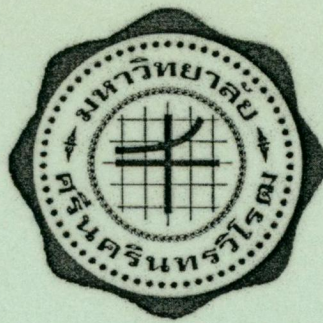




พุดิกรรณการท่งเที่ยวของนิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

งานวิจัย

ของ

สุนนรติ นิมเนตัพันธ์

658.8342
ส481พ
2555

ภาควิสาสนทนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากคณะพลศึกษา

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ 2555

658.8342

ส841ท

2555



พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



บทคัดย่อ

ของ

สุนทรดี นิ่มเนติพันธ์

1 3 พ.ย. 2556

ภาควิชาสันตนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากคณะพลศึกษา

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ 2555

บทคัดย่อ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กลุ่มตัวอย่างคือนิสิตระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรและองครักษ์ ทำการลงทะเบียนในปีการศึกษา 2555 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปรียบเทียบกับตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ เกรจซีและมอร์แกน (ธานินทร์ ศิลปจารุ. 2549: 51 อ้างอิงจาก Krejcie; & Morgan) ได้จำนวน 377 คน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างมากกว่าจำนวน 380 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) และเทียบสัดส่วนจำแนกตามเพศและคณะที่ศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 4 ตอนคือตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ทศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตอนที่ 3 พฤติกรรมการการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒและตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = .805) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รายงานพบว่า **ด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมีโอกาสในการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวในวันเสาร์และอาทิตย์โดยร่วมเดินทางกับพ่อแม่และเดินทางท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง ด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่หาข้อมูลเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวจากคำบอกกล่าวของเพื่อน/คนรู้จัก พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนตัว โดยเลือกที่พักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ โรงแรม มีการวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 2 วัน และมีเวลาในการเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว 1 วันก่อนเดินทาง แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวคือข่าวพยากรณ์อากาศ/ภัยพิบัติ** **ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว** ส่วนใหญ่มีที่มาของเงินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เงินเก็บส่วนตัว โดยมากใช้จ่ายในเรื่องอาหาร ส่วนการใช้จ่ายเงินเดินทางท่องเที่ยวก็มีความเพียงพอต่อการใช้จ่ายตามการประเมินไม่ได้กั๊ยืมเพิ่มเติม ค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยว 100-250 บาท ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักขณะเดินทางท่องเที่ยว 301-600 บาท ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าพาหนะเฉลี่ยขณะเดินทางท่องเที่ยว 251-500 บาท ค่าใช้จ่ายในเรื่องของที่ระลึกขณะเดินทางท่องเที่ยว 251-500 บาท

ค่าใช้จ่ายในภาพรวมโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 1,001-1,500 บาท **ด้านสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่**ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวทางทะเลและมีปัจจัยในการที่เลือกสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว คือ ราคา/ค่าใช้จ่าย และจะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมเป็นบางครั้งหากไม่มีตัวเลือกอื่นที่น่าสนใจมาก หากสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมให้ท่องเที่ยวในขณะนั้นก็จะไปหาสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวอื่นทดแทน





TOURIST BEHAVIOR OF UNDERGRADUATE STUDENTS,
SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY



AN ABSTRACT

by

SUMONRATEE NIMNATIPUN

Department of Recreation, Faculty of Physical Education

Srinakharinwirot University

This research was funded by Faculty of Physical Education

Srinakharinwirot University of Fiscal Year 2012

ABSTRACT

Tourist Behavior of Undergraduate students, Srinakharinwirot University

This survey research aimed to investigate the tourist behavior of Srinakharinwirot University Undergraduates. The samples were Srinakharinwirot University undergraduates at Prasarnmit and Ongkharak Campuses who enrolled in the year of 2012. The sample size was determined by comparing from Krejcie & Morgan's Sample Size Table (Krejcie & Morgan; cited in Silpjaru, 2006: 51) to be 377 samples. In this research, more than 380 samples were selected by stratified random sampling and categorized by genders and faculties. The instrument was a questionnaire developed by the researcher including four following parts: Part 1 Questions about respondents' general information, Part 2 Undergraduates' attitude towards tourism recreational activities, Part 3 Undergraduates' tourist behavior, and Part 4 Open-ended questions. The data was analyzed by descriptive statistics including percentage, mean, and standard deviation and presented in tables with descriptions.

The result revealed that the samples' overall attitude towards tourism recreational activities was fairly good ($= 4.10$, S.D. $= .805$). For tourist behavior in each aspect, it was found that, **for type of traveling**, the purpose of traveling of the majority was for leisure and the occasion for tourism recreational activities was during weekends. They traveled with their parents and traveled when they have some free time. **For traveling plan**, the majority obtained information for travel planning from friends or acquaintances. Most of them traveled by private cars, chose hotel for accommodation, spent two days for travel planning, spent one day before traveling for preparation, and found weather forecast/disaster news most affecting their decision. **For traveling expense**, the majority had the source of traveling budget from their own savings. Mostly, they spent their money on food, followed their estimate budget and did not borrow anymore. Also, they spent 100-250 baht on food per meal

per person, 301-600 baht on accommodation per room per person, 251-500 baht on transportation per person, 251-500 baht on souvenir per person, and 1,001-1,500 baht on overall traveling. **For tourist attraction**, the majority preferred marine tourist attractions and considered price/expense as the factor in choosing the attraction. They would probably revisit the attractions they have been in case of no other interesting choices and would possibly find other attractions in case of the unready attractions at the time of visit.



ประกาศคุณูปการ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนจากคณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ
2555 ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ธนาพันธ์ ธนาพงศธร ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกวดี พึ่งโพธิ์ทอง ดร.อรินทน์ งามนิยม ดร.กรรณิกา
พิมลศรี ดร.ผดุงเกียรติ ม่วงนนทศรี ดร.ยุทธการ ไวยอาภา ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเป็น
ผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบคุณอาจารย์พิงษ์ชัย ร้องขันแก้วที่ช่วยให้คำแนะนำในเรื่องรูปแบบการจัดทำรูปเล่ม
เล่มมา

ขอขอบคุณอาจารย์ธิติพงษ์ สุขดี ที่ช่วยในการตรวจทานการวิเคราะห์ข้อมูล

ขอขอบคุณ นางสาวพจนารถ เยี่ยมภพ นางสาววิภาวัลย์ เชาวนัสจรีต นายกรกต คุณาเพ็ชร์
ที่ช่วยในการเก็บข้อมูล

ขอขอบคุณนางสาวรัชราไวล สว่างอรุณ ที่ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล

ขอขอบคุณนางสาวพัชรชล พรหมณีวัฒน์ ที่ช่วยในการพิมพ์

ขอขอบคุณคุณพรสมัคร ภูมิเขตที่ช่วยเป็นธุระในการจัดทำรูปเล่มครั้งนี้

สุนนรติ นิมเนติพันธ์

ผู้วิจัย

สารบัญ

บทที่

หน้า

1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการ.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว.....	33
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	50
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	50
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	75
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	75
ความสำคัญของการวิจัย.....	75
ขอบเขตของการวิจัย.....	75
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	76

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	78
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
สรุปผลการวิจัย.....	78
อภิปรายผลการวิจัย.....	82
ข้อเสนอแนะ.....	94
บรรณานุกรม.....	95
ภาคผนวก.....	100
ภาคผนวก ก แบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.....	101
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย.....	112
ภาคผนวก ค ประวัติย่อผู้วิจัย.....	114

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตาราง 1 เทียบสัดส่วนจำแนกตามเพศและคณะที่ศึกษา.....	50
ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	57
ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.....	59
ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.....	61
ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ ด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว (n=380).....	64
ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว (n=380).....	67
ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒด้านสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว (n=380).....	69

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ตามแนวโครงการพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งเป็นการพัฒนาคนเป็นอันดับแรก โดยมีแผนการดำเนินโครงการที่เน้นการพัฒนาสุขภาพอนามัยและการศึกษา จนเป็นสำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ที่ยึดแผนการพัฒนาศักยภาพคนทุกมิติเป็นวาระลำดับแรกปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ การพัฒนาประเทศใหม่ ให้คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือในการช่วยพัฒนาคนให้มีความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดี โดยกำหนดวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการพัฒนาคน คือ เพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้คู่คุณธรรม จริยธรรมอย่างต่อเนื่องด้วยการเชื่อมโยงบทบาทครอบครัว สถาบันศาสนา และสถาบันครอบครัวเสริมสร้างบริการสุขภาพอย่างสมดุล ระหว่างการส่งเสริม การป้องกัน และการรักษา การฟื้นฟูสมรรถภาพ และสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) มีวัตถุประสงค์และเพื่อพัฒนาคุณภาพคนไทยทุกกลุ่มวัยให้มีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติ ปัญญา มีระเบียบวินัยมีจิตสำนึก วัฒนธรรมที่ดีงามและรู้คุณค่าความเป็นไทย มีโอกาสและสามารถเรียนรู้ตลอดชีวิตมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงและเป็นพลังทางสังคมในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและมีเป้าหมายที่ต้องการให้คนไทยทุกคนมีคุณภาพเพิ่มขึ้นทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจและสติปัญญา มีสถาบันทางสังคม โดยเฉพาะสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา และสถาบันชุมชนมีบทบาทในการบ่มเพาะและหล่อหลอมเด็ก เยาวชน คนไทยให้เป็นคนดีมีคุณธรรมและจริยธรรมอย่างเข้มแข็ง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2555: 43-44) ซึ่งการประกอบกิจกรรม

นั้นหนาแน่นต่าง ๆ เป็นประจำและเพียงพอต่อความต้องการของร่างกายและสังคม จะส่งผลให้ร่างกายเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ มีสภาวะของสุขภาพที่สมบูรณ์ มีสมรรถภาพสูง สามารถประกอบกิจกรรมหรือปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ ทำให้มีอายุยืนยาวด้วย อีกทั้งยังส่งผลให้มีพัฒนาการทางสติปัญญาและอารมณ์ รู้จักควบคุมอารมณ์ความรู้สึก รู้แพ้รู้ชนะ รู้ภัย รู้จักการปรับตัวให้เข้ากับสังคม

การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจและนิยมเลือกกระทำในเวลาว่างหรือเวลาอิสระมากที่สุดเป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา การเมือง วิทยาศาสตร์การอนุรักษ์ธรรมชาติ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า กิจกรรมและกีฬา กลางแจ้ง การบันเทิง การอาบน้ำแร่ และซึมซับวัฒนธรรมชาติสมุนไพร(สมบัติ กาญจนกิจ. 2544: 50)

การท่องเที่ยวยังเป็นการเดินทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินสนุกสนาน เป็นการเดินทางด้วยความสนใจ ฟังพอใจของผู้เดินทางเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ(Gee; & Choy. 1995: 98)

นับได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญยิ่งต่อสังคมและประเทศชาติ และยังเป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อชีวิต ช่วยสร้างให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง มีบุคลิกภาพที่ดี นอกจากนั้นยังส่งเสริมให้สังคมมีความเข้มแข็ง มีความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่ม ชุมชน ท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศ กิจกรรมนันทนาการจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่คนทุกคนพึงตัดสินใจกระทำ และมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตที่จะอยู่ได้เป็นปกติอย่างมีความสุข

จากการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ.2554 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากประชาชนที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคมทั่วประเทศจำนวน 54,705 รายสรุปได้ว่าเป็นการเดินทางที่มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน เยี่ยมครอบครัว/ญาติมิตร ประชุมหรือสัมมนา เล่นหรือดูกีฬา ประกอบพิธีทางศาสนา รวมทั้งการเดินทางเพื่อไปรักษาตัวหรือประกอบภารกิจอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อทำงานประจำหรือเพื่อการศึกษาพบว่าในรอบปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนของประชาชนที่เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากในรอบปี 2552 โดยจะใกล้เคียงในรอบปี 2551 คือ ร้อยละ 50.1 ในรอบปี 2553 ร้อยละ 48.8 ในรอบปี 2552 และร้อยละ 50.6 ในรอบปี 2551 (บทสรุปผู้บริหาร การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ.2554. ออนไลน์) ดังจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี มีการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในแต่ละปีซึ่งเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาค้นคว้าวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมีหลักสูตรการเรียนการสอน ระดับปริญญาตรีทางด้านการท่องเที่ยวอยู่หลายสาขาวิชาและคณะ เช่น วิชาการนันทนาการการท่องเที่ยว วิชาการจัดการท่องเที่ยว วิชาผู้นำท่องเที่ยว ซึ่งรายวิชาดังกล่าวอยู่ในภาควิชาสันนนาการ คณะพลศึกษา วิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการโรงแรม วิชาทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งรายวิชาดังกล่าวอยู่ในสาขาการท่องเที่ยว คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การเขียนเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยว การสร้างตราสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งรายวิชาดังกล่าวอยู่ในสาขาวิชาเอกการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว คณะนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

