่องจากในแบบจำลองดังกล่าวมีเส้นทางที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (P > .05) จึงได้ ดำเนินการปรับแก้แบบจำลอง (Adjust Model) ด้วยการตัดเส้นทางความสัมพันธ์ของอิทธิพลของสถานภาพทางครอบครัวที่ส่งทางตรงต่อข้อจำกัดด้านความสะดวกและความปลอดภัย ตัดเส้นทางความสัมพันธ์ของ อิทธิพลของสถานภาพทางครอบครัวที่ส่งผลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยว ใน ช่วงวันหยุดต่อเนื่องออก ตัดเส้นทางความสัมพันธ์ของอิทธิพลของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ส่งผลทางตรงต่อ ข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง และตัดเส้นทางความสัมพันธ์ของ อิทธิพลของระยะเวลาในการพักผ่อน สำหรับการท่องเที่ยวที่ส่งผลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่าง เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ผลการตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองปรับแก้กับข้อมูล เชิงประจักษ์ก็ยังคงมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี เช่นเดียวกับแบบจำลองสมมติฐาน โดยได้ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนกลุ่ม Absolute fit indices ที่ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 3.10, df = 1 (p = .07839), SRMR = .0012, RMSEA = .055, GFI = .1 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนกลุ่ม Incremental fit indices ค่า NFI = 1.00, CFI = 1.00 และ TLI = .98 และดัชนีวัดความกลมกลืนกลุ่ม Parsimony Fit Indices ค่า AGFI = .97, PNFI = .100 ดังนั้น จึงได้อิทธิพลระหว่างตัวแปร ดังนี้

4.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลทางตรง ต่อปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย

4.2 ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความสะดวกและความ ปลอดภัยส่งผลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

4.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลทางอ้อม ต่อข้อจำกัดของการใช้เวลารว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง โดยส่งผ่านปัจจัยด้านความสะดวก และความปลอดภัย

จากแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องที่ได้พัฒนาขึ้นตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด และปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว สามารถร่วมกันทำนายปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย ได้ร้อยละ 30 ตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว และปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย สามารถร่วมกันทำนายข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ได้ร้อยละ 47

อภิปรายผล

จากการสรุปผลการวิจัยแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งรายได้มีความสำคัญต่อการดำรงชีพของบุคคลหรือนักท่องเที่ยวทั้งเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยอื่นด้วย อย่างเช่น การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็นค่าใช้จ่ายอย่างหนึ่ง รายได้เป็นปัจจัยภายนอกอันดับแรกที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว กล่าวคือแม้ว่า นักท่องเที่ยวมีเวลาว่างและต้องการเดินทางท่องเที่ยว แต่รายได้ซึ่งต้องเก็บเป็นเงินออมไม่เพียงพอกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการก็ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ดังที่ ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2547) ได้กล่าวถึงรายได้ว่า เป็นปัจจัยสำคัญ เริ่มต้นแต่เป็นตัวกำหนดว่าการท่องเที่ยวจะเป็นจริงหรือไม่ จนกระทั่งถึงเป็นปัจจัยในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่า รายได้ที่มีเหลือออกมาก็อาจไม่ใช่เป็นเหตุผลเดียวที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยวในช่วงที่มีเวลาว่างมากมายยังมีองค์ประกอบอื่น โดยเฉพาะความสะดวกสบาย ความปลอดภัยในการเดินทาง และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมักพิจารณาและเลือกการเดินทางที่มีความสะดวกและความปลอดภัยสูงเช่นกัน (Middleton; & Clarke. 2001; Ritchie. 2009) โดยเห็นได้ว่า รายได้เพียงอย่างเดียว จึงอาจไม่มีผลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว

2. ปัจจัยการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย ไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว การทำการตลาดและส่วนประสมการตลาดถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่นักการตลาดนำมาใช้บริหารจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ดังนั้นถ้าการจัดการการตลาด และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่มีประสิทธิภาพพอก็อาจส่งผลการตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฮัมและครอมตัน (Um; & Crompton. 2000) ที่ว่า ข้อจำกัดหลายอย่างเกิดขึ้นจากองค์ประกอบนอกจากตัวนักท่องเที่ยวเองแล้วยังเกิดได้จากการนำเสนอภาพลักษณ์

ของแหล่งท่องเที่ยว ช่องทางการนำเสนอการขายอีกด้วย นอกจากนี้ เพจ (Page. 2009) ยังได้กล่าวถึงความสะดวกและความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาด โดยเฉพาะในส่วนของอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่ว่าการทำการตลาดอาจเป็นข้อจำกัดได้ ถ้าการนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีอุปสรรคด้านความสะดวกและความปลอดภัยหลายอย่างก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยว

3. ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์การใช้เวลาว่างประกอบกิจกรรมใดๆ ย่อมส่งผลต่อการเข้าร่วมครั้งต่อไป (Kleiber; Walker; & Mannell. 2011) การที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์มาก่อนย่อมมีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของการท่องเที่ยวครั้งต่อไป ซึ่งรวมไปถึงประสบการณ์ตรงที่ท่องเที่ยวเอง ตลอดจนข้อมูลจากสื่อและคนรอบข้าง (Bowen; & Clarke. 2009) สำหรับความสะดวกและความปลอดภัยที่นำเสนอในรายการท่องเที่ยวถ้านักท่องเที่ยวประทับใจก็อาจกลับมาใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวอีก ในทางตรงกันข้ามถ้านักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ไม่ดีก็สามารถส่งผลต่อการท่องเที่ยวครั้งต่อไป ซึ่งทำให้กลายเป็นข้อจำกัดในการเดินทางได้ (Hanefors; & Mossberg. 2000)

4. ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยมีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวคิดว่าการท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายไม่เพียงพอกับเงินที่จ่ายไปและไม่มีความมั่นใจตลอดระยะเวลาการเดินทาง นักท่องเที่ยวก็จะไม่เดินทางหรือยกเลิกการเดินทาง ซึ่งกลายเป็นข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างท่องเที่ยว (ปราโมชน์ รอดจำรัส. 2553; และ ศรัญญา วรากุลวิทย์. 2551)

5. ส่วนสถานภาพทางครอบครัวที่ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว และไม่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัยไปยังข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวนั้น รวมทั้งระยะเวลาในการพักผ่อนที่ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวจากแบบจำลองตามสมมติฐานที่พบว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี แต่ตัวแปร สถานภาพทางครอบครัว และระยะเวลาในการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยวไม่ได้มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ ในแบบจำลองเลย นั่นอาจเป็นไปได้ว่าในแบบจำลองซึ่งเป็นภาวะสันนิษฐาน ผนวกกับบริบทในงานวิจัยเป็นของสังคมไทยที่การเดินทางท่องเที่ยวมักเดินทางได้ทั้งกับครอบครัวและเพื่อนได้ และระยะเวลาก็ไม่ใช่อุปสรรคใหญ่ของการเดินทางในช่วงวันหยุดต่อเนื่องสำหรับคนไทยเสมอไป อาจกล่าวได้ว่า เมื่อพิจารณาจากปัจจัยอื่นร่วมด้วย ทั้งจากแบบจำลองปรับแก้ด้วยสถานภาพทางครอบครัว และระยะเวลาในแบบจำลองที่พัฒนาขึ้น ไม่มีอิทธิพลมากพอต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อข้อจำกัดในการวิจัยเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลทางอ้อมต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง โดยส่งผ่านปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้เวลาว่างรวมทั้งนักการตลาดนั้นหากการท่องเที่ยวสามารถนำปัจจัยเหล่านี้ไปพัฒนา ปรับปรุง ให้ส่งผลต่อข้อจำกัดให้น้อยลง ซึ่งการตระหนักถึงปัจจัยในฐานคิดเชิงพหุปัจจัยจัดว่าเป็นการแก้ปัญหาในสภาพการณ์ที่เป็นจริงเพราะในชีวิตจริงของคนในสังคม ผลของการกระทำ การไม่กระทำ บางอย่าง เกิดจากปัจจัยบางประการมากกว่าหนึ่งตัวก็ได้ โดยปัจจัยเหตุตัวหนึ่งอาจส่งผลกับอีกปัจจัยเหตุอีกตัวหนึ่งก่อนแล้ว จึงส่งผลต่อพฤติกรรมหรือการกระทำหรือการตัดสินใจของคน อย่างไรก็ตามควรพิจารณาในประเด็นจริยธรรมด้วยโดยเฉพาะภาคธุรกิจ กล่าวคือ ไม่ควรมุ่งหวังกำไรจนนำเสนอข้อมูลในการการตลาดและที่ผ่านตัวแปรปัจจัยอื่นด้วยการบิดเบือนจากความจริง หรือบริการให้กับนักท่องเที่ยวไม่ได้ ทั้งนี้แบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาโปรแกรมการใช้เวลาว่างผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว การปรับใช้จึงต้องคำนึงถึงประเด็นและบริบทเหล่านี้ด้วย

2. ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการศึกษาแบบพหุปัจจัยด้วยการทดสอบอิทธิพลพร้อมกันครั้งนี้ได้พบทุกตัวแปรในแบบจำลองครั้งนี้ พบว่าตัวแปรบางตัวมีอิทธิพลมากและบางตัวไม่มีอิทธิพล ทว่าการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลในแบบจำลองมีความสัมพันธ์หรือมีภาวะขึ้นอยู่กับตัวแปรที่ศึกษาโดยเฉพาะกับตัวแปรระดับกลุ่ม อาจด้วยเพราะข้อจำกัดของสถิติจึงควรศึกษาในเชิงผลฐานวิธีด้วยการทำวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยา เพื่อตรวจสอบสมภาวะการณ์ที่เป็นสาเหตุของข้อจำกัดการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวแล้วนำข้อมูลมาประกอบกับการศึกษากับแบบจำลอง โดยต้องเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาในช่วงเวลาเดียวกันก็ทำให้การอธิบายปรากฏการณ์กับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามก็ควรมีการขยายกลุ่มการศึกษาไปยังกลุ่มประชากรอื่นนอกเหนือจากกลุ่มคนในเมืองหลวงและเมืองใหญ่



บรรณานุกรม

- ขจีมาศ จุ่งพิพัฒน์. (2550). *อุปสงค์เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนของแรงงาน*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การพัฒนามนุษย์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- คณิต เขียววิชัย. (2546). *การศึกษาปัจจัยคัดสรรทางสังคมเศรษฐกิจที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการชุมชนของประชากรในภูมิภาคตะวันตกของไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จินตนา ธนวิบูลย์ชัย. (2537). *การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิค Path Analysis*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนากิจการตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2546). *การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของเชาว์อารมณ์สำหรับนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1*. วิทยานิพนธ์ กศ.ด. (การทดสอบและวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศักดิ์ วิทยากัด. (2554). *การท่องเที่ยวกับการพัฒนา: พินิจหลวงพระบางผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. เชียงใหม่: วนิตการพิมพ์.
- ณิชาธร ศิริวรรณ. (2547). *การศึกษาพฤติกรรมและเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวในประเทศของคนไทย*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.
- ถวิล ธาราโกชน. (2526). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้ง เฮาส์.
- นิคม จารุมณี. (2536). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิรันดร์ ทัพไชย. (2545). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ใน กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 1- 8*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2537). *ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (LISREL) สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย; และ สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2543, พฤษภาคม – สิงหาคม). *ธรรมชาติของศาสตร์การศึกษาและวิธีวิทยาการวิจัยการศึกษา*. *วารสารวิธีวิทยาการวิจัย*. 13(2).
- บริพัฒน์ อัครวาณิชย์. (2550). *การเข้าร่วมการใช้เวลาว่างและความพึงพอใจในการใช้เวลาว่างของประชาชนในเขตบางกะปิที่มีต่อการให้บริการทางนันทนาการของกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (นันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- บุญเลิศ จิตต์วัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์
- ปราโมชน์ รอดจำรัส. (2553). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: ไฟว์ แอนด์ ไฟว์พริ้นติ้ง.
- รุ่ง กาญจนวิโรจน์. (2545). แนวโน้มทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ใน *กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 9 – 15*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วลัยพร วัชรกุลไพบูลย์. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วัฒนา น้ำค้าง. (2552). *การศึกษาการใช้เวลาว่างของชายและหญิง*. สารนิพนธ์. ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การพัฒนามนุษย์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศรัณยารากุลวิทย์. (2551). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้าพริ้นติ้ง.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2547). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังน่านวิทยา.
- สำราญ มีแจ้ง. (2544). *สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ: นิชินแอตเวอร์ไทซิงกรุ๊ป.
- สุภมาศ อังสุโชติ; สมถวิล วิจิตรวรรณ; และ รัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2552). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- สุวัฒน์ จูการณ; และ จริญญา เจริญสุขใส. (2545). แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. ใน *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 1 – 7*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุวิมล ตั้งสัจจพจน์. (2553). *นันทนาการและการใช้เวลาว่าง*. กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโปรดักส์.
- สุวิมล ตีรภานันท์. (2551). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2553). *การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ. (2554). *การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ทีคิวพี.
- องค์การการท่องเที่ยวโลก. (2554). สืบค้นได้จาก <http://www.mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights/>
- อนัญญา ชูลี. (2545). *การใช้เวลาว่างของวัยรุ่นกับการสร้างตัวตน*. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (การศึกษานอกระบบ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- Bammel, G.; & Bammel, L. L. B. (1996). *Leisure and Human Behavior*. 3rd ed. Dubuque: Brown and Benchmark.
- Biederman, P.S.; et al. (2008). *Travel and Tourism : An Industry Primer*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. Canada: John Wiley & Sons.
- Bowen, D.; & Clarke, J. (2009). *Contemporary Tourist Behavior*. Cambridge: CABI.
- Crompton, J.L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 28, 98-104.
- Davidson, R. (1994). *Business Travel*. Singapore: Longman Singapore.
- Diamantopoulos, A.; & Siguaw, J.A. (2000). *Introducing LISREL: A Guide for the Uninitiated*. London: SAGE.
- Duman, T. (2002). *A Model of Perceived Value for Leisure Travel Products*. Doctoral Dissertation, USA: The Pennsylvania State University. Photocopied.
- Edginton, C.R.; et al. (1995). *Leisure and Life Satisfaction*. Dubuque: Brown & Benchmark.
- . (2004). *Leisure Programming : A Service-Centered and Benefits Approach*. 4th ed. Dubuque: WCS McGraw-Hill.
- Gee, C.Y.; Makens, J.C.; & Choy, D.J. (1989). *The Travel Industry*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Gershuny, Jonathan. (2000). International Comparison of Time Budget Surveys : Methods and Opportunities, in Foundation's Publication Office, European Foundation for the improvement of Living and Working Conditions. *Changing Times : Work and Leisure in Postindustrial Society*. Dublin: Ireland.
- Godbey, G. (2006). *Leisure and Leisure Services in the 21st Century*. Pennsylvania: Venture.
- Goeldner, C.R.; & Ritchie, J.R. B. (2006). *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*. 10th ed. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hair, Jr.; et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Hallab, Z. A. A. (1999). *An Exploratory Study of the Relationship between Healthy-Living and Travel Behavior*. Doctoral Dissertation, USA: Virginia Polytechnic Institute and State University. Photocopied.
- Hanefors, M.; & Mossberg, L.L. (2000). Package Tourism and Customer Loyalties' in Pizam, A. and Mansfeld, Y. (Editors). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. New York: The Haworth Press.
- Hong, G.S.; Kim, S.Y.; & Lee, J. (1999). Travel Expenditure Patterns of Elderly Household in the US. *Tourism Recreation Research*. 24(1): 43 – 52.