จะเห็นได้ว่ามีความน่าสนใจที่จะศึกษาในเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรีอยู่ไม่น้อยเนื่องจากการเรียนการสอนทางด้านการท่องเที่ยวอยู่หลายวิชาและหลายคณะ การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้สอนรายวิชานันทนาการการท่องเที่ยว ในภาควิชาสันนนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อสำรวจทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การเดินทางและลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะอื่น ๆ มาใช้เป็นข้อมูลในการเรียนการสอนและเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนวิชาการท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมศักยภาพนิสิตในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทั้งสามมธยยังเป็นข้อมูลพื้นฐานในการนำไปใช้เป็นแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แก่หน่วยงานรัฐและเอกชนต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒนี้ทำให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรีและสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ทางด้านการเรียนการสอน เป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนา ปรับปรุงกิจกรรมการเรียนการสอนวิชาการท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมศักยภาพนิสิต ให้มีความเหมาะสมกับนิสิตระดับปริญญาตรีที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรและองครักษ์ และทำการลงทะเบียนในปีการศึกษา 2555 จำนวน 21,508 คน (สถิติข้อมูลมศว.ออนไลน์:2555)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรและองครักษ์ และทำการลงทะเบียนในปีการศึกษา 2555 ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปรียบเทียบจากตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (ธานินทร์ ธิลปิจารุ. 2549: 51 อ้างอิงจาก Krejcie; & Morgan) ได้จำนวน 377 คน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างมากกว่าจำนวน 380 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) และเทียบสัดส่วนจำแนกตามเพศและคณะที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามคุณลักษณะ ดังนี้

1. เพศ
2. คณะที่ศึกษา

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

1. ทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้แก่

- 2.1 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.2 การจัดการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.4 สถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว

นิยามศัพท์เฉพาะ

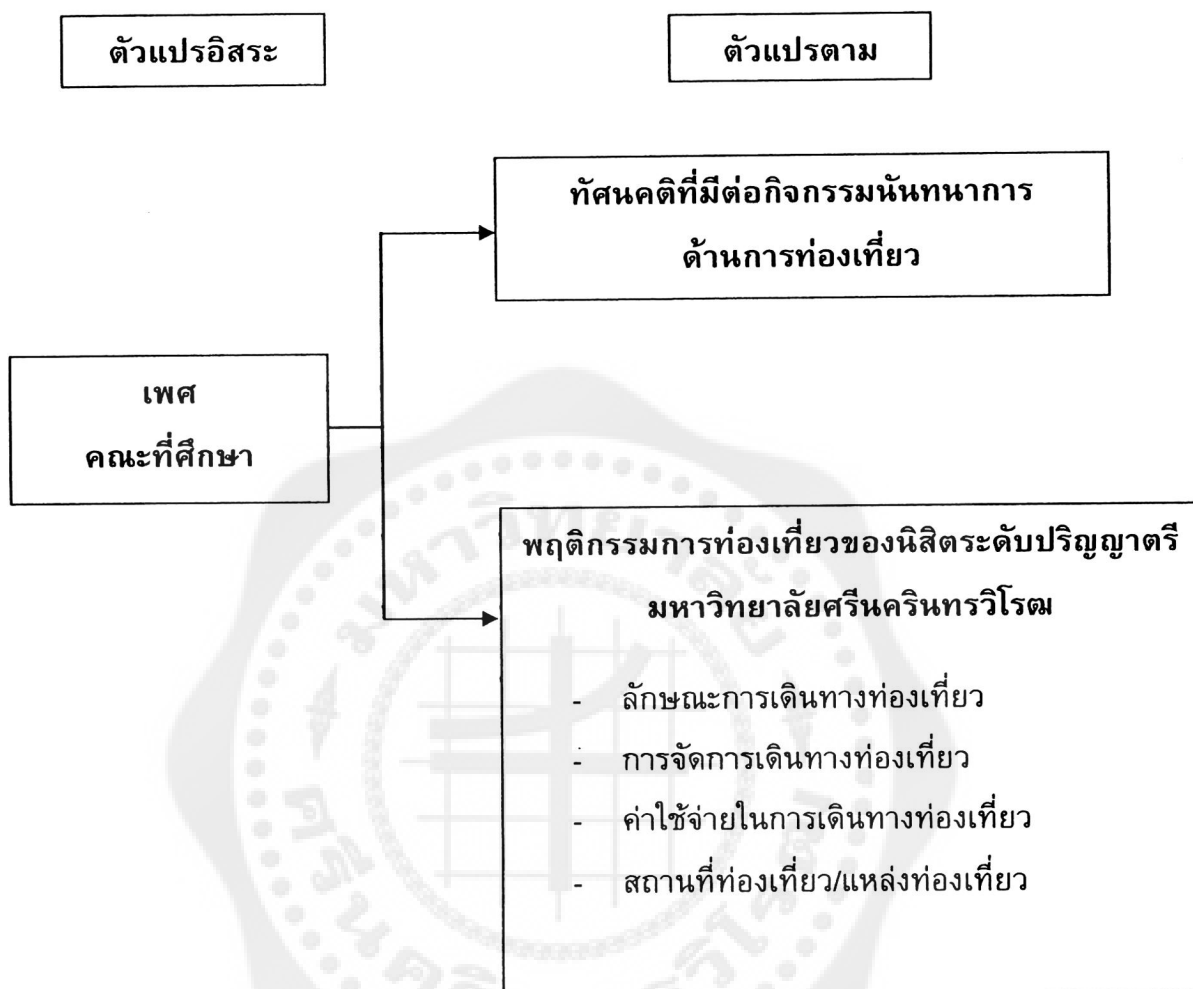
1. **พฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง การกระทำหรือกิริยาใดๆของผู้ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจในระดับหนึ่งโดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ

2. **ทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านท่องเที่ยว** หมายถึง ความคิดเห็นและความรู้สึกที่บุคคลที่มีต่อนันทนาการด้านการท่องเที่ยว อันมีผลต่อการแสดงออกหรือการกระทำต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือทางลบ

3. **นิสิตระดับปริญญาตรี** หมายถึง ผู้ที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรและองครักษ์ และกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1-5

4. **นันทนาการด้านการท่องเที่ยว** หมายถึง นันทนาการด้านการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต สร้างความประทับใจ มีความซาบซึ้งในธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน และสังคมในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป การท่องเที่ยวส่งเสริมพัฒนาการด้านร่างกาย จิตใจอารมณ์ สังคม และสติปัญญา รวมทั้งบุคลิกภาพ การได้รับประสบการณ์ตรงจากแหล่งนันทนาการนอกห้องเรียน เป็นการศึกษาธรรมชาติของชุมชนที่แท้จริง นอกจากนี้ เป็นการช่วยพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจช่วยกระจายรายได้ลงสู่ชนบท และเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างเพื่อนมนุษย์ที่มีต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมได้อย่างแน่นแฟ้น (ชีวิตกับนันทนาการ.2554)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