- Howell, W. David. (1993). *Passport : An Introduction to the Travel and Tourism Industry*. 2nd ed. Ohio: South-Western.
- Human, Kinetics (editor). (2006). *Introduction to Recreation and Leisure*. Champaign: Human Kinetics.
- Iso-Ahola, S. (1980). *The Social Psychology of Leisure and Recreation*. Iowa: Wm. C. Brown.
- Jackson, E.L. (2005). Impact of Life Transitions on Leisure and Constraints to Leisure. in Jackson, E.L. (Editor). *Constraints to Leisure*. Pennsylvania: Venture Publishing.
- Jenkins, J.M.; & Pigram, J.J. (2003). *Encyclopedia of Leisure and Outdoor Recreation*. New York: Routledge.
- John, J. J. (2007). *Impact of Becoming An Outdoors-Woman on Self-Efficacy, Constraints and Participation in Outdoor Recreation*. Master Thesis, USA: Ohio University. Photocopied.
- Jun, J. (2003). *Perceived Constraints to Art Museums/ Galleries Participation*. Master Thesis, USA: Texas A&M University. Photocopied.
- Kelly, J. R. (1996). *Leisure*. 3rd ed. Boston: Allyn and Bacon.
- Kelly, J. R.; & Freysinger, V. J. (2000). *21st Century Leisure*. Boston: A Pearson Education.
- Kim, J.; & Mueller, C.W. (1985). *Factor Analysis : Statistical Methods and Practical Issues*. Beverly Hills: SAGE.
- Kleiber, D.A.; Walker, G.J.; & Mannell, R.C. (2011). *A Social Psychology of Leisure*. 2nd ed. PA: Venture.
- Klein, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: John Wiley & Sons.
- Kotler, P.; Bowen, J.T.; & Makens, J.C. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 4th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kraus, R. (2001). *Recreation and Leisure in Modern Society*. Boston: Johns and Bartlett.
- Lee, Yoon G.; & Bhargava, Vibha. (2003). *Time Allocation Patterns among Married Individuals : Housework, Market Work, and Leisure*. Utha State University. Papers of the Western Family Economics Association. Photocopied.
- Li, Y. (2000). *A Phenomenological Study of Tourists' Travel Experiences*. Doctoral Dissertation, Canada: The University of Western Ontario. Photocopied.

- McIntosh, R.W.; & Goeldner, C.R. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 10th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Middleton, V. T. C.; & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. 3rd ed. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Middleton, V.T.C.; Fyall, A.; & Morgan, M. (2010). *Marketing in Travel and Tourism*. 4h ed. Slovenia: Butterworth-Heinemann.
- Nash, Jay B. (1960). *Philosophy of Recreation and Leisure*. Iowa: WM. C. Brown.
- O'Neill, K. (1983). *Perceived Barriers to Physical Activity by Older Adults*. Master Thesis, Canada: McGill University. Photocopied.
- Page, S. J. (2009). *Tourism Management : Managing for Change*. 3rd ed. Slovenia: ELSEVIER.
- Papatheodorou, A. (2001). Why People Travel to Different Places. *Annals of Tourism Research*. 28(1): 164 – 179.
- Pett, M.A.; Lackey, N.R.; & Sullivan, J.J. (2003). *Making Sense of Factors Analysis*. CA: SAGE.
- Plog, C.S. (2004). *Leisure Travel : A Marketing Handbook*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ritchie, B. W. (2009). *Crisis and Disaster Management for Tourism*. New York: Channel View.
- Roberts, K. (2006). *Leisure in Contemporary Society*. 2nd ed. Oxfordshire: CABI.
- . (2011). Retrieved from <http://arago.cprost.sfu.ca/csr/archives/Roberts.Ch3.pdf>.
- Robinson, J.A. (2003). *Perceived Freedom and Leisure Satisfaction of Mother with Preschool-Aged Children*. Master Thesis, USA: Ohio University. Photocopied.
- Russell, R. V. (2005). *Pastimes : The Context of Contemporary Leisure*. 3rd ed. Dubuque: Brown & Benchmark.
- Ryan, C. (2002). *The Tourist Experience*. 2nd ed. New York: Continuum.
- Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism*. London: SAGE.
- Shivers, J. S. (1981). *Leisure and Recreation Concepts : A Critical Analysis*. Boston: Allyn & Bacon.
- Swarbrooke, J.; & Horner, S. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Um, S.; & Crompton, J.L. (2000). The Role of Image and Perceived Constraints at Different Stages in the Tourist's Destination' in Pizam, A. and Mansfeld, Y. (Editors), *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. New York: The Haworth Press.
- Weaver, D.; & Lawton, L. (2010). *Tourism Management*. 4th ed. Milton Qld: John Wiley & Sons.

Zuzanek, J. (2006). 'Leisure and Time', in C. Rojek, M. Susan & A.J. Veal. (Editors). *A Handbook of Leisure Studies*. Wiltshire: Palgrave Macmillan.







ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล
รายวิชาผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย

รองหัวหน้าภาควิชาศิลปาชีพ

อาจารย์ประจำ

สาขาวิชาการท่องเที่ยว

คณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

M.Sc. in Tourism Planning and Development

University of Surrey, UK.

อาจารย์ ดร.นิลนารา วงษ์เกิด

อาจารย์ประจำ

สาขาวิชาการท่องเที่ยว

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Ph.D. in Hospitality Administration

Texas Tech University, USA.

อาจารย์ ดร.สุดสันต์ สุทธิพิศาล

ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

คณะการจัดการการท่องเที่ยว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Ph.D. in Architectural Heritage Management

and Tourism, (International Program),

Silapakorn University.

อาจารย์ ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์

อาจารย์ประจำ

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

Ph.D. in Marketing, (International Program),
Thammasat University.

อาจารย์ศิลัมภา เทียนทอง

นักวิชาการอิสระ

M.Sc. in Events Management , Leeds

Metropolitan University, UK.

M.Sc. in Marketing , Leeds Metropolitan
University, UK.





ภาคผนวก ข

คำดัชนีความสอดคล้องและคำความเชื่อมั่น

ตาราง 11 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของปัจจัยการตลาด

ข้อ	IOC	ผลการคัดเลือก
1.	0.6	คัดเลือกไว้
2.	1	คัดเลือกไว้
3.	1	คัดเลือกไว้
4.	0.8	คัดเลือกไว้
5.	1	คัดเลือกไว้
6.	0.8	คัดเลือกไว้
7.	0.8	คัดเลือกไว้
8.	0.8	คัดเลือกไว้
9.	1	คัดเลือกไว้
10.	1	คัดเลือกไว้
11.	0.6	คัดเลือกไว้
12.	1	คัดเลือกไว้

ตาราง 12 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของปัจจัยประสพการณ์การท่องเที่ยว

ข้อ	IOC	ผลการคัดเลือก
1.	0.8	คัดเลือกไว้
2.	1	คัดเลือกไว้
3.	0.8	คัดเลือกไว้
4.	1	คัดเลือกไว้
5.	0.8	คัดเลือกไว้
6.	1	คัดเลือกไว้
7.	1	คัดเลือกไว้
8.	0.6	คัดเลือกไว้
9.	1	คัดเลือกไว้
10.	1	คัดเลือกไว้
11.	0.6	คัดเลือกไว้
12.	0.8	คัดเลือกไว้

ตาราง 13 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของปัจจัยความสะดวกและความปลอดภัย

ข้อ	IOC	ผลการคัดเลือก
1.	1	คัดเลือกไว้
2.	0.6	คัดเลือกไว้
3.	1	คัดเลือกไว้
4.	0.6	คัดเลือกไว้
5.	1	คัดเลือกไว้
6.	1	คัดเลือกไว้
7.	0.8	คัดเลือกไว้
8.	0.8	คัดเลือกไว้
9.	0.8	คัดเลือกไว้
10.	1	คัดเลือกไว้
11.	1	คัดเลือกไว้
12.	0.8	คัดเลือกไว้

ตาราง 14 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อจำกัดของการใช้เวลาวางเส้นทางท่องเที่ยว

ข้อ	IOC	ผลการคัดเลือก
1.	0.8	คัดเลือกไว้
2.	1	คัดเลือกไว้
3.	1	คัดเลือกไว้
4.	1	คัดเลือกไว้
5.	1	คัดเลือกไว้
6.	1	คัดเลือกไว้
7.	1	คัดเลือกไว้
8.	1	คัดเลือกไว้
9.	1	คัดเลือกไว้
10.	1	คัดเลือกไว้

ตาราง 15 ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้ของแบบสอบถาม

ตัวแปรสังเกตได้	ตัวแปรสังเกตได้		
	ข้อคำถาม	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น (α)
ปัจจัยการตลาด	1.	.568	.902
	2.	.413	
	3.	.702	
	4.	.507	
	5.	.651	
	6.	.691	
	7.	.449	
	8.	.525	
	9.	.454	
	10.	.490	
	11.	.454	
	12.	.402	
ปัจจัยประสบการณ์ การท่องเที่ยว	1.	.595	.867
	2.	.520	
	3.	.520	
	4.	.639	
	5.	.556	
	6.	.520	
	7.	.449	
	8.	.639	
	9.	.253	
	10.	.319	
	11.	.413	
	12.	.610	

ตาราง 15 (ต่อ)

ตัวแปรสังเกตได้	ตัวแปรสังเกตได้		
	ข้อคำถาม	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น (α)
ปัจจัยความสะดวกและ ความปลอดภัย	1.	.319	.838
	2.	.365	
	3.	.365	
	4.	.610	
	5.	.691	
	6.	.698	
	7.	.547	
	8.	.643	
	9.	.583	
	10.	.556	
	11.	.583	
	12.	.583	
ข้อจำกัดของ การใช้เวลาร่าง เดินทางท่องเที่ยว	1.	.691	.907
	2.	.480	
	3.	.525	
	4.	.490	
	5.	.556	
	6.	.525	
	7.	.413	
	8.	.530	
	9.	.547	
	10.	.507	
ความเชื่อมั่นทั้งฉบับ			.961



□ □ □

แบบสอบถาม

เรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัด ของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬานันทนาการ และการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้จัดทำขอความร่วมมือมายังท่าน ได้กรุณาตอบแบบสอบถามตามความจริง ซึ่งข้อมูลนี้เก็บเป็นความลับ และใช้เพียงเพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น และขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยดี มา ณ โอกาสนี้

ท่านเคยใช้บริการเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและ/หรือต่างประเทศกับบริษัททัวร์มาแล้ว และเมื่อมีวันหยุดต่อเนื่องจากการพักร้อน (vacation) หรือจากวันหยุดทางราชการ ท่านได้วางแผนท่องเที่ยวในประเทศและ/หรือต่างประเทศกับบริษัททัวร์ (บริษัทที่เคยใช้บริการหรือบริษัทใหม่) แต่ท้ายสุดก็ตัดสินใจยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยวนี้

○ ใช่ /เคย (ดำเนินการกรอกแบบสอบถามต่อ) ○ ไม่ใช่/ไม่เคย (ไม่ต้องกรอกแบบสอบถามต่อ)

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับข้อมูล (ส่วนที่ 1) และความคิดเห็นของท่าน (ส่วนที่ 2 และ 3)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

2. สถานภาพทางครอบครัว

☐

โสด

☐

สมรส

3. อายุ

☐

21 – 30 ปี

☐

31 – 40 ปี

☐

41 – 50 ปี

☐

51 – 60 ปี

☐

มากกว่า 60 ปี

4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี☐ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ นิสิต/นักศึกษา☐ ข้าราชการ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐ พนักงานบริษัทเอกชน☐ ประกอบอาชีพส่วนตัว☐ พ่อบ้าน/แม่บ้าน☐ อาชีพอื่น (โปรดระบุ)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท☐ 10,000 – 15,000 บาท☐ 15,001 – 20,000 บาท☐ 20,001 – 25,000 บาท☐ มากกว่า 25,000 บาท

7. ระยะเวลาในการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยว

☐ 3 – 4 วัน☐ 5 – 6 วัน☐ มากกว่า 6 วัน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

ปัจจัยการตลาด

ข้อความ	ระดับของปัจจัย				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ราคาโปรแกรมทัวร์ที่ตั้งไว้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ท่านใช้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวยามว่าง					
2. ชื่อเสียงของที่พักแรมที่น่าเสนอในโปรแกรมทัวร์ท่านใช้พิจารณาในการเดินทางท่องเที่ยว					
3. โปรแกรมการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับความคุ้มค่ากับราคาทัวร์แล้วเป็นเรื่องที่ท่านคำนึงถึงเช่นกัน					
4. รายการการท่องเที่ยวที่ท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
5. สื่อที่ใช้นำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งที่ท่านใช้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
6. ภาษาและข้อมูลที่ใช้ในสื่อมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
7. จำนวนคนที่เดินทางรวมในคณะทัวร์ท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
8. ภาพลักษณ์ของบริษัทนำเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
9. ระยะเวลาที่กำหนดในการตัดสินใจเพื่อจองโปรแกรมทัวร์ท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
10. การเพิ่มราคาในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
11. พนักงานหรือผู้แทนนำเที่ยวในกรณีที่มีการติดต่อสื่อสารมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
12. ชื่อเสียงของยานพาหนะที่ใช้โดยสารเดินทางท่องเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					

ปัจจัยประสพการณ์การท่องเที่ยว

ข้อความ	ระดับของปัจจัย				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การเคยไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแล้วหรือที่มีลักษณะคล้ายกันเป็นปัจจัยในการพิจารณาการเดินทางไปอีกของท่าน					
2. คนที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวกับท่านมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
3. กิจกรรมในรายการท่องเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
4. ระยะเวลาการพักผ่อนกับรายการนำเที่ยวท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
5. บุคลากรให้บริการของบริษัทนำเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
6. ความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
7. การต้อนรับของชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
8. สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ท่านคำนึงถึงเช่นกัน					
9. การได้รับข้อมูลจากบุคคลที่เคยไปแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
10. ข้อมูลก่อนการเดินทางจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
11.ยานพาหนะที่ใช้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
12. ความแตกต่างทางด้านสังคมวัฒนธรรมที่ต่างจากท่านมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของท่าน					

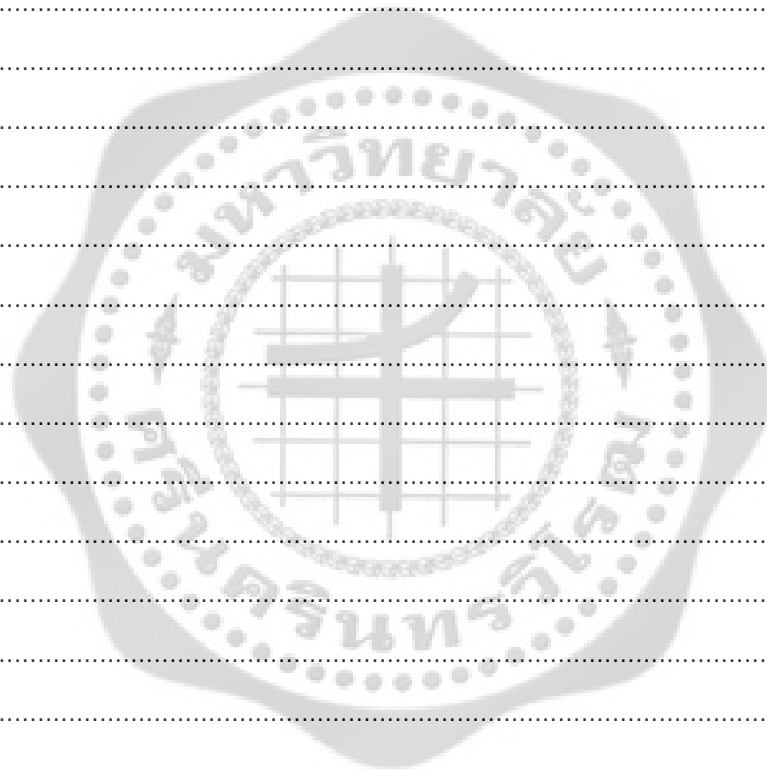
ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัย

ข้อความ	ระดับของปัจจัย				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความสะดวกสบายตลอดการเดินทางท่องเที่ยวเป็นปัจจัยในการพิจารณาการเดินทางไปอีกของท่าน					
2. เส้นทางที่ใช้ในการเดินทางจากสถานที่พัก/โรงแรมไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
3. การรักษาความปลอดภัยของสถานที่พัก/โรงแรมมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
4. ความสะดวกในเรื่องการรับประทานอาหารแต่ละมื้อท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
5. ความปลอดภัยของการทำกิจกรรมในรายการท่องเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
6. บุคลิกและท่าทางของผู้ให้บริการไม่ว่าเป็นพนักงานโรงแรม พนักงานขับรถ มัคคุเทศก์ ผู้ร่วมเดินทางมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
7. การโจรกรรมและการลักทรัพย์ในระหว่างการพักผ่อนท่องเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
8. โรคระบาดในระหว่างการพักผ่อนท่องเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
9. ข่าวอาชญากรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนที่ทำให้ท่านตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
10. ภัยพิบัติที่เคยเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
11. ความพร้อมด้านการรักษาพยาบาลสำหรับกรณีฉุกเฉินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่ท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					
12. ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกและความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านใช้พิจารณาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว					

ส่วนที่ 3 ข้อจำกัดของการใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง

ข้อความ	ระดับของปัจจัย				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เวลาว่างต่อเนื่องในวันหยุดเป็นเรื่องปกติธรรมดาสำหรับท่านซึ่งอาจกลายเป็นข้อจำกัดเพราะท่านมีอะไรต้องทำมากกว่าการพักผ่อนท่องเที่ยว					
2. การสื่อความหมายของโปรแกรมทัวร์เป็นข้อพิจารณาทำให้ท่านตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยว					
3. ความไม่คุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปกับการเดินทางไปเที่ยวเมื่อท่านพิจารณาแล้วทำให้ท่านตัดสินใจไม่พักผ่อนท่องเที่ยว					
4. การออมเงินในส่วนที่คิดว่าจักใช้ในการพักผ่อนท่องเที่ยวไม่เพียงพอกับสนนราคา					
5. ประสบการณ์การใช้เวลาว่างเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่องทำให้ท่านตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยว					
6. สุขภาพกับการพักผ่อนท่องเที่ยวในบางครั้งเป็นข้อจำกัดในการเดินทาง					
7. การเดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยวเมื่อท่านพิจารณาแล้วไม่คุ้มค่ากับเวลา					
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่นำเสนอตลอดโปรแกรมทัวร์เป็นข้อจำกัดสำหรับการเดินทางของท่าน					
9. ผู้ร่วมเดินทางไปกับท่านเกิดการเปลี่ยนใจไม่ไปพักผ่อนท่องเที่ยวซึ่งทำให้กลายเป็นข้อจำกัดของท่าน					
10. เหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดมาก่อนเป็นข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน					

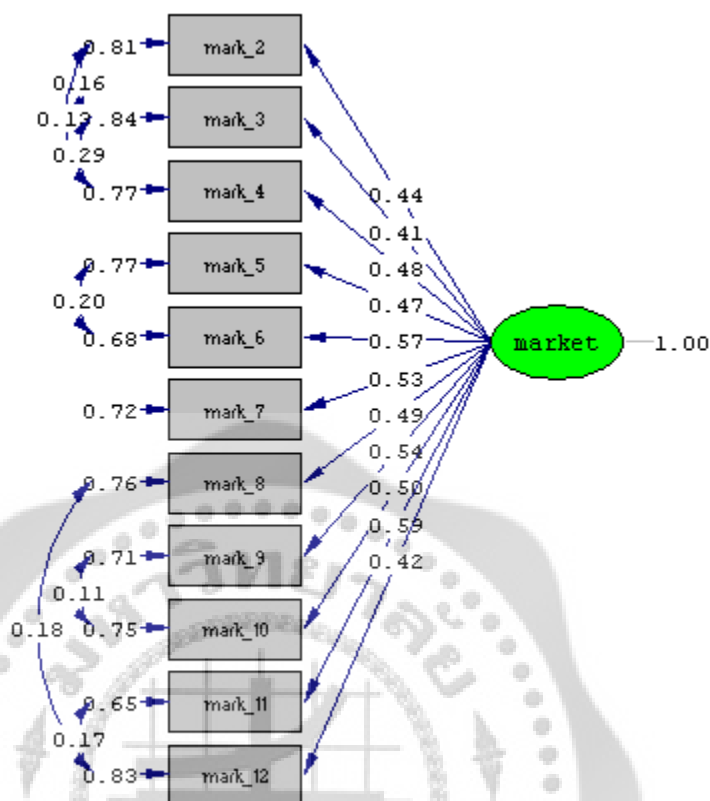
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ





ภาคผนวก ง
ผลการใช้โปรแกรมลิสเรล (LISREL)

คำสั่งที่ใช้วิเคราะห์องค์ประกอบมาตรฐานวัดตัวแปรปัจจัยการตลาด



Chi-Square=88.03, df=37, P-value=0.00000, RMSEA=0.045

DATE: 14/02/2013

TIME: 0:46

LISREL 8.72

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by

Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005

Use of this program is subject to the terms specified in the

Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file C:\Documents and
Settings\user\Desktop\path_dr_kai\factor\factor_market.SPJ:

factor market

Observed Variables

mark_2 mark_3 mark_4 mark_5 mark_6 mark_7 mark_8 mark_9 mark_10 mark_11

mark_12 exper_1 exper_2 exper_3 exper_4 exper_5 exper_6 exper_7 exper_8

exper_9 exper_10 exper_11 exper_12 safe_1 safe_2 safe_3 safe_4 safe_5

safe_6 safe_7 safe_8 safe_9 safe_10 safe_11 safe_12 onway_1 onway_2

onway_3 onway_4 onway_5 onway_6 onway_7 onway_8 onway_9 onway_10

Covariance Matrix from file 'C:\Documents and Settings\user\Desktop\path_dr_kai\factor\factor.cov'

Sample Size = 690

Latent Variables market

Relationships

mark_2 = market

mark_3 = market

mark_4 = market

mark_5 = market

mark_6 = market

mark_7 = market

mark_8 = market

mark_9 = market

mark_10 = market

mark_11 = market

mark_12 = market

Path Diagram

LISREL OUTPUT: ME=ML MI SC EF

Set Error Covariance of mark_3 amd mark_4 free

Set Error Covariance of mark_5 and mark_6 free

Set Error Covariance of mark_8 and mark_12 free

Set Error Covariance of mark_11 and mark_12 free

Set Error Covariance of mark_9 and mark_10 free

Set Error Covariance of mark_2 and mark_3 free

Set Error Covariance of mark_2 and mark_4 free

End of Problem

factor market

Covariance Matrix

	mark_2	mark_3	mark_4	mark_5	mark_6	mark_7
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
mark_2	0.67					
mark_3	0.21	0.61				
mark_4	0.22	0.30	0.63			
mark_5	0.18	0.20	0.21	0.65		
mark_6	0.18	0.18	0.22	0.31	0.66	
mark_7	0.16	0.14	0.19	0.17	0.22	0.88
mark_8	0.12	0.14	0.17	0.14	0.16	0.18
mark_9	0.18	0.13	0.12	0.15	0.17	0.23
mark_10	0.13	0.12	0.13	0.12	0.19	0.21
mark_11	0.18	0.11	0.17	0.18	0.25	0.28
mark_12	0.06	0.07	0.11	0.14	0.15	0.19

Covariance Matrix

	mark_8	mark_9	mark_10	mark_11	mark_12
	-----	-----	-----	-----	-----
mark_8	0.71				
mark_9	0.20	0.60			
mark_10	0.16	0.24	0.63		
mark_11	0.25	0.20	0.24	0.79	
mark_12	0.29	0.20	0.18	0.33	0.76

factor market

Parameter Specifications

LAMBDA-X							
	market						

mark_2	1						
mark_3	2						
mark_4	3						
mark_5	4						
mark_6	5						
mark_7	6						
mark_8	7						
mark_9	8						
mark_10	9						
mark_11	10						
mark_12	11						
THETA-DELTA		mark_2	mark_3	mark_4	mark_5	mark_6	mark_7
	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
mark_2	12						
mark_3	13	14					
mark_4	15	16	17				
mark_5	0	0	0	18			
mark_6	0	0	0	19	20		
mark_7	0	0	0	0	0	21	
mark_8	0	0	0	0	0	0	0
mark_9	0	0	0	0	0	0	0
mark_10	0	0	0	0	0	0	0
mark_11	0	0	0	0	0	0	0
mark_12	0	0	0	0	0	0	0

THETA-DELTA

	mark_8	mark_9	mark_10	mark_11	mark_12
	-----	-----	-----	-----	-----
mark_8	22				
mark_9	0	23			
mark_10	0	24	25		
mark_11	0	0	0	26	
mark_12	27	0	0	28	29

factor market

Number of Iterations = 9

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

	LAMBDA-X
	market

mark_2	0.36 (0.03) 10.28
mark_3	0.32 (0.03) 9.49
mark_4	0.38 (0.03) 11.44
mark_5	0.38 (0.03) 11.23
mark_6	0.46 (0.03) 13.88

LAMBDA-X	
	market

mark_7	0.50 (0.04) 12.95
mark_8	0.41 (0.03) 11.84
mark_9	0.42 (0.03) 13.10
mark_10	0.40 (0.03) 12.01
mark_11	0.52 (0.04) 14.56
mark_12	0.36 (0.04) 9.63

PHI

market

1.00

THETA-DELTA

	mark_2	mark_3	mark_4	mark_5	mark_6	mark_7
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
mark_2	0.55 (0.03) 16.96					
mark_3	0.10 (0.02) 4.43	0.51 (0.03) 17.21				
mark_4	0.09 (0.02) 3.82	0.18 (0.02) 7.94	0.49 (0.03) 16.58			
mark_5	--	--	--	0.50 (0.03) 16.55		
mark_6	--	--	--	0.13 (0.02) 5.76	0.45 (0.03) 15.46	
mark_7	--	--	--	--	--	0.63 (0.04) 16.13
mark_8	--	--	--	--	--	--
mark_9	--	--	--	--	--	--
mark_10	--	--	--	--	--	--
mark_11	--	--	--	--	--	--
mark_12	--	--	--	--	--	--

THETA-DELTA

	mark_8	mark_9	mark_10	mark_11	mark_12
	-----	-----	-----	-----	-----
mark_8	0.54 (0.03) 16.58				
mark_9	--	0.42 (0.03) 15.74			
mark_10	--	0.07 (0.02)	0.47 (0.03)		
mark_11	--	--	--	0.51 (0.03) 15.23	
mark_12	0.13 (0.02) 5.52	--	--	0.13 (0.03) 5.27	0.63 (0.04) 17.08

Squared Multiple Correlations for X - Variables

mark_2	mark_3	mark_4	mark_5	mark_6	mark_7
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.19	0.16	0.23	0.23	0.32	0.28

Squared Multiple Correlations for X - Variables

THETA-DELTA

mark_8	mark_9	mark_10	mark_11	mark_12
-----	-----	-----	-----	-----
0.24	0.29	0.25	0.35	0.17

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 37

Minimum Fit Function Chi-Square = 90.72 (P = 0.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 88.03 (P = 0.00)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 51.03

90 Percent Confidence Interval for NCP = (27.37 ; 82.40)

Minimum Fit Function Value = 0.13

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.074

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.040 ; 0.12)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.045

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.033 ; 0.057)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.75

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.21

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.18 ; 0.26)

ECVI for Saturated Model = 0.19

ECVI for Independence Model = 4.28

Chi-Square for Independence Model with 55 Degrees of Freedom = 2924.74

Independence AIC = 2946.74

Model AIC = 146.03

Saturated AIC = 132.00

Independence CAIC = 3007.65

Model CAIC = 306.60

Saturated CAIC = 497.42

Normed Fit Index (NFI) = 0.97**Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.97****Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.65****Comparative Fit Index (CFI) = 0.98**