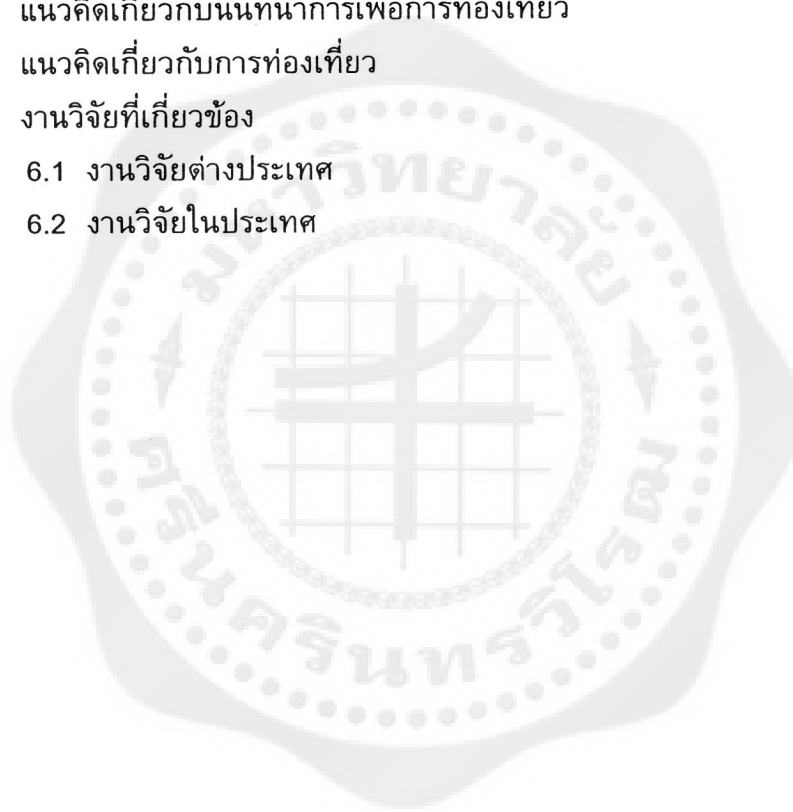
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยต่างประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยในประเทศ



แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมกรรมการนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว กล่าวคือ การที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือที่มนุษย์สรรค์สร้างขึ้นมาตามวัฒนธรรม เช่น งานประเพณี ศิลปะ โบราณสถาน ทำให้การค้นคว้า การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผลในสินค้าและการบริการหรือสิ่งที่ไปประสบพบเห็นตามสถานท่องเที่ยวเหล่านั้น ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตน แล้วนำมาเป็นแนวทางในการไปท่องเที่ยวหรือไม่กลับไปท่องเที่ยวในอนาคต จากความรู้สึกที่ประทับใจหรือไม่ประทับใจหรือปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในครั้งนั้นๆ ส่งผลถึงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไปซึ่งสามารถนำมาเทียบเคียงได้กับพฤติกรรมผู้บริโภค (อภิญา ธนสารติลก, 2552:24-25)

ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์(Human Behavior) หมายถึง กระบวนการต่างๆ ของตัวบุคคลที่จะปฏิบัติต่อสภาพแวดล้อมภายนอก กล่าวอีกนัยหนึ่งพฤติกรรมศาสตร์ (behavior science) เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความนึกคิด ความรู้สึก หรือการแสดงออกของมนุษย์ในการดำรงชีวิตประจำวัน แต่ละบุคคลย่อมมีกระบวนการแห่งพฤติกรรมของตนเองเสมอ และพฤติกรรมที่แสดงออกนั้นไม่จำเป็นต้องเหมือนกันมนุษย์แต่ละคนย่อมมีทัศนคติหรือสิ่งจูงใจของตนเอง ที่ทำให้พฤติกรรมของตนแตกต่างจากบุคคลอื่นทัศนคติหรือสิ่งจูงใจเหล่านั้นเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาโดยผลจากการยึดถือสิ่งต่างๆ ในความคิดของตนและการรับเอาสิ่งต่างๆ จากภายนอกเข้ามา อภิญา ธนสารติลก(2552:24)สรุปไว้ว่าการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคนว่าจะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการอะไร(What) ทำไมจึงซื้อ (Why) และสมมติว่าซื้อจะซื้อที่ไหน (Where) เมื่อไหร่ (When) อย่างไร (How) ซื้อบ่อยแค่ไหน (How Often) และซื้อจากใคร (Who) จึงจะเหมาะสมและสร้างความพอใจในการซื้อให้แก่ตนมากที่สุด(ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนาและวินัส อัครสิทธิถาวร, 2550:3-4)จากแนวความคิดต่างๆ ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สามารถเทียบเคียงกันในเรื่องของความประทับใจความไม่ประทับใจในการท่องเที่ยวซึ่งเป็นพฤติกรรมหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะบริโภคสินค้า และการบริการผู้วิจัยจึงขอนำเสนอในเรื่องของพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (อ้างถึงจากปราโมชน์ รอดจำรัส. 2549) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ เหล่านั้น

วิลเลียม เอ็ม ไพรด์ คิว ซี เฟอร์เรล (วิเชียร วงศ์ณิชากุล และคณะ. 2552 อ้างอิงจาก William M. Pride Q.C. Ferrell) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กระบวนการ

ตัดสินใจ ซึ่งจะเป็นการปฏิบัติของแต่ละบุคคลที่จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการซื้อและการใช้สินค้าและ/หรือบริการต่างๆ

อินเจล แบล็คเอล และมินิออท (ทัศนียา โคตรบรรเทา. 2545 อ้างอิงจาก Engel, Blackuell; & Miniord. 1993) ได้ให้คำนิยามของพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงการท่องเที่ยวน่าหมายถึง หมายถึงกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ลูย์ซ เมาร์ทินโฮ (Luiz Moutinho. 2000) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กระบวนการของ การซื้อ และจัด การข้อมูลในทิศทางของการตัดสินใจซื้อ การใช้ และ ประเมินสินค้าและบริการ กระบวนการนี้ รวมถึงขั้นตอนของการ ค้นหา การ ซื้อ การ ใช้ การ ประเมินผล และการจำหน่ายสินค้าและบริการ การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวนำเสนอในด้านที่ไม่ซ้ำกัน บาง ก็คือ การ ลงทุน ที่ไม่สามารถจับต้องได้ หรือไม่มีผลลัพธ์กลับคืนมา และการซื้อบ่อยครั้งจะต้องเตรียมการ และวางแผน ของการ ออม ให้มากในช่วง เวลา นั้น นี่คือการที่นักท่องเที่ยวลงทุนในช่วง วันหยุด โดยไม่ ได้คาด หวังออกมาในรูปของผลตอบแทนหรือ ทางเศรษฐกิจในการซื้อ ของตนเอง เพื่อสิ่งที่พึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้

สมาคมการตลาดของชาวอเมริกัน (Schiffman; & Kanuk. 2004 อ้างอิงจาก The American Marketing Association) ได้ให้ความหมายถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ว่า เป็นปฏิกิริยาของการไม่หยุดนิ่ง ของผลลัพธ์และ ความรู้ต่อพฤติกรรม และกิจกรรมทางสิ่งแวดล้อม โดยที่มนุษย์ดำเนินการในการแลกเปลี่ยนของชีวิตซึ่งมีอย่างน้อยสามแนวคิดที่สำคัญในความหมายนี้ คือ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นแบบไม่หยุดนิ่ง
2. มันเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และมีผลต่อพฤติกรรมและกิจกรรมสิ่งแวดล้อม
3. มันเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน

เซ็ท มิลทอล และนิวแมน (Sheth, Mittal; & Newman. 1999) ได้นิยามความหมายของพฤติกรรมของลูกค้าน่าไว้ว่า เป็นกิจกรรมทางด้าน ร่างกายและจิตใจ ดำเนินการโดยครอบครัว และ ลูกค้าน่าทางธุรกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจ และการดำเนินการในการจ่าย สำหรับการซื้อ และ การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนั้นความหมายของพฤติกรรมของลูกค้าน่า รวมถึงความหลากหลายของกิจกรรม และจำนวนบทบาทที่ผู้คนสามารถดำเนินการดังกล่าวได้

ชิฟแมน และคานัค (Schiffman; & Kanuk. 2000) ได้การศึกษาพฤติกรรมของ ผู้บริโภคไว้ว่า เป็นวิธีการให้บุคคลได้ตัดสินใจใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ของพวกเขา (เวลา, เงิน, ความพยายาม) ในการ บริโภครายการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการศึกษาสิ่งที่พวกเขาซื้อว่า ทำไมพวกเขาซื้อ เมื่อไรที่พวกเขาซื้อ, สถานที่ที่พวกเขาซื้อ, ความถี่ที่พวกเขาซื้อ และความถี่ที่พวกเขาใช้มัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

วิเชียร วงศ์นิชชากุล และคณะ (2552) ได้กล่าวถึง ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว ทำให้พฤติกรรมการเดินทาง รวมถึงการเลือกซื้อรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยภายใน

- 1.1 การสนใจ
- 1.2 สิ่งสนใจ
- 1.3 การรับรู้
- 1.4 การเรียนรู้
- 1.5 บุคลิกภาพ
- 1.6 ทศนคติ

2. ปัจจัยภายนอก

- 2.1 กลุ่มอ้างอิง
- 2.2 ชั้นทางสังคม
- 2.3 ครอบครัว
- 2.4 วัฒนธรรม

ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ (Internal Variables Affecting Buying Behavior)

ปัจจัยภายในจะเกิดขึ้นภายในตัวบุคคลแต่ละคน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากตัวกระตุ้น (Stimulus) แล้วทำให้ตัวผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมออกมา เช่น การซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าก็ได้ ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีลักษณะเป็นกระบวนการที่จะตอบสนองต่อตัวกระตุ้นตลอดเวลาตัวกระตุ้นในที่นี้ก็คือส่วนประสมทางการตลาดและกิจกรรมทางการตลาดด้านอื่นๆ เช่น สภาพของคู่แข่ง สถานะแวดล้อมทางการตลาด เป็นต้น

การสนใจ (Motivation)

การสนใจ หมายถึง แรงผลักดัน ความมุ่งประสงค์ หรือความต้องการต่างๆ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งที่ตามมา คือ นักวิชาการอื่นๆ อธิบายเกี่ยวกับการสนใจว่า ถึงแม้จะเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อการเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์ก็ตาม แต่ก็มีใช้ปัจจัยประการเดียว การเข้าใจเรื่องราวของพฤติกรรมผู้บริโภคจำเป็นต้องศึกษาเรื่องสิ่งสนใจขยายคลุมออกไปถึงเรื่องราวของความเข้าใจและการเรียนรู้ควบคู่กันไปอยู่เสมอ การตัดสินใจของผู้บริโภคจึงมักได้รับอิทธิพลจากสิ่งสนใจหลายชนิดมากกว่าสิ่งสนใจชนิดหนึ่งใดโดยเฉพาะ

สิ่งสนใจ (Motives)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) ในแนวคิดไว้ว่า สิ่ง que แสดงออกเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายชนิดต่างๆ ก็คือ ความต้องการที่ได้เลือกเฟ้นไว้แล้วนั่นเอง และสิ่งสนใจเหล่านี้จะฝังแน่นอยู่ตลอดเวลา และซึ่ง

จะต่อต้านต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยภายนอก สิ่งจูงใจนี้จะเป็นส่วนประกอบทางจิตวิทยาที่สำคัญยิ่งของตัวคน และในเวลาเดียวกันก็จะได้รับการเสริมเข้าไปจากประสบการณ์ที่ได้รับตลอดชั่วชีวิตของเขา ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการสมควรที่จะได้ทราบถึงลักษณะและระเบียบของมันซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับการทำงานทางด้านการตลาดให้เข้ากับสิ่งจูงใจดังกล่าวซึ่งเรื่องดังกล่าวนี้ถือได้ว่าเป็นตัวสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมทั้งหลายความต้องการต่างๆของบุคคลเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมต่างกัน สำหรับนักการตลาดลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs) จากทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์(Maslow's Theory of Motivation) เป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันออกมา

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์มีข้อสมมติฐาน ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่สิ้นสุด ถ้าความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ โดยไม่มีที่สิ้นสุด ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย
2. ความต้องการของมนุษย์มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็就会被เรียกร้องให้ตอบสนองทันที
3. มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือมากกว่าก่อน และจะสนใจความต้องการที่มีความสำคัญรองลงมาในลำดับต่อไป

ทักซ์คิล ฉัตรแก้ว (2551) ให้แนวคิดไว้ว่า มาสโลว์มองความต้องการของมนุษย์เป็นลักษณะขั้นจากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุดและสรุปว่า เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองจะมีความต้องการอื่นในระดับสูงต่อไป ขั้นของความต้องการไล่เรียงตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้นสูงสุดมีอยู่ 5 ขั้นด้วยกัน