Incremental Fit Index (IFI) = 0.98

Relative Fit Index (RFI) = 0.95

Critical N (CN) = 455.88

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.026

Standardized RMR = 0.038

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.98

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.96

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.55

factor market

Modification Indices and Expected Change

No Non-Zero Modification Indices for LAMBDA-X

No Non-Zero Modification Indices for PHI

Modification Indices for THETA-DELTA

	mark_2	mark_3	mark_4	mark_5	mark_6	mark_7
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
mark_2	--					
mark_3	--	--				
mark_4	--	--	--			
mark_5	1.94	6.24	2.65	--		
mark_6	0.03	0.34	1.84	--	--	
mark_7	0.84	0.33	0.10	1.53	0.01	--
mark_8	0.61	0.69	0.98	0.80	2.01	1.48
mark_9	5.54	0.05	6.76	0.17	2.80	1.76
mark_10	0.61	0.11	0.87	4.48	0.70	0.18
mark_11	0.81	6.18	0.11	2.20	0.97	0.75
mark_12	7.19	1.13	0.16	0.48	0.54	0.19

Modification Indices for THETA-DELTA

	mark_8	mark_9	mark_10	mark_11	mark_12
	-----	-----	-----	-----	-----
mark_8	--				
mark_9	1.54	--			
mark_10	0.57	--	--		
mark_11	3.94	4.31	2.44	--	
mark_12	--	5.02	0.95	--	--

Expected Change for THETA-DELTA

	mark_2	mark_3	mark_4	mark_5	mark_6	mark_7
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
mark_2	--					
mark_3	--	--				
mark_4	--	--	--			
mark_5	0.03	0.04	0.03	--		
mark_6	0.00	0.01	0.02	--	--	
mark_7	-0.02	-0.01	0.01	-0.03	0.00	--
mark_8	-0.02	0.02	0.02	-0.02	-0.03	-0.03
mark_9	0.05	0.00	-0.05	0.01	-0.03	0.03
mark_10	-0.02	0.01	-0.02	-0.04	0.02	0.01
mark_11	0.02	-0.05	-0.01	-0.03	0.02	0.02
mark_12	-0.06	-0.02	-0.01	0.01	-0.01	0.01

Expected Change for THETA-DELTA

	mark_8	mark_9	mark_10	mark_11	mark_12
	-----	-----	-----	-----	-----
mark_8	--				
mark_9	0.02	--			
mark_10	-0.02	--	--		
mark_11	0.05	-0.04	0.03	--	
mark_12	--	0.04	0.02	--	--

Completely Standardized Expected Change for THETA-DELTA

	mark_2	mark_3	mark_4	mark_5	mark_6	mark_7
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
mark_2	--					
mark_3	--	--				
mark_4	--	--	--			
mark_5	0.04	0.07	0.05	--		
mark_6	0.00	0.02	0.04	--	--	
mark_7	-0.03	-0.02	0.01	-0.04	0.00	--
mark_8	-0.02	0.02	0.03	-0.03	-0.04	-0.04
mark_9	0.07	0.01	-0.07	0.01	-0.05	0.04
mark_10	-0.02	0.01	-0.03	-0.06	0.02	0.01
mark_11	0.03	-0.07	-0.01	-0.04	0.03	0.03
mark_12	-0.08	-0.03	-0.01	0.02	-0.02	0.01

Completely Standardized Expected Change for THETA-DELTA

	mark_8	mark_9	mark_10	mark_11	mark_12
	-----	-----	-----	-----	-----
mark_8	--				
mark_9	0.04	--			
mark_10	-0.02	--	--		
mark_11	0.06	-0.06	0.05	--	
mark_12	--	0.07	0.03	--	--

Maximum Modification Index is 7.19 for Element (11, 1) of THETA-DELTA

factor market

Standardized Solution

LAMBDA-X	
	market

mark_2	0.36
mark_3	0.32
mark_4	0.38
mark_5	0.38
mark_6	0.46
mark_7	0.50
mark_8	0.41
mark_9	0.42
mark_10	0.40
mark_11	0.52
mark_12	0.36

PHI	
	market

	1.00
factor market	
Completely Standardized Solution	

LAMBDA-X	
	market

mark_2	0.44
mark_3	0.41
mark_4	0.48
mark_5	0.47
mark_6	0.57
mark_7	0.53
mark_8	0.49
mark_9	0.54
mark_10	0.50
mark_11	0.59
mark_12	0.42

PHI

market

1.00

THETA-DELTA

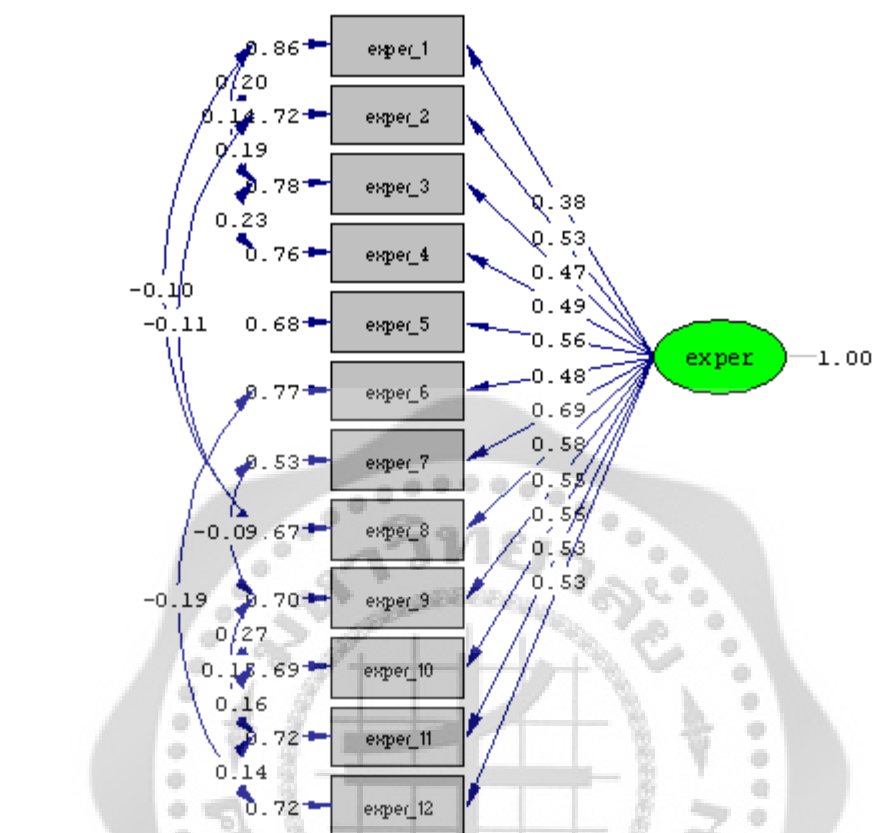
	mark_2	mark_3	mark_4	mark_5	mark_6	mark_7
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
mark_2	0.81					
mark_3	0.16	0.84				
mark_4	0.13	0.29	0.77			
mark_5	--	--	--	0.77		
mark_6	--	--	--	0.20	0.68	
mark_7	--	--	--	--	--	0.72
mark_8	--	--	--	--	--	--
mark_9	--	--	--	--	--	--
mark_10	--	--	--	--	--	--
mark_11	--	--	--	--	--	--
mark_12	--	--	--	--	--	--

THETA-DELTA

	mark_8	mark_9	mark_10	mark_11	mark_12
	-----	-----	-----	-----	-----
mark_8	0.76				
mark_9	--	0.71			
mark_10	--	0.11	0.75		
mark_11	--	--	--	0.65	
mark_12	0.18	--	--	0.17	0.83

Time used: 0.031 Seconds

คำสั่งที่ใช้วิเคราะห์องค์ประกอบมาวัดตัวแปรปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยว



Chi-Square=87.76, df=42, P-value=0.00005, RMSEA=0.040

DATE: 14/02/2013

TIME: 0:52

LISREL 8.72

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by

Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005

Use of this program is subject to the terms specified in the

Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file C:\Documents and Settings\user\Desktop\path_dr_kai\factor\factor_exper.SPJ:

factor market

Observed Variables

mark_2 mark_3 mark_4 mark_5 mark_6 mark_7 mark_8 mark_9 mark_10 mark_11

mark_12 exper_1 exper_2 exper_3 exper_4 exper_5 exper_6 exper_7 exper_8

exper_9 exper_10 exper_11 exper_12 safe_1 safe_2 safe_3 safe_4 safe_5

safe_6 safe_7 safe_8 safe_9 safe_10 safe_11 safe_12 onway_1 onway_2

onway_3 onway_4 onway_5 onway_6 onway_7 onway_8 onway_9 onway_10

Covariance Matrix from file 'C:\Documents and Settings\user\Desktop\path_dr_kai\factor\factor.cov'

Sample Size = 690

Latent Variables exper

Relationships

exper_1 = exper

exper_2 = exper

exper_3 = exper

exper_4 = exper

exper_5 = exper

exper_6 = exper

exper_7 = exper

exper_8 = exper

exper_9 = exper

exper_10 = exper

exper_11 = exper

exper_12 = exper

Path Diagram

Set Error Covariance of exper_9 and exper_10 free

Set Error Covariance of exper_3 and exper_4 free

Set Error Covariance of exper_3 and exper_2 free

Set Error Covariance of exper_1 and exper_2 free

Set Error Covariance of exper_6 and exper_12 free

Set Error Covariance of exper_3 and exper_1 free

Set Error Covariance of exper_7 and exper_9 free

Set Error Covariance of exper_11 and exper_12 free

Set Error Covariance of exper_10 and exper_11 free

Set Error Covariance of exper_9 and exper_11 free

Set Error Covariance of exper_2 and exper_8 free

Set Error Covariance of exper_1 and exper_8 free

LISREL OUTPUT: ME=ML MI SC EF

End of Problem

factor market

Covariance Matrix

	exper_1	exper_2	exper_13	exper_4	exper_5	exper_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_1	0.70					
exper_2	0.33	0.96				
exper_3	0.26	0.42	0.85			
exper_4	0.17	0.26	0.37	0.71		
exper_5	0.19	0.29	0.30	0.27	0.79	
exper_6	0.07	0.18	0.15	0.15	0.18	0.73
exper_7	0.20	0.33	0.22	0.22	0.33	0.27
exper_8	0.08	0.17	0.20	0.17	0.19	0.25
exper_9	0.12	0.21	0.20	0.19	0.19	0.21
exper_10	0.13	0.21	0.18	0.20	0.20	0.16
exper_11	0.10	0.20	0.17	0.18	0.19	0.19
exper_12	0.20	0.29	0.26	0.20	0.29	0.06

Covariance Matrix

	exper_7	exper_8	exper_9	exper_10	exper_11	exper_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_7	0.84					
exper_8	0.34	0.76				
exper_9	0.21	0.26	0.69			
exper_10	0.26	0.23	0.37	0.59		
exper_11	0.24	0.23	0.28	0.27	0.61	
exper_12	0.36	0.24	0.25	0.26	0.34	1.09

factor market

Parameter Specifications

LAMBDA-X						
exper	exper_1					
-----	-----					
exper_1	1					
exper_2	2					
exper_3	3					
exper_4	4					
exper_5	5					
exper_6	6					
exper_7	7					
exper_8	8					
exper_9	9					
exper_10	10					
exper_11	11					
exper_12	12					
THETA-DELTA						
	exper_1	exper_2	exper_13	exper_4	exper_5	exper_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_1	13					
exper_2	14	15				
exper_3	16	17	18			
exper_4	0	0	19	20		
exper_5	0	0	0	0	21	
exper_6	0	0	0	0	0	22
exper_7	0	0	0	0	0	
exper_8	24	25	0	0	0	0
exper_9	0	0	0	0	0	0
exper_10	0	0	0	0	0	0
exper_11	0	0	0	0	0	0
exper_12	0	0	0	0	0	34

THETA-DELTA

	exper_7	exper_8	exper_9	exper_10	exper_11	exper_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_7	23					
exper_8	0	26				
exper_9	27	0	28			
exper_10	0	0	29	30		
exper_11	0	0	31	32	33	
exper_12	0	0	0	0	35	36

factor market

Number of Iterations = 11

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

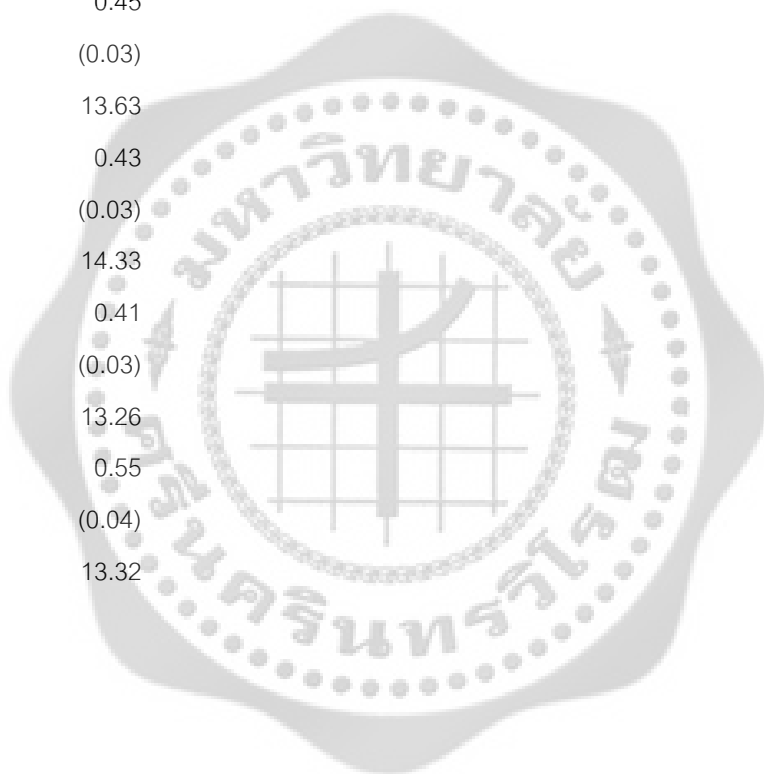
LAMBDA-X

	exper

exper_1	0.32 (0.03) 9.17
exper_2	0.52 (0.04) 13.45
exper_3	0.43 (0.04) 11.78
exper_4	0.41 (0.03) 12.52
exper_5	0.50 (0.03) 14.70
exper_6	0.41 (0.03) 12.03

LAMBDA-X	
	exper

exper_7	0.63 (0.03) 18.63
exper_8	0.50 (0.03) 14.83
exper_9	0.45 (0.03) 13.63
exper_10	0.43 (0.03) 14.33
exper_11	0.41 (0.03) 13.26
exper_12	0.55 (0.04) 13.32