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (The Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเช่น คนเราต้องการอากาศเพื่อหายใจ ต้องการน้ำและอาหาร ต้องการน้ำและอาหาร ต้องการนอนหลับพักผ่อน ไม่ชอบความเจ็บปวด รวมถึงความต้องการทางเพศ เป็นที่ชุมนุมของความความต้องการพื้นฐานทุกประเภท

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง(The Safety and Security Needs)หากตอบสนองความต้องการขั้นที่หนึ่งแล้ว ก็จะเริ่มมีความรู้สึกสนใจในด้านความปลอดภัย ต้องการการปกป้อง หรืออีกนัยหนึ่ง เป็นความต้องการเพื่อบรรเทาความกลัวและกังวลความต้องการลักษณะนี้ก็คือ ความต้องการบ้านที่ปลอดภัย การงานที่มั่นคง แผนการดำรงชีวิตหลังจากไร้ไร้อากงแล้ว หรือการมีกรรมกรรมประกันชีวิตและประกันภัย เป็นต้น

ขั้นที่ 3 ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (The Love and Belonging Needs) ความต้องการถัดมา หลังจากที่สองขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้ว จะเป็นความต้องการความรักและความผูกพัน แต่ละคนจะเริ่มรู้สึกอยากมีเพื่อนสนิท มีคนรัก และเป็นที่ยอมรับของทุกคนที่รายรอบ หากมองในแง่ร้ายหน่อยก็คือ ความกลัวที่จะอยู่อย่างโดดเดี่ยว และไม่ยอมรับในสังคม ใน

ชีวิตประจำวันความต้องการขั้นนี้จะแสดงออกด้วยความต้องการที่จะแต่งงาน มีครอบครัว การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นสมาชิกของแก๊งหรือสมาชิกชมรมต่างๆ

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (The Esteem Needs) มาสโลว์ได้ให้ความหมายไว้สองเวอร์ชัน คือ ความต้องการการยกย่องแบบต่ำและแบบสูง แบบแรกเป็นความต้องการเคารพจากผู้อื่นต้องการมีหน้าตาในสังคม มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม แบบที่สองคือ ความต้องการความเคารพตัวเอง (Self-respect) จะเห็นได้จากความต้องการเป็นคนที่มีความมั่นใจ ต้องการเอาชนะ อิสระ ยืนได้ด้วยตนเอง สาเหตุที่ความต้องการแบบที่สองนี้เป็นแบบที่สูงกว่า ก็เพราะเมื่อมีความรู้สึกเคารพตัวเองแล้ว ยากที่จะเสียไป ไม่เหมือนแบบแรกความต้องการใน 4 ขั้นแรก มาสโลว์เรียกว่า เป็น Deficit Needs(D-needs) หรือความต้องการที่มี “ความพร่อง” ถ้าไม่สามารถตอบสนองได้เพียงพอ เราก็จะรู้สึก “ต้องการ” อยู่ทุกครั้งที่ไป แต่เมื่อความต้องการแต่ละระดับถูกตอบสนอง เราก็ไม่รู้สึกอะไร อีกนัยหนึ่ง ไม่มีแรงจูงใจอะไรที่จะทำให้เราต้องการ เหมือนกับคำพูดที่ว่า “เราไม่เคยคิดถึงน้ำจนกระทั่งรู้สึกว่ากระหายน้ำ”

ขั้นที่ 5 ความต้องการในการบรรลุศักยภาพ (Self-Actualization) เป็นขั้นความต้องการที่แตกต่างไปจาก 4 ขั้นแรกบางครั้ง มาสโลว์เรียกความต้องการระดับนี้ว่า “Growth Motivation” หรือ “Being Needs (B-needs)” ซึ่งตรงข้ามกับ D-needs Self-Actualization เป็นความต้องการที่เมื่อรู้สึกต่อไปเรื่อยๆ และถ้าเราตอบสนองความต้องการนี้ไปแล้ว มันก็มีพลังแรงเพิ่มขึ้นไปอีก ความต้องการนี้ก็คือ ความปรารถนาที่จะเป็นอย่างที่คุณอยากจะเป็น อยากเป็นคนสมบูรณ์แบบเท่าที่คุณจะทำได้ ซึ่งความรู้สึกที่ว่านี้ จะไม่เกิดขึ้นถ้าความต้องการที่ต่ำกว่ายังไม่ได้รับสนองมากเพียงพอ เพราะถ้ารู้สึกหิว ก็ต้องหาอาหารมาตอบสนองก่อน ถ้าไม่มีความรู้สึกภูมิใจในตนเอง ก็ต้องต่อสู้เพื่อให้ได้มา หรือหาอย่างอื่นมาทดแทน ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองก็จะมีกำลังที่จะไปเติมเต็มความต้องการขั้นที่ 5 นี้ได้

การรับรู้ (Perception)

การรับรู้ หมายความว่า กระบวนการที่บุคคลหนึ่งรับตัวกระตุ้นต่างๆ เข้ามาทำการตีความ และแสดงอาการปฏิบัติตอบ ปัญหาสำคัญในที่นี้ก็คือปัญหาเกี่ยวกับความเข้าใจ ที่ได้จากการตีความภายหลังจากที่ได้รับรู้สิ่งต่างๆ เข้ามาแล้วนั่นเอง การรับรู้จะเกี่ยวข้องกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 ชนิด ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสูดกลิ่น การชิมรสชาติ การได้รับความรู้สึก (สัมผัส) ทั้งหมดนี้รวมเรียกว่า “กลไกที่ได้รับความรู้สึกเข้ามาทางประสาทสัมผัส”(Sensory Mechanisms) ดังนั้น การรับรู้ของบุคคลแต่ละคนแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับความรู้ และประสบการณ์ในอดีตความรู้สึก (Feelings) และปัจจัยภายในตัวอื่นๆ ของแต่ละคน ขีดขั้นต่างๆ ของการรับเข้ามาทางประสาทสัมผัส (Sensory Thresholds)

กระบวนการรับสิ่งต่างๆ เข้ามาโดยประสาทสัมผัส เช่น การมองเห็น การได้ยิน การสูดกลิ่น การชิมรสชาติ การสัมผัส ต่างก็มีขีดจำกัดของการรับรู้แตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะชื่นชอบผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันแต่ต่างกันที่รูปแบบ สีสนหรือแม้แต่ตราหือ เป็นต้น

การเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่เป็นการเปลี่ยนโดยถาวร อันสืบเนื่องมาจากผลของการได้เคยทดลองกระทำและการมีประสบการณ์