PHI						
exper						

1.00						
THETA-DELTA						
	exper_1	exper_2	exper_3	exper_4	exper_5	exper_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_1	0.60 (0.03) 17.69					
exper_2	0.16 (0.03) 5.92	0.69 (0.04) 16.61				
exper_3	0.11 (0.02) 4.50	0.17 (0.03) 6.25	0.65 (0.04) 17.48			
exper_4	-- -- --	-- -- --	0.18 (0.02) 7.38	0.53 (0.03) 17.27		
exper_5	-- -- --	-- -- --	-- -- --	-- -- --	0.54 (0.03) 16.66	
exper_6	-- -- --	-- -- --	-- -- --	-- -- --	-- -- --	0.56 (0.03) 17.20
exper_7	--	--	--	--	--	--
exper_8	-0.07 (0.02) -3.29	-0.09 (0.02) -3.78	--	--	--	--
exper_9	--	--	--	--	--	--
exper_10	--	--	--	--	--	--
exper_11	--	--	--	--	--	--
exper_12	--	--	--	--	--	-0.17 (0.03) -6.21

THETA-DELTA

	exper_7	exper_8	exper_9	exper_10	exper_11	exper_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_7	0.44 (0.03) 14.61					
exper_8	--	0.51 (0.03) 16.27	--	--	--	--
exper_9	-0.07 (0.02) -3.64	--	0.48 (0.03) 16.14	--	--	--
exper_10	--	--	0.17 (0.02) 8.14	0.41 (0.02) 16.56		
exper_11	--	--	0.09 (0.02) 4.72	0.09 (0.02) 5.20	0.44 (0.03) 16.73	
exper_12	--	--	--	--	0.11 (0.02) 4.74	0.79 (0.05) 16.80

Squared Multiple Correlations for X - Variables

exper_1	exper_2	exper_3	exper_4	exper_5	exper_6
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.14	0.28	0.22	0.24	0.32	0.23

Squared Multiple Correlations for X - Variables

exper_7	exper_8	exper_9	exper_10	exper_11	exper_12
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.47	0.33	0.30	0.31	0.28	0.28

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 42

Minimum Fit Function Chi-Square = 85.19 (P = 0.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 87.76 (P = 0.00)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 45.76

90 Percent Confidence Interval for NCP = (22.67 ; 76.60)

Minimum Fit Function Value = 0.12

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.066

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.033 ; 0.11)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.040

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.028 ; 0.051)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.92

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.23

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.20 ; 0.28)

ECVI for Saturated Model = 0.23

ECVI for Independence Model = 6.29

Chi-Square for Independence Model with 66 Degrees of Freedom = 4308.06

Independence AIC = 4332.06

Model AIC = 159.76

Saturated AIC = 156.00

Independence CAIC = 4398.50

Model CAIC = 359.08

Saturated CAIC = 587.86

Normed Fit Index (NFI) = 0.98

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.98

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.62

Comparative Fit Index (CFI) = 0.99

Incremental Fit Index (IFI) = 0.99

Relative Fit Index (RFI) = 0.97

Critical N (CN) = 536.49

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.025

Standardized RMR = 0.033

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.98

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.96

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.53

factor market

Modification Indices and Expected Change

No Non-Zero Modification Indices for LAMBDA-X

No Non-Zero Modification Indices for PHI

Modification Indices for THETA-DELTA

	exper_1	exper_2	exper_13	exper_4	exper_5	exper_6
exper_1	--					
exper_2	--					
exper_3	--					
exper_4	2.05	2.63	--			
exper_5	0.58	0.01	6.30	7.05	--	
exper_6	5.41	0.61	0.00	1.45	1.36	--
exper_7	0.19	0.56	5.22	3.87	0.49	2.01
exper_8	--	--	0.10	1.63	10.47	1.76
exper_9	0.23	1.07	0.72	1.61	2.15	2.75
exper_10	0.37	0.00	0.46	2.76	0.00	2.12
exper_11	1.29	0.01	0.25	1.05	0.67	1.96
exper_12	0.17	0.61	1.16	3.46	0.17	--

Modification Indices for THETA-DELTA

	exper_7	exper_8	exper_9	exper_10	exper_11	exper_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_7	--					
exper_8	3.79					
exper_9	--	3.24	--			
exper_10	0.68	0.03	--	--		
exper_11	1.17	1.62	--	--	--	
exper_12	1.34	3.49	0.00	1.15	--	--

Expected Change for THETA-DELTA

	exper_1	exper_2	exper_13	exper_4	exper_5	exper_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_1	--					
exper_2	--	--				
exper_3	--	--	--			
exper_4	0.03	0.04	--	--		
exper_5	0.02	0.00	0.06	0.06	--	
exper_6	-0.05	-0.02	0.00	-0.03	-0.03	--
exper_7	0.01	0.02	-0.05	-0.04	0.02	0.03
exper_8	--	--	-0.01	-0.03	-0.08	0.03
exper_9	-0.01	-0.02	0.02	-0.02	-0.03	0.03
exper_10	0.01	0.00	-0.01	0.03	0.00	-0.03
exper_11	-0.02	0.00	-0.01	0.02	-0.02	0.03
exper_12	0.01	-0.02	0.03	-0.05	0.01	--

Expected Change for

THETA-DELTA

	exper_7	exper_8	exper_9	exper_10	exper_11	exper_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_7	--					
exper_8	0.05	--				
exper_9	--	0.04	--			
exper_10	-0.02	0.00	--	--		
exper_11	-0.02	0.02	--	--	--	
exper_12	0.03	-0.05	0.00	0.02	--	--

Completely Standardized Expected Change for

THETA-DELTA

	exper_1	exper_2	exper_13	exper_4	exper_5	exper_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_1	--					
exper_2	--	--				
exper_3	--	--	--			
exper_4	0.05	0.05	--	--		
exper_5	0.02	0.00	0.07	0.08	--	
exper_6	-0.07	-0.02	0.00	-0.04	-0.04	--
exper_7	0.01	0.02	-0.06	-0.05	0.02	0.04
exper_8	--	--	-0.01	-0.04	-0.10	0.04
exper_9	-0.01	-0.03	0.02	-0.03	-0.04	0.05
exper_10	0.02	0.00	-0.02	0.04	0.00	-0.04
exper_11	-0.03	0.00	-0.01	0.03	-0.02	0.04
exper_12	0.01	-0.02	0.03	-0.05	0.01	--

Completely Standardized Expected Change for THETA-DELTA

	exper_7	exper_8	exper_9	exper_10	exper_11	exper_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_7	--					
exper_8	0.06	--				
exper_9	--	0.05	--			
exper_10	-0.02	0.00	--	--		
exper_11	-0.03	0.04	--	--	--	
exper_12	0.03	-0.06	0.00	0.03	--	--

Maximum Modification Index is 10.47 for Element (8, 5) of THETA-DELTA

factor market

Standardized Solution

LAMBDA-X

exper	-----
exper_1	0.32
exper_2	0.52
exper_3	0.43
exper_4	0.41
exper_5	0.50
exper_6	0.41
exper_7	0.63
exper_8	0.50
exper_9	0.45
exper_10	0.43
exper_11	0.41
exper_12	0.55

PHI

exper

1.00

factor market

Completely Standardized Solution

LAMBDA-X

exper

exper_1 0.38

exper_2 0.53

exper_3 0.47

exper_4 0.49

exper_5 0.56

exper_6 0.48

exper_7 0.69

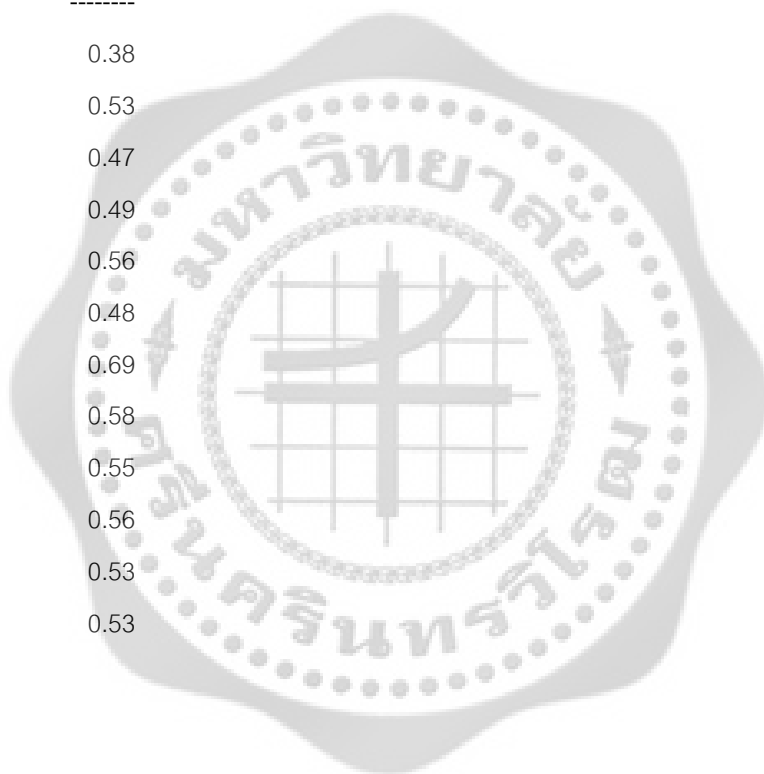
exper_8 0.58

exper_9 0.55

exper_10 0.56

exper_11 0.53

exper_12 0.53



PHI

exper

1.00

THETA-DELTA

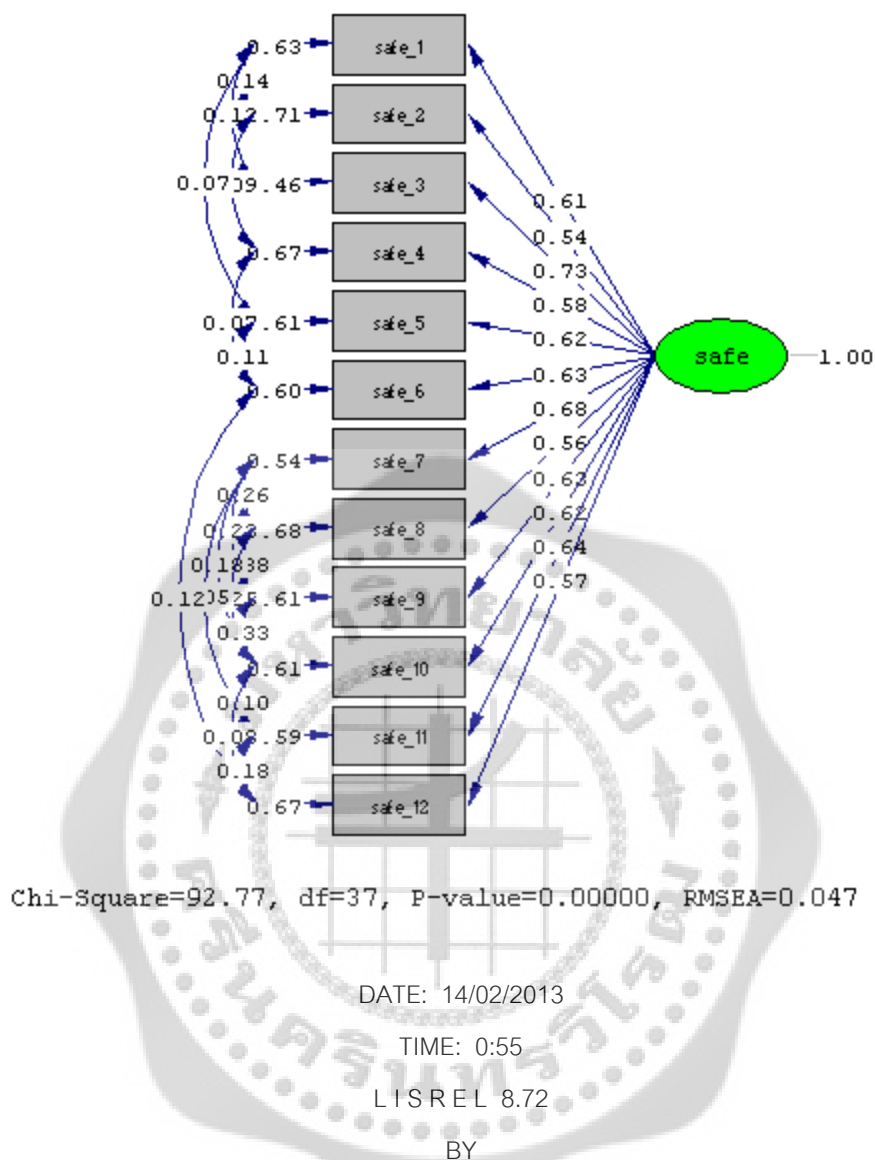
	exper_1	exper_2	exper_13	exper_4	exper_5	exper_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_1	0.86					
exper_2	0.20	0.72				
exper_3	0.14	0.19	0.78			
exper_4	--	--	0.23	0.76		
exper_5	--	--	--	--	0.68	
exper_6	--	--	--	--	--	0.77
exper_7	--	--	--	--	--	--
exper_8	-0.10	-0.11	--	--	--	--
exper_9	--	--	--	--	--	--
exper_10	--	--	--	--	--	--
exper_11	--	--	--	--	--	--
exper_12	--	--	--	--	--	-0.19

THETA-DELTA

	exper_7	exper_8	exper_9	exper_10	exper_11	exper_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
exper_7	0.53					
exper_8	--	0.67	--	0.70		
exper_9	-0.09					
exper_10	--	--	0.27	0.69		
exper_11	--	--	0.15	0.16	0.72	
exper_12	--	--	--	--	0.14	0.72

Time used: 0.047 Seconds

คำสั่งที่ใช้วิเคราะห์องค์ประกอบมาวัดตัวแปรปัจจัยด้านความสะอาดและความปลอดภัย



Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by

Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005

Use of this program is subject to the terms specified in the

Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file C:\Documents and Settings\user\Desktop\path_dr_kai\factor\factor_safe.SPJ:

factor safe

Observed Variables

mark_2 mark_3 mark_4 mark_5 mark_6 mark_7 mark_8 mark_9 mark_10 mark_11

mark_12 exper_1 exper_2 exper_3 exper_4 exper_5 exper_6 exper_7 exper_8

exper_9 exper_10 exper_11 exper_12 safe_1 safe_2 safe_3 safe_4 safe_5

safe_6 safe_7 safe_8 safe_9 safe_10 safe_11 safe_12 onway_1 onway_2

onway_3 onway_4 onway_5 onway_6 onway_7 onway_8 onway_9 onway_10

Covariance Matrix from file 'C:\Documents and Settings\user\Desktop\path_dr_kai\factor\factor.cov'

Sample Size = 690

Latent Variables safe

Relationships

safe_1 = safe

safe_2 = safe

safe_3 = safe

safe_4 = safe

safe_5 = safe

safe_6 = safe

safe_7 = safe

safe_8 = safe

safe_9 = safe

safe_10 = safe

safe_11 = safe

safe_12 = safe

Path Diagram

LISREL OUTPUT: ME=ML MI SC EF

Set Error Covariance of safe_8 and safe_9 free

Set Error Covariance of safe_10 and safe_9 free

Set Error Covariance of safe_8 and safe_10 free

Set Error Covariance of safe_1 and safe_3 free

Set Error Covariance of safe_8 and safe_7 free

Set Error Covariance of safe_7 and safe_9 free

Set Error Covariance of safe_7 and safe_10 free



Set Error Covariance of safe_11 and safe_12 free

Set Error Covariance of safe_1 and safe_2 free

Set Error Covariance of safe_6 and safe_12 free

Set Error Covariance of safe_5 and safe_6 free

Set Error Covariance of safe_2 and safe_4 free

Set Error Covariance of safe_10 and safe_11 free

Set Error Covariance of safe_10 and safe_12 free

Set Error Covariance of safe_4 and safe_6 free

Set Error Covariance of safe_1 and safe_5 free

Set Error Covariance of safe_7 and safe_11 free

End of Problem

factor safe

Covariance Matrix

	safe_1	safe_2	safe_3	safe_4	safe_5	safe_6
safe_1	0.58					
safe_2	0.29	0.63				
safe_3	0.33	0.26	0.57			
safe_4	0.24	0.27	0.28	0.65		
safe_5	0.26	0.23	0.25	0.24	0.59	
safe_6	0.22	0.25	0.28	0.29	0.31	0.65
safe_7	0.25	0.19	0.31	0.22	0.25	0.28
safe_8	0.22	0.13	0.29	0.17	0.22	0.22
safe_9	0.23	0.16	0.31	0.20	0.25	0.25
safe_10	0.27	0.20	0.30	0.23	0.27	0.26
safe_11	0.23	0.20	0.27	0.22	0.27	0.26
safe_12	0.22	0.23	0.25	0.24	0.23	0.34

Covariance Matrix

THETA-DELTA

	safe_7	safe_8	safe_9	safe_10	safe_11	safe_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_7	0.66					
safe_8	0.44	0.71				
safe_9	0.45	0.52	0.71			
safe_10	0.44	0.46	0.55	0.79		
safe_11	0.35	0.31	0.32	0.39	0.67	
safe_12	0.31	0.28	0.30	0.36	0.40	0.77

factor safe

Parameter Specifications

LAMBDA-X

safe	-----
safe_1	1
safe_2	2
safe_3	3
safe_4	4
safe_5	5
safe_6	6
safe_7	7
safe_8	8
safe_9	9
safe_10	10
safe_11	11
safe_12	12

THETA-DELTA						
	safe_1	safe_2	safe_3	safe_4	safe_5	safe_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_1	13					
safe_2	14	15				
safe_3	16	0	17			
safe_4	0	18	0	19		
safe_5	20	0	0	0	21	
safe_6	0	0	0	22	23	24
safe_7	0	0	0	0	0	0
safe_8	0	0	0	0	0	0
safe_9	0	0	0	0	0	0
safe_10	0	0	0	0	0	0
safe_11	0	0	0	0	0	0
safe_12	0	0	0	0	0	38

THETA-DELTA						
	safe_7	safe_8	safe_9	safe_10	safe_11	safe_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_7	25					
safe_8	26	27				
safe_9	28	29	30			
safe_10	31	32	33	34		
safe_11	35	0	0	36	37	
safe_12	0	0	0	39	40	41

factor safe

Number of Iterations = 9

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

LAMBDA-X	
	safe

safe_1	0.46 (0.03) 15.54
safe_2	0.43 (0.03) 13.89
safe_3	0.56 (0.03) 20.44
safe_4	0.46 (0.03) 15.00
safe_5	0.48 (0.03) 16.57
safe_6	0.51 (0.03) 16.58
safe_7	0.55 (0.03) 18.35
safe_8	0.48 (0.03) 14.57
safe_9	0.53 (0.03) 16.66
safe_10	0.55 (0.03) 16.40

LAMBDA-X

safe

safe_11 0.52
 (0.03)

17.07

safe_12	0.51
	(0.03)

14.92

PHI

safe

■■■■■■■■■■

1.00

THETA-DELTA

safe_1 safe_2 safe_3 safe_4 safe_5 safe_6

safe_1	0.37
	(0.02)
	15.75

safe_2 0.08
(0.02)

0.45
(0.03)

	5.00
safe_3	0.07
	(0.02)

16.91
-- 0.27
(0.02)

4.72

13.93

safe_4 - -

0.06	--	0.43
(0.02)		(0.03)

3.33	16.48
------	-------

safe_5 0.04
 (0.01)

-- -- -- 0.36
(0.02)

2.74

15.95

safe_6 --

--	--	0.05	0.07	0.39
		(0.02)	(0.02)	(0.02)

2.75

4.12

15.76

THETA-DELTA						
	safe_1	safe_2	safe_3	safe_4	safe_5	safe_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_7	--	--	--	--	--	--
safe_8	--	--	--	--	--	--
safe_9	--	--	--	--	--	--
safe_10	--	--	--	--	--	--
safe_11	--	--	--	--	--	--
safe_12	--	--	--	--	--	0.09
						(0.02)
						4.89

THETA-DELTA						
	safe_7	safe_8	safe_9	safe_10	safe_11	safe_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_7	0.35 (0.02) 15.02					
safe_8	0.18 (0.02) 8.72	0.49 (0.03) 16.55				
safe_9	0.15 (0.02) 7.89	0.27 (0.02) 11.49	0.43 (0.03) 15.85			
safe_10	0.13 (0.02) 6.42	0.19 (0.02) 8.35	0.24 (0.02) 10.80	0.48 (0.03) 16.09		
safe_11	0.03 (0.01) 2.43	--	--	0.07 (0.02) 4.60	0.40 (0.03) 15.73	
safe_12	--	--	--	0.06 (0.02) 3.83	0.13 (0.02) 6.56	0.52 (0.03) 16.60

Squared Multiple Correlations for X - Variables

safe_1	safe_2	safe_3	safe_4	safe_5	safe_6
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.37	0.29	0.54	0.33	0.39	0.40

Squared Multiple Correlations for X - Variables

Squared Multiple Correlations for X - Variables

safe_7	safe_8	safe_9	safe_10	safe_11	safe_12
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.46	0.32	0.39	0.39	0.41	0.33

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 37

Minimum Fit Function Chi-Square = 95.32 (P = 0.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 92.77 (P = 0.00)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 55.77

90 Percent Confidence Interval for NCP = (31.18 ; 88.04)

Minimum Fit Function Value = 0.14

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.081

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.045 ; 0.13)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.047

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.035 ; 0.059)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.65

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.25

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.22 ; 0.30)

ECVI for Saturated Model = 0.23

ECVI for Independence Model = 12.53

Chi-Square for Independence Model with 66 Degrees of Freedom = 8607.05

Independence AIC = 8631.05

Model AIC = 174.77

Saturated AIC = 156.00

Independence CAIC = 8697.49

Model CAIC = 401.77

Saturated CAIC = 587.86

Normed Fit Index (NFI) = 0.99

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.99

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.55

Comparative Fit Index (CFI) = 0.99

Incremental Fit Index (IFI) = 0.99

Relative Fit Index (RFI) = 0.98

Critical N (CN) = 433.91

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.023

Standardized RMR = 0.035

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.98

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.95

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.46

factor safe

Modification Indices and Expected Change

No Non-Zero Modification Indices for LAMBDA-X

No Non-Zero Modification Indices for PHI

Modification Indices for THETA-DELTA

THETA-DELTA						
	safe_1	safe_2	safe_3	safe_4	safe_5	safe_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_1	--					
safe_2	--	--				
safe_3	--	3.06	--			
safe_4	3.39	--	1.35	--		
safe_5	--	2.42	2.85	1.07	--	
safe_6	1.98	3.77	0.76	--	--	--
safe_7	0.00	0.52	0.04	0.52	1.29	0.65
safe_8	0.78	3.75	1.14	1.17	0.29	1.49
safe_9	4.25	1.41	2.75	1.01	0.15	0.04
safe_10	3.82	0.07	4.21	0.19	0.50	0.71
safe_11	0.53	1.93	1.86	2.39	3.03	0.03
safe_12	0.00	0.49	2.81	0.46	2.75	--

Modification Indices for THETA-DELTA

THETA-DELTA						
	safe_7	safe_8	safe_9	safe_10	safe_11	safe_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_7	--					
safe_8	--	--				
safe_9	--	--	--			
safe_10	--	--	--	--		
safe_11	--	2.93	1.64	--	--	
safe_12	2.04	0.21	0.03	--	--	--

Expected Change for THETA-DELTA

	safe_1	safe_2	safe_3	safe_4	safe_5	safe_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_1	--					
safe_2	--	--				
safe_3	--	0.03				
safe_4	0.03	--	0.02	--		
safe_5	--	0.03	-0.03	0.02		
safe_6	-0.02	0.03	0.01	--	--	--
safe_7	0.00	-0.01	0.00	-0.01	-0.01	0.01
safe_8	0.01	-0.03	0.01	-0.02	-0.01	-0.02
safe_9	-0.02	-0.01	0.02	-0.01	0.00	0.00
safe_10	0.02	0.00	-0.03	0.01	0.01	-0.01
safe_11	-0.01	-0.02	-0.02	-0.02	0.03	0.00
safe_12	0.00	0.01	-0.03	0.01	-0.03	--

Expected Change for THETA-DELTA

	safe_7	safe_8	safe_9	safe_10	safe_11	safe_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_7	--					
safe_8	--	--				
safe_9	--	--	--			
safe_10	--	--	--	--		
safe_11	--	0.02	0.02	--	--	
safe_12	0.02	0.01	0.00	--	--	--

Completely Standardized Expected Change for THETA-DELTA

	safe_1	safe_2	safe_3	safe_4	safe_5	safe_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_1	--					
safe_2	--	--				
safe_3	--	0.05	--			
safe_4	0.05	--	0.03	--		
safe_5	--	0.04	-0.04	0.03	--	
safe_6	-0.03	0.05	0.02	--	--	--
safe_7	0.00	-0.02	0.00	-0.02	-0.02	0.02
safe_8	0.02	-0.04	0.02	-0.02	-0.01	-0.02
safe_9	-0.03	-0.02	0.03	-0.02	0.01	0.00
safe_10	0.04	0.01	-0.04	0.01	0.01	-0.02
safe_11	-0.02	-0.03	-0.03	-0.04	0.04	0.00
safe_12	0.00	0.02	-0.04	0.02	-0.04	--

Completely Standardized Expected Change for THETA-DELTA

	safe_7	safe_8	safe_9	safe_10	safe_11	safe_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_7	--					
safe_8	--	--				
safe_9	--	--	--			
safe_10	--	--	--	--		
safe_11	--	0.03	0.02	--	--	
safe_12	0.03	0.01	0.00	--	--	--

Maximum Modification Index is 4.25 for Element (9, 1) of THETA-DELTA

factor safe

Standardized Solution

LAMBDA-X

	safe

safe_1	0.46
safe_2	0.43
safe_3	0.56
safe_4	0.46
safe_5	0.48
safe_6	0.51
safe_7	0.55
safe_8	0.48
safe_9	0.53
safe_10	0.55
safe_11	0.52
safe_12	0.51

PHI

safe

1.00

factor safe

Completely Standardized Solution

LAMBDA-X

	safe

safe_1	0.61
safe_2	0.54
safe_3	0.73
safe_4	0.58
safe_5	0.62
safe_6	0.63
safe_7	0.68
safe_8	0.56
safe_9	0.63
safe_10	0.62
safe_11	0.64
safe_12	0.57

PHI

safe

1.00

THETA-DELTA

	safe_1	safe_2	safe_3	safe_4	safe_5	safe_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_1	0.63					
safe_2	0.14	0.71				
safe_3	0.12	--	0.46			
safe_4	--	0.09	--	0.67		
safe_5	0.07	--	--	--	0.61	
safe_6	--	--	--	0.07	0.11	0.60
safe_7	--	--	--	--	--	--
safe_8	--	--	--	--	--	--
safe_9	--	--	--	--	--	--
safe_10	--	--	--	--	--	--
safe_11	--	--	--	--	--	--
safe_12	--	--	--	--	--	0.12

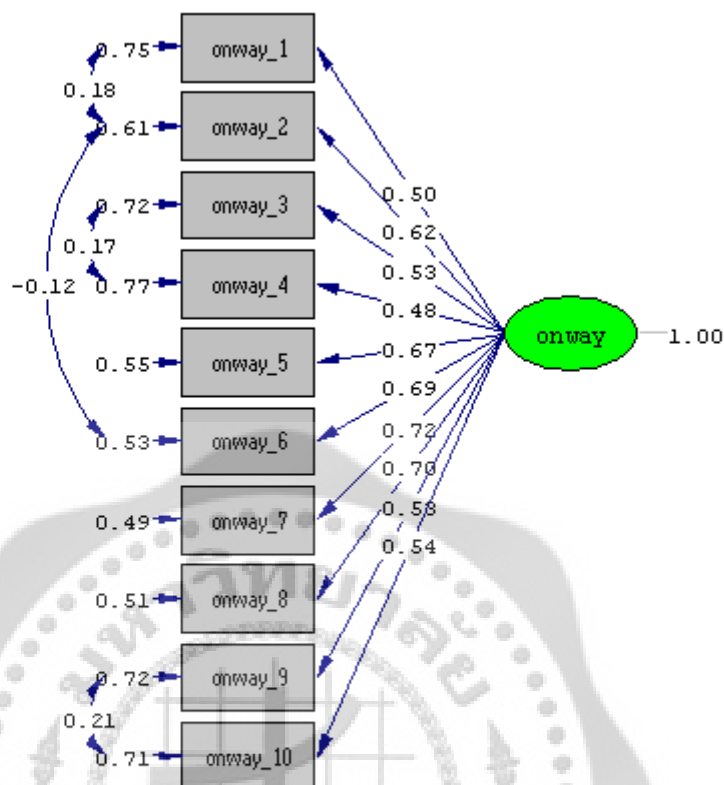
HETA-DELTA

	safe_7	safe_8	safe_9	safe_10	safe_11	safe_12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safe_7	0.54					
safe_8	0.26	0.68				
safe_9	0.23	0.38	0.61			
safe_10	0.18	0.25	0.33	0.61		
safe_11	0.05	--	--	0.10	0.59	
safe_12	--	--	--	0.08	0.18	0.67

Time used: 0.031 Seconds



คำสั่งที่ใช้วิเคราะห์องค์ประกอบมาตรฐานวัดตัวแปรข้อจำกัดของการใช้เวลาวางเดินทางท่องเที่ยว



Chi-Square=64.36, df=31, P-value=0.00040, RMSEA=0.040

DATE: 14/02/2013

TIME: 0:58

LISREL 8.72

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by

Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005

Use of this program is subject to the terms specified in the

Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file C:\Documents and
Settings\user\Desktop\path_dr_kai\factor\factor_onway.SPJ:

factor safe

Observed Variables

mark_2 mark_3 mark_4 mark_5 mark_6 mark_7 mark_8 mark_9 mark_10 mark_11

mark_12 exper_1 exper_2 exper_3 exper_4 exper_5 exper_6 exper_7 exper_8

exper_9 exper_10 exper_11 exper_12 safe_1 safe_2 safe_3 safe_4 safe_5

safe_6 safe_7 safe_8 safe_9 safe_10 safe_11 safe_12 onway_1 onway_2

onway_3 onway_4 onway_5 onway_6 onway_7 onway_8 onway_9 onway_10

Covariance Matrix from file 'C:\Documents and Settings\user\Desktop\path_dr_kai\factor\factor.cov'

Sample Size = 690

Latent Variables onway

Relationships

onway_1 = onway

onway_2 = onway

onway_3 = onway

onway_4 = onway

onway_5 = onway

onway_6 = onway

onway_7 = onway

onway_8 = onway

onway_9 = onway

onway_10 = onway

Path Diagram

LISREL OUTPUT: ME=ML MI SC EF

Set Error Covariance of onway_9 and onway_10 free

Set Error Covariance of onway_1 and onway_2 free

Set Error Covariance of onway_6 and onway_2 free

Set Error Covariance of onway_3 and onway_4 free

End of Problem

factor safe

Covariance Matrix

	onway_1	onway_2	onway_3	onway_4	onway_5	onway_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
onway_1	0.82					
onway_2	0.35	0.60				
onway_3	0.22	0.25	0.68			
onway_4	0.23	0.19	0.29	0.67		
onway_5	0.31	0.32	0.26	0.26	0.86	
onway_6	0.28	0.21	0.27	0.23	0.37	0.79
onway_7	0.31	0.30	0.32	0.31	0.44	0.46
onway_8	0.24	0.30	0.25	0.20	0.38	0.36
onway_9	0.23	0.23	0.20	0.17	0.28	0.24
onway_10	0.22	0.22	0.17	0.18	0.27	0.31

Covariance Matrix

	onway_7	onway_8	onway_9	onway_10
	-----	-----	-----	-----
onway_7	0.97			
onway_8	0.43	0.74		
onway_9	0.32	0.34	0.78	
onway_10	0.32	0.32	0.38	0.77

factor safe

Parameter Specifications

LAMBDA-X

onway_1	safety
onway_2	onway
onway_3	
onway_4	
onway_5	safety
onway_6	onway
onway_7	
onway_8	
onway_9	safety
onway_10	onway

THETA-DELTA

	onway_1	onway_2	onway_3	onway_4	onway_5	onway_6
onway_1	11					
onway_2	12	13				
onway_3	0	0	14			
onway_4	0	0	15	16		
onway_5	0	0	0	0	17	
onway_6	0	18	0	0	0	19
onway_7	0	0	0	0	0	0
onway_8	0	0	0	0	0	0
onway_9	0	0	0	0	0	0
onway_10	0	0	0	0	0	0

THETA-DELTA

	onway_7	onway_8	onway_9	onway_10
	-----	-----	-----	-----
onway_7	20			
onway_8	0	21		
onway_9	0	0	22	
onway_10	0	0	23	24

factor safe

Number of Iterations = 8

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

LAMBDA-X

	onway

onway_1	0.46 (0.04) 13.06
onway_2	0.48 (0.03) 16.52
onway_3	0.44 (0.03) 14.02
onway_4	0.39 (0.03) 12.44
onway_5	0.62 (0.03) 18.66
onway_6	0.61 (0.03) 19.07

LAMBDA-X				
	onway			

onway_7	0.70			
	(0.03)			
	20.38			
onway_8	0.60			
	(0.03)			
	19.73			
onway_9	0.47			
	(0.03)			
	13.82			
onway_10	0.47			
	(0.03)			
	14.09			
PHI				
	onway			

	1.00			
THETA-DELTA				
	onway_1	onway_2	onway_3	onway_4
	-----	-----	-----	-----
onway_1	0.61			
	(0.04)			
	17.35			
onway_2	0.13	0.37		
	(0.02)	(0.02)		
	6.03	16.02		
onway_3	--	--	0.49	
			(0.03)	
			17.30	
onway_4	--	--	0.11	0.52
			(0.02)	(0.03)
			5.38	17.59

THETA-DELTA						
	onway_1	onway_2	onway_3	onway_4	onway_5	onway_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
onway_5	--	--	--	--	0.47 (0.03) 16.00	
onway_6	--	-0.08 (0.02) -4.95	--	--	--	0.41 (0.03) 15.33
onway_7	--	--	--	--	--	--
onway_8	--	--	--	--	--	--
onway_9	--	--	--	--	--	--
onway_10	--	--	--	--	--	--
THETA-DELTA						
	onway_7	onway_8	onway_9	onway_10		
	-----	-----	-----	-----		
onway_7	0.47 (0.03) 15.22					
onway_8	--	0.38 (0.02) 15.54				
onway_9	--	--	0.57 (0.03) 17.33			
onway_10	--	--	0.16 (0.02) 6.81	0.55 (0.03) 17.27		

Squared Multiple Correlations for X - Variables

onway_1	onway_2	onway_3	onway_4	onway_5	onway_6
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.25	0.39	0.28	0.23	0.45	0.47

Squared Multiple Correlations for X - Variables

onway_7	onway_8	onway_9	onway_10
-----	-----	-----	-----
0.51	0.49	0.28	0.29

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 31

Minimum Fit Function Chi-Square = 64.90 (P = 0.00034)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 64.36 (P = 0.00040)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 33.36

90 Percent Confidence Interval for NCP = (14.14 ; 60.33)

Minimum Fit Function Value = 0.094

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.048

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.021 ; 0.088)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.040

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.026 ; 0.053)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.89

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.16

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.14 ; 0.20)

ECVI for Saturated Model = 0.16

ECVI for Independence Model = 6.35

Chi-Square for Independence Model with 45 Degrees of Freedom = 4356.67

Independence AIC = 4376.67

Model AIC = 112.36

Saturated AIC = 110.00

Independence CAIC = 4432.04

Model CAIC = 245.24

Saturated CAIC = 414.52

Normed Fit Index (NFI) = 0.99

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.99

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.68

Comparative Fit Index (CFI) = 0.99

Incremental Fit Index (IFI) = 0.99

Relative Fit Index (RFI) = 0.98

Critical N (CN) = 555.13

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.020

Standardized RMR = 0.027

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.98

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.97

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.55

factor safe

Modification Indices and Expected Change

No Non-Zero Modification Indices for LAMBDA-X

No Non-Zero Modification Indices for PHI

Modification Indices for THETA-DELTA

	onway_1	onway_2	onway_3	onway_4	onway_5	onway_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
onway_1	--					
onway_2	--	--				
onway_3	0.14	7.48	--			
onway_4	5.20	1.41	--	--		
onway_5	1.19	0.64	1.28	1.27	--	
onway_6	0.00	--	0.74	0.80	0.31	--
onway_7	0.05	7.54	0.02	3.17	0.03	2.89
onway_8	6.06	1.22	0.55	5.51	0.00	0.42
onway_9	0.49	0.34	0.06	0.15	0.01	10.19
onway_10	0.00	0.03	4.14	0.01	1.42	5.33

Modification Indices for THETA-DELTA

	onway_7	onway_8	onway_9	onway_10
	-----	-----	-----	-----
onway_7	--			
onway_8	0.04	--		
onway_9	0.00	10.90	--	
onway_10	0.73	1.15	--	--

Expected Change for THETA-DELTA

	onway_1	onway_2	onway_3	onway_4	onway_5	onway_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
onway_1	--					
onway_2	--	--				
onway_3	-0.01	0.05	--			
onway_4	0.05	-0.02	--	--		
onway_5	0.02	0.01	-0.02	0.02	--	
onway_6	0.00	--	0.02	-0.02	-0.01	--
onway_7	0.00	-0.05	0.00	0.04	0.00	0.04
onway_8	-0.05	0.02	-0.01	-0.04	0.00	-0.01
onway_9	0.01	-0.01	0.00	-0.01	0.00	-0.06
onway_10	0.00	0.00	-0.04	0.00	-0.02	0.05

Expected Change for THETA-DELTA

	onway_7	onway_8	onway_9	onway_10
	-----	-----	-----	-----
onway_7	--			
onway_8	0.00	--		
onway_9	0.00	0.06	--	
onway_10	-0.02	0.02	--	--

Completely Standardized Expected Change for THETA-DELTA

	onway_1	onway_2	onway_3	onway_4	onway_5	onway_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
onway_1	--					
onway_2	--	--				
onway_3	-0.01	0.07	--			
onway_4	0.06	-0.03	--	--		
onway_5	0.03	0.02	-0.03	0.03	--	
onway_6	0.00	--	0.02	-0.02	-0.01	--
onway_7	-0.01	-0.07	0.00	0.05	0.00	0.04
onway_8	-0.06	0.03	-0.02	-0.06	0.00	-0.02
onway_9	0.02	-0.01	0.01	-0.01	0.00	-0.08
onway_10	0.00	0.00	-0.05	0.00	-0.03	0.06

Completely Standardized Expected Change for THETA-DELTA

	onway_7	onway_8	onway_9	onway_10
	-----	-----	-----	-----
onway_7	--			
onway_8	0.00	--		
onway_9	0.00	0.08	--	
onway_10	-0.02	0.03	--	--

Maximum Modification Index is 10.90 for Element (9, 8) of THETA-DELTA

factor safe

Standardized Solution

LAMBDA-X

onway

onway_1	0.46
onway_2	0.48
onway_3	0.44
onway_4	0.39
onway_5	0.62
onway_6	0.61
onway_7	0.70
onway_8	0.60
onway_9	0.47
onway_10	0.47

PHI

onway

1.00

factor safe

Completely Standardized Solution

LAMBDA-X

onway

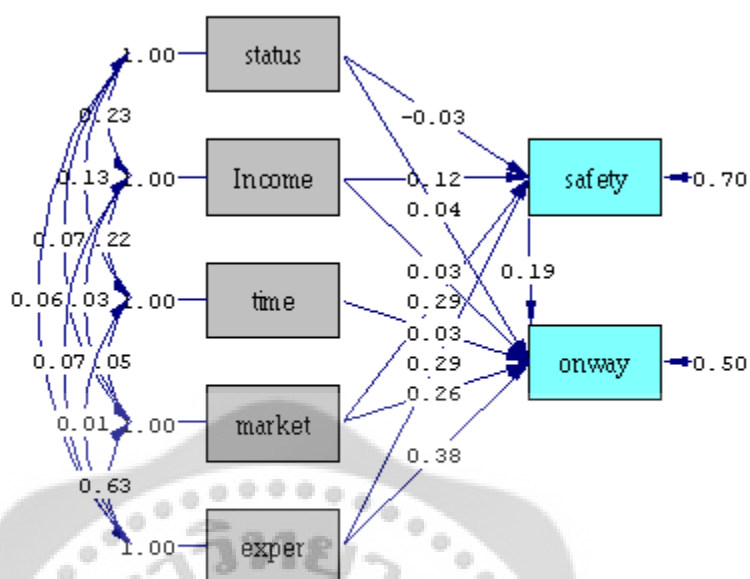
onway_1	0.50
onway_2	0.62
onway_3	0.53
onway_4	0.48
onway_5	0.67
onway_6	0.69
onway_7	0.72
onway_8	0.70
onway_9	0.53
onway_10	0.54

PHI						
onway						

1.00						
THETA-DELTA						
	onway_1	onway_2	onway_3	onway_4	onway_5	onway_6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
onway_1	0.75					
onway_2	0.18	0.61				
onway_3	--	--	0.72			
onway_4	--	--	0.17	0.77		
onway_5	--	--	--	--	0.55	
onway_6	--	-0.12	--	--	--	0.53
onway_7	--	--	--	--	--	--
onway_8	--	--	--	--	--	--
onway_9	--	--	--	--	--	--
onway_10	--	--	--	--	--	--
THETA-DELTA						
	onway_7	onway_8	onway_9	onway_10		
	-----	-----	-----	-----		
onway_7	0.49					
onway_8	--	0.51				
onway_9	--	--	0.72			
onway_10	--	--	0.21	0.71		

Time used: 0.031 Seconds

คำสั่งที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมุติฐานการวิจัย



Chi-Square=0.47, df=1, P-value=0.49207, RMSEA=0.000

DATE: 14/02/2013

TIME: 1:00

LISREL 8.72

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by

Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005

Use of this program is subject to the terms specified in the

Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file C:\Documents and
Settings\user\Desktop\path_dr_kai\path_hypo.SPJ:

path model

Observed Variables

status Income time market exper safety onway

Covariance Matrix from file 'C:\Documents and Settings\user\Desktop\path_dr_kai\runmodel.cov'

Sample Size = 690

Relationships

onway = status

onway = Income

onway = time

onway = market

onway = exper

onway = safety

safety = status

safety = Income

safety = market

safety = exper

Path Diagram

LISREL OUTPUT: ME=ML MI SC EF

End of Problem

path model



Covariance Matrix

	safety	onway	status	Income	time	market
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safety	0.31					
onway	0.16	0.33				
status	0.01	0.02	0.20			
Income	0.10	0.08	0.13	1.56		
time	0.02	0.02	0.04	0.17	0.39	
market	0.13	0.16	0.01	0.02	0.01	0.23
exper	0.14	0.19	0.01	0.05	0.00	0.16

Covariance Matrix

exper	-----
exper	0.28
path model	

Parameter Specifications

BETA

	safety	onway
	-----	-----
safety	0	0
onway	1	0

GAMMA

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	2	3	0	4	5
onway	6	7	8	8	10

PHI

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
status	11				
Income	12	13			
time	14	15	16		
market	17	18	19	20	
exper	21	22	23	24	25

PSI

	safety	onway
	-----	-----
	26	27
path model		
Number of Iterations = 0		
LISREL Estimates (Maximum Likelihood)		
BETA		
	safety	onway
	-----	-----
safety	--	--
onway	0.20	--
	(0.03)	
	5.92	

GAMMA

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	-0.03	0.05	--	0.34	0.31
	(0.04)	(0.01)		(0.05)	(0.04)
	-0.83	3.69		7.16	7.13
onway	0.05	0.02	0.02	0.31	0.42
	(0.04)	(0.01)	(0.03)	(0.04)	(0.04)
	1.28	1.20	0.93	7.07	10.57

Covariance Matrix of Y and X

	safety	onway	status	Income	time	market
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
safety	0.31					
onway	0.16	0.33				
status	0.01	0.02	0.20			
Income	0.10	0.08	0.13	1.56		
time	0.01	0.02	0.04	0.17	0.39	
market	0.13	0.16	0.01	0.02	0.01	0.23
exper	0.14	0.19	0.01	0.05	0.00	0.16

Covariance Matrix of Y and X

exper	-----					
Exper	0.28					
PHI						
	status	Income	time	market	exper	-----
status	0.20					
	(0.01)					
	18.49					
Income	0.13	1.56				
	(0.02)	(0.08)				
	5.86	18.49				
time	0.04	0.17	0.39			
	(0.01)	(0.03)	(0.02)			
	3.47	5.54	18.49			
market	0.01	0.02	0.01	0.23		
	(0.01)	(0.02)	(0.01)	(0.01)		
	1.77	0.90	1.27	18.49		
exper	0.01	0.05	0.00	0.16	0.28	
	(0.01)	(0.03)	(0.01)	(0.01)	(0.02)	
	1.48	1.93	0.24	13.92	18.49	

PSI

Note: This matrix is diagonal.

safety	onway
-----	-----
0.22	0.16
(0.01)	(0.01)
18.49	18.49

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

safety	onway
-----	-----
0.30	0.50

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

safety	onway
-----	-----
0.30	0.48

Reduced Form

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	-0.03	0.05	--	0.34	0.31
	(0.04)	(0.01)		(0.05)	(0.04)
	-0.83	3.69		7.16	7.13
onway	0.04	0.03	0.02	0.37	0.48
	(0.04)	(0.01)	(0.03)	(0.04)	(0.04)
	1.07	1.98	0.93	8.73	12.25

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 1

Minimum Fit Function Chi-Square = 0.47 (P = 0.49)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 0.47 (P = 0.49)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 0.0

90 Percent Confidence Interval for NCP = (0.0 ; 5.38)

Minimum Fit Function Value = 0.00069

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.0

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.0 ; 0.0079)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.0

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.0 ; 0.089)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.76

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.080

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.080 ; 0.088)

ECVI for Saturated Model = 0.082

ECVI for Independence Model = 2.10

Chi-Square for Independence Model with 21 Degrees of Freedom = 1424.52

Independence AIC = 1438.52

Model AIC = 54.47

Saturated AIC = 56.00

Independence CAIC = 1477.27

Model CAIC = 203.96

Saturated CAIC = 211.03

Normed Fit Index (NFI) = 1.00**Non-Normed Fit Index (NNFI) = 1.01****Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.048****Comparative Fit Index (CFI) = 1.00**

Incremental Fit Index (IFI) = 1.00

Relative Fit Index (RFI) = 0.99

Critical N (CN) = 9683.26

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.0014

Standardized RMR = 0.0041

Goodness of Fit Index (GFI) = 1.00

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.99

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.036

path model

Modification Indices and Expected Change

Modification Indices for BETA

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	0.47
onway	--	--

Expected Change for BETA

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	0.84
onway	--	--

Standardized Expected Change for BETA

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	2.64
onway	--	--

Modification Indices for GAMMA

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	--	--	0.47	--	--
onway	--	--	--	--	--

Expected Change for GAMMA

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	--	--	0.02	--	--
onway	--	--	--	--	--

Standardized Expected Change for GAMMA

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	--	--	0.02	--	--
onway	--	--	--	--	--

No Non-Zero Modification Indices for PHI

No Non-Zero Modification Indices for PSI

Modification Indices for THETA-DELTA-EPS

	safety	onway
	-----	-----
status	0.47	--
Income	0.47	--
time	0.47	--
market	0.47	--
exper	0.47	--

Expected Change for THETA-DELTA-EPS

	safety	onway
	-----	-----
status	-0.06	--
Income	-0.07	--
time	0.01	--
market	-0.08	--
exper	0.11	--

Maximum Modification Index is 0.47 for Element (5, 5) of THETA-DELTA
path model

Standardized Solution

BETA

	safety	onway
safety	--	2.64
onway	0.19	--

GAMMA

	status	Income	time	market	exper
safety	-0.03	0.12	--	0.29	0.29
onway	0.04	0.03	0.03	0.26	0.38

Correlation Matrix of Y and X

	safety	onway	status	Income	time	market
safety	1.00					
onway	0.51	1.00				
status	0.04	0.09	1.00			
Income	0.15	0.11	0.23	1.00		
time	0.04	0.06	0.13	0.22	1.00	
market	0.48	0.59	0.07	0.03	0.05	1.00
exper	0.49	0.64	0.06	0.07	0.01	0.63

Correlation Matrix of Y and X

	exper

exper	1.00
PSI	

Note: This matrix is diagonal.

	safety	onway
	-----	-----
	0.70	0.50

Regression Matrix Y on X (Standardized)

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	-0.03	0.12	--	0.29	0.29
onway	0.03	0.06	0.03	0.31	0.44

path model

Total and Indirect Effects

Total Effects of X on Y

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	-0.03	0.05	--	0.34	0.31
	(0.04)	(0.01)		(0.05)	(0.04)
	-0.83	3.69		7.16	7.13
onway	0.04	0.03	0.02	0.37	0.48
	(0.04)	(0.01)	(0.03)	(0.04)	(0.04)
	1.07	1.98	0.93	8.73	12.25

Indirect Effects of X on Y

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	--	--	--	--	--
onway	-0.01	0.01	--	0.07	0.06
	(0.01)	(0.00)		(0.01)	(0.01)
	-0.83	3.13		4.56	4.55

Total Effects of Y on Y

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	--
onway	0.20	--
	(0.03)	
	5.92	

Largest Eigen value of B*B' (Stability Index) is 0.039

path model

Standardized Total and Indirect Effects

Standardized Total Effects of X on Y

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	-0.03	0.12	--	0.29	0.29
onway	0.03	0.06	0.03	0.31	0.44

Standardized Indirect Effects of X on Y

	status	Income	time	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	--	--	--	--	--
onway	-0.01	0.02	--	0.06	0.06

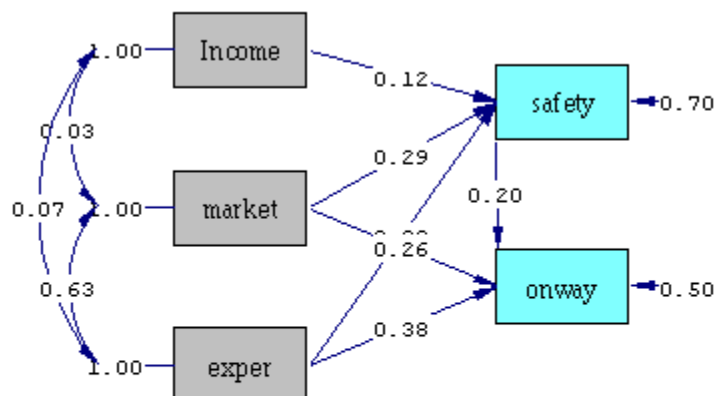
Standardized Total Effects of Y on Y

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	--
onway	0.19	--

Time used: 0.031 Seconds



คำสั่งที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปรับแก้



Chi-Square=3.10, df=1, P-value=0.07839, RMSEA=0.055

DATE: 14/02/2013

TIME: 1:03

LISREL 8.72

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by

Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2005

Use of this program is subject to the terms specified in the

Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file C:\Documents and
Settings\user\Desktop\path_dr_kai\path_modi_1.SPJ:

path model

Observed Variables

status Income time market exper safety onway

Covariance Matrix from file 'C:\Documents and Settings\user\Desktop\path_dr_kai\runmodel.cov'

Sample Size = 690

Relationships

onway = safety

safety = Income market exper

onway = market exper

Path Diagram

LISREL OUTPUT: ME=ML MI EF SC

End of Problem

path model

Covariance Matrix

	safety	onway	Income	market	exper
safety	0.31				
onway	0.16	0.33			
Income	0.10	0.08	1.56		
market	0.13	0.16	0.02	0.23	
exper	0.14	0.19	0.05	0.16	0.28

path model

Parameter Specifications

BETA

	safety	onway
	-----	-----
safety	0	0
onway	1	0

GAMMA

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	2	3	4
onway	0	5	6
PHI			
	Income	market	exper
	-----	-----	-----
Income	7		
market	8	9	
exper	10	11	12

PSI

safety	onway
-----	-----
13	14

path model

Number of Iterations = 6

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

BETA

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	--
onway	0.20 (0.03) 6.18	--

GAMMA

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	0.05 (0.01) 3.60	0.34 (0.05) 7.14	0.31 (0.04) 7.14
onway	--	0.31 (0.04) 7.11	0.42 (0.04) 10.57

Covariance Matrix of Y and X

	safety	onway	Income	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	0.31				
onway	0.16	0.33			
Income	0.10	0.08	1.56		
market	0.13	0.16	0.02	0.23	
exper	0.14	0.19	0.05	0.16	0.28

PHI			
	Income	market	exper
	-----	-----	-----
Income	1.56		
	(0.08)		
	18.52		
market	0.02	0.23	
	(0.02)	(0.01)	
	0.91	18.52	
exper	0.05	0.16	0.28
	(0.03)	(0.01)	(0.01)
	1.93	13.94	18.52

PSI

Note: This matrix is diagonal.

safety	onway
-----	-----
0.22	0.17
(0.01)	(0.01)
18.52	18.52

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

safety	onway
-----	-----
0.30	0.50

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

safety	onway
-----	-----
0.30	0.47

Reduced Form

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	0.05	0.34	0.31
	(0.01)	(0.05)	(0.04)
	3.60	7.14	7.14
onway	0.01	0.38	0.48
	(0.00)	(0.04)	(0.04)
	3.11	8.79	12.31

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 1

Minimum Fit Function Chi-Square = 3.10 (P = 0.078)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 3.10 (P = 0.078)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 2.10

90 Percent Confidence Interval for NCP = (0.0 ; 11.59)

Minimum Fit Function Value = 0.0045

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.0031

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.0 ; 0.017)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.055

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.0 ; 0.13)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.33

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.045

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.042 ; 0.059)

ECVI for Saturated Model = 0.044

ECVI for Independence Model = 1.94

Chi-Square for Independence Model with 10 Degrees of Freedom = 1323.85

Independence AIC = 1333.85

Model AIC = 31.10

Saturated AIC = 30.00

Independence CAIC = 1361.54

Model CAIC = 108.61

Saturated CAIC = 113.05

Normed Fit Index (NFI) = 1.00

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.98

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.100

Comparative Fit Index (CFI) = 1.00

Incremental Fit Index (IFI) = 1.00

Relative Fit Index (RFI) = 0.98

Critical N (CN) = 1473.32

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.0087

Standardized RMR = 0.012

Goodness of Fit Index (GFI) = 1.00

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.97

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.067

path model

Modification Indices and Expected Change

Modification Indices for BETA

	safety	onway
safety	-----	-----
onway	--	--

Expected Change for BETA

	safety	onway
safety	-----	-----
onway	--	--

Standardized Expected Change for BETA

	safety	onway
safety	-----	-----
onway	--	--

Modification Indices for GAMMA

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	--	--	--
onway	3.08	--	--

Expected Change for GAMMA

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	--	--	--
onway	0.02	--	--

Standardized Expected Change for GAMMA

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	--	--	--
onway	0.05	--	--

No Non-Zero Modification Indices for PHI

Modification Indices for PSI

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	--
onway	3.08	--

Expected Change for PSI

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	--
onway	-0.09	--

Standardized Expected Change for PSI

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	--
onway	-0.29	--

Modification Indices for THETA-EPS

	safety	onway
	-----	-----
safety	3.08	--
onway	3.08	--

Expected Change for THETA-EPS

	safety	onway
	-----	-----
safety	0.46	--
onway	-0.09	--

Modification Indices for THETA-DELTA-EPS

	safety	onway
	-----	-----
Income	3.08	3.08
market	3.08	3.08
exper	3.08	3.08

Expected Change for THETA-DELTA-EPS

	safety	onway
	-----	-----
Income	-0.17	0.03
market	0.45	0.19
exper	0.20	-0.38

Maximum Modification Index is 3.08 for Element (3, 2) of THETA-DELTA path model

Standardized Solution

BETA				
	safety	onway		
	-----	-----		
safety	--	--		
onway	0.20	--		
GAMMA				
	Income	market	exper	
	-----	-----	-----	
safety	0.12	0.29	0.29	
onway	--	0.26	0.38	

Correlation Matrix of Y and X

	safety	onway	Income	market	exper
	-----	-----	-----	-----	-----
safety	1.00				
onway	0.51	1.00			
Income	0.15	0.07	1.00		
market	0.48	0.59	0.03	1.00	
exper	0.49	0.64	0.07	0.63	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

safety	onway
-----	-----
0.70	0.50

Regression Matrix Y on X (Standardized)

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	0.12	0.29	0.29
onway	0.02	0.31	0.44

path model

Total and Indirect Effects

Total Effects of X on Y

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	0.05	0.34	0.31
	(0.01)	(0.05)	(0.04)
	3.60	7.14	7.14
onway	0.01	0.38	0.48
	(0.00)	(0.04)	(0.04)
	3.11	8.79	12.31

Indirect Effects of X on Y

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	--	--	--
onway	0.01	0.07	0.06
	(0.00)	(0.01)	(0.01)
	3.11	4.67	4.67

Total Effects of Y on Y

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	--
onway	0.20	--
	(0.03)	
	6.18	

Largest Eigenvalue of $B*B'$ (Stability Index) is 0.041

path model

Standardized Total and Indirect Effects

Standardized Total Effects of X on Y

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	0.12	0.29	0.29
onway	0.02	0.31	0.44

Standardized Indirect Effects of X on Y

	Income	market	exper
	-----	-----	-----
safety	--	--	--
onway	0.02	0.06	0.06

Standardized Total Effects of Y on Y

	safety	onway
	-----	-----
safety	--	--
onway	0.20	--

Time used: 0.016 Seconds



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ สกุล	นายเฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว
วัน เดือน ปีเกิด	27 กันยายน 2512
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่ทำงาน	สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
ตำแหน่งงานหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้อำนวยการหลักสูตรฯ/อาจารย์
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2529	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนโยธินบูรณะ
พ.ศ. 2532	ปริญญาตรี DEF (2ème degré) จาก Université de Franche-Comté, FRANCE
พ.ศ. 2533	ศศ.บ. สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส คณะศิลปศาสตร์ จาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2542	ศศ.บ. สาขาวิชาการโรงแรมและภัตตาคาร แขนงวิชามนุษยนิเวศศาสตร์ จาก มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
พ.ศ. 2544	ศศ.บ. สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ จาก มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2554	ร.บ. สาขาวิชาบริหารรัฐกิจ คณะรัฐศาสตร์ จาก มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2538	ศศ.ม. สาขาวิชาศึกษาศาสตร์-การสอน (ภาษาฝรั่งเศส) จาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2550	นศ.ม. สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2549	ศษ.ด. สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน จาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2556	ปร.ด. สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