อนันต์ เชื้อชาตญิกิจการ (2551) ได้แบ่งการเรียนรู้ ออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การเรียนรู้แบบการสร้างเงื่อนไขแบบคลาสสิก(Classical Conditioning) ตัวอย่างเช่น การทดลองของ Pavlov เมื่อนำทฤษฎีการเรียนรู้ที่มีเงื่อนไขแบบคลาสสิกมาใช้ในการท่องเที่ยว อาจพิจารณาจากตัวอย่างกรณีที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่งไปเที่ยวยังภูชี้ฟ้าหลายครั้ง และทุกครั้งจะไปช่วงฤดูหนาว ขณะที่นักท่องเที่ยวพักอยู่บนภูชี้ฟ้า นักท่องเที่ยวจะตอบสนองต่ออากาศที่หนาวเย็น ด้วยความรู้สึกสดชื่น และ เมื่อทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวคน นั้นนึกถึงภูชี้ฟ้าเมื่อไรหรือเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวประเภทดอยที่ใดก็ตาม หรือเดินทางไปภูชี้ฟ้าอีกครั้งในหน้าร้อนก็ตาม นักท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความเย็นดังที่เคยสัมผัสมาในอดีต

2. การเรียนรู้ที่มีเงื่อนไขแบบมุ่งผล(Operant Conditioning) การเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) เป็นการตอบสนองในทางบวกจากการที่บุคคลได้กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ดี หรือเหมาะสม เมื่อบุคคลได้รับรางวัล เขาจะทำในสิ่งนั้นซ้ำอีกเพราะเห็นว่าการกระทำนั้นส่งผล ตามมาในแง่บวก เช่น การรับไมล์สะสมสำหรับ ผู้โดยสารที่เป็นสมาชิก Royal Orchid Plus ของสายการบินไทย โดยกลุ่ม Star Alliance กลุ่ม Worldperk กลุ่ม Oneworld กลุ่ม Qualifyer Group กลุ่ม KLM/NW กลุ่ม SKY Team เป็นต้น

บุคลิกภาพ (Personality)

บุคลิกภาพ เป็นโครงสร้างทางจิตวิทยาที่มีความซับซ้อนที่เกี่ยวกับ เรื่องความเข้าใจตนเอง ของบุคคลคุณลักษณะท่าทางและบทบาทบุคลิกภาพ หมายถึง ผลรวมของแบบแผนของคุณลักษณะ ของบุคคลแต่ละคนที่ทำให้เขามีลักษณะเฉพาะตัว อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่พยายามจะเข้าใจถึง ปัจจัยผันแปรที่เป็นตัวประกอบที่มีอยู่ภายในของแต่ละคน ซึ่งความเข้าใจตนเองเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็น ตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคล ความเข้าใจตนเองเป็นวิธีการที่บุคคลเข้าใจ หรือมองตัวเขาเองว่า เป็นอย่างไร ดังนั้น ถ้านักการตลาดได้ทราบถึงความเข้าใจตนเองของผู้บริโภค จะช่วยทำให้ คาดการณ์ได้ว่าเป้าหมายของผู้บริโภคคืออะไร และแนวโน้มพฤติกรรมของเขาเป็นอย่างไร ก็นับได้ ว่าเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการดำเนินงานทางด้านการตลาดการศึกษาอีกประการหนึ่งที่เป็น ประโยชน์ต่อนักการตลาด คือ การรู้ถึงคุณลักษณะท่าทางของบุคลิกภาพ เช่น ผู้บริโภคที่มีลักษณะ เป็นคนชอบอิสระ เป็นคนกันเอง เป็นคนขี้สงสัย เป็นคนชอบสังคม เป็นคนชอบ การแข่งขัน เป็น คนโอ้อวด คนสมัยใหม่หรือโบราณ เป็นต้น นักการตลาด สามารถกำหนดผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับ บุคลิกภาพของผู้บริโภคแต่ละประเภทได้ ตัวอย่าง การโฆษณาเพชรและเครื่องประดับ ก็อาจจะ ดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบเข้าสังคม หรือคนที่ชอบโอ้อวดในเรื่องการแต่งกาย เป็นต้น

ทัศนคติ (Attitudes)

ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงหรือความรู้สึกนึกคิด ที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นใดๆ ไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ ดังนั้น ข้อสรุปที่เป็นประโยชน์สำหรับนักการตลาด ก็คือ

1. จงพยายามดำเนินการธุรกิจให้ตรงกับทัศนคติ และความต้องการของผู้บริโภค
2. จงเลือกวิธีการทางการตลาดที่ดีเท่านั้น เพื่อเป็นตัวเสริมให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคจึงจะคุ้มค่า นั่นคือการสร้างอรรถประโยชน์อย่างแท้จริง ดีกว่าที่จะใช้กลยุทธ์การลดราคาหรือแจกของแถมอย่างบ้าระห่ำเหมือนที่ปฏิบัติกันอยู่ในปัจจุบัน จนผู้บริโภคคิดว่าการแถมการลด เป็นการผลักภาระไปให้ผู้บริโภค โดยรวมกับราคาขายไปด้วยแล้ว

ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกาซื้อ (External Variables Affecting Buying Behavior)

กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่ผู้อื่นใช้เปรียบเทียบหรือใช้เป็นมาตรฐานในการเกิดค่านิยมและทัศนคติแล้วกลายเป็นสิ่งชี้้นำความประพฤติโดยทั่วไปหรือเฉพาะเจาะจง หรือหมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือและมีความสนิทสนมอยู่เป็นทุนเดิมก่อนแล้ว จึงทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นที่สามารถ ทำให้ผู้บริโภคคล้อยตามได้โดยง่ายการแบ่งกลุ่มอ้างอิงมีการแบ่งได้หลายวิธี แต่ในระดับนี้จะแบ่งออกเป็น 4 วิธี ดังนี้

1. กลุ่มอ้างอิงบรรทัดฐาน (Normative Reference Group) เป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมหรือค่านิยมของผู้บริโภคโดยทั่วไป เช่น วิธีการที่ถูกต้องใน การรับประทานอาหาร เป็นต้น

2. กลุ่มอ้างอิงเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Reference Group) เป็นกลุ่มอ้างอิงที่สร้างบรรทัดฐาน โดยใช้เกณฑ์ในสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง และมีสินค้าหรือบริการเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยวิธีการเปรียบเทียบกัน เช่น การขั้บรถยนต์ที่ผลิตจากประเทศ แอปปูโรจะเพิ่มความน่าเชื่อถือ หรือดูมีรสนิยม หรือทันสมัยกว่ายี่ห้อที่ผลิตจากประเทศแถบเอเชีย เป็นต้น

3. กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม (Indirect Reference Group) เป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งทางบวกหรือทางลบก็ได้ โดยผลกระทบของคนกลุ่มนี้จะส่งผ่านมาทางสื่อต่างๆหรืออาจบังเอิญต้องพบหรือผ่านไปเห็น ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

- 3.1 กลุ่มสร้างแรงบันดาลใจ (Aspiration Group) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในทางบวก คือ ความชื่นชม ชื่นชอบ รักใคร่ และเลียนแบบ เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา นักธุรกิจ นักการเมือง เป็นต้น

- 3.2 กลุ่มที่หลีกเลี่ยง (Avoidance Group) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในทางลบ คือ ดุด่า เกลียดชัง ไม่ชอบ และหลีกเลี่ยง เช่น กลุ่มผู้ติดยาเสพติด กลุ่มเล่นการพนัน กลุ่มอันธพาล เป็นต้น

4. กลุ่มอ้างอิงทางตรง (Direct Reference Group) เป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนมากจะเป็นไปในทางบวก โดยผลกระทบของคนกลุ่มนี้จะเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์หรือติดต่อพบปะกันโดยตรงเป็นประจำ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

4.1 กลุ่มที่มีการติดต่อกันเป็นประจำ (Contractual Group) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคเฉพาะภายในกลุ่มของตนเอง ผลกระทบที่เกิดส่วนมากจะเป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์เป็นหลัก เช่น พ่อ แม่ พี่น้อง ญาติ เพื่อนสนิท เป็นต้น

4.2 กลุ่มปฐมภูมิและทุติยภูมิ (Primary and Secondary Associative Group) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะปฏิบัติตามด้วยความตั้งใจและความถี่ของการติดต่อ โดยกลุ่มปฐมภูมิจะหมายถึงกลุ่มที่สมัครใจเป็นสมาชิกอย่างไม่เป็นทางการ แต่อาจจะพบกันบ่อยๆ เช่น เพื่อร่วมรับประทานอาหารด้วยกันทุกวัน เป็นต้น ส่วนกลุ่มทุติยภูมิ หมายถึง กลุ่มที่สมัครใจเป็นสมาชิกอย่างเป็นทางการแต่พบกันไม่บ่อยนัก เช่น เพื่อนสมาชิกสมาคมการค้าแห่งประเทศไทย เพื่อนสมาชิกชมรมยิงปืน เป็นต้น

ดังนั้น นักการตลาดและนักโฆษณา ก็สามารถศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่จะนิยมชมชอบสินค้าและ/หรือบริการได้โดยง่าย ถ้ามีการอ้างอิงถึงกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยตรง

ชั้นทางสังคม (Social Class)

การจัดลำดับบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่มๆ นั้น จะเป็นการจำแนกให้เห็นข้อได้เปรียบที่นักการตลาด หรือนักโฆษณา จะได้วางตำแหน่งสินค้าได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ดี โดยส่วนมากแล้วมักนิยมแบ่งชั้นทางสังคมตามอาชีพ รายได้ ฐานะการดำรงชีวิต ตำแหน่ง หน้าที่ การศึกษา เป็นต้น ชั้นทางสังคมจะแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 3 ระดับ ดังนี้ คือ

ก. ชั้นสังคมระดับสูง (Upper Class) เป็นชั้นทางสังคมที่ค่อนข้างร่ำรวยมาก ฐานะทางการเงินดี โก้หรู ซึ่งยังแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มชนที่อยู่ในระดับสูงมาก (Upper Upper Class) ได้แก่ พวกผู้ดีเก่าที่ได้รับมรดกจำนวนมาก ร่ำรวยมหาศาล สามารถหาซื้อสินค้าที่มีราคาแพงมาก หรือสินค้าฟุ่มเฟือยได้อย่างสบายคนกลุ่มนี้จึงมีอำนาจซื้อสูง เช่น ซื้อรถยนต์ราคาแพงมากๆ บ้านราคาสูงลิบ หรือพวกเครื่องประดับระดับเพชรต่างๆ เป็นต้น

2. กลุ่มชนที่อยู่ในระดับสูงรองลงมา (Lower Upper Class) ได้แก่ พวกผู้บริหารระดับสูงๆ เจ้าของกิจการ เศรษฐี ซึ่งคนกลุ่มนี้ก็มีอำนาจซื้อสูงเช่นกัน

ข. ชั้นสังคมระดับกลาง (Middle Class) เป็นชั้นทางสังคมที่มีฐานะทางการเงินดีพอประมาณ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มชนที่มีฐานะและประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานอยู่ในระดับดีพอสมควร (Upper Middle Class) ที่สามารถจับจ่ายหาซื้อสินค้าจำเป็น บ้าน เสื้อผ้า รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ

ได้อย่างสบาย แต่สินค้าจะอยู่ในระดับดีไม่ถึงกับเลิศหรู เช่น รถยนต์ ก็อาจจะเป็นยี่ห้อทั่วไป (ญี่ปุ่น) ที่มีสมรรถนะความคงทน ความสวยดี ประหยัดน้ำมัน เป็นต้น

2. กลุ่มชนที่มีฐานะรองลงมาอีกระดับ (Lower Middle Class) ได้แก่ พนักงานระดับปฏิบัติงานและข้าราชการระดับปฏิบัติงาน คนกลุ่มนี้จะซื้อสินค้าที่มีราคาปานกลางไม่ถูกหรือแพงเกินไป ถ้าเป็นสินค้าอุปโภคอาจเน้นสินค้าที่มีคุณภาพที่มีราคาถูกกว่าคู่แข่ง โดยไม่ค่อยยึดติดกับตราหือมากนัก

ค. ชั้นสังคมระดับต่ำ (Lower Class) เป็นชั้นทางสังคมที่มีฐานะทางการเงินไม่ค่อยดีนัก ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มชนที่มีฐานะการเงินอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ (Upper Lower Class) แต่จะหาซื้อสินค้าที่เหมาะสมกับสถานะของตนเอง เช่น การซื้อสินค้าคุณภาพพอใช้ที่มีราคาถูก และต้องเป็นสินค้าที่จำเป็นแก่ชีวิตประจำวัน และเพื่อการดำรงชีพเป็นส่วนใหญ่ หรือถ้าเป็นสินค้าที่นอกเหนือจากนี้ก็อาจจะต้องซื้อในลักษณะของการผ่อนส่งได้เช่นกัน

2. กลุ่มชนที่มีรายได้ต่ำ (Lower Lower Class) ส่วนมากจะประกอบอาชีพเป็นกรรมกร หรือลูกจ้าง การซื้อสินค้าก็จะคล้ายกับข้อ 1 แต่สถานะความเป็นอยู่อาศัยอยู่ในฐานะที่ลำบากมากกว่า

ครอบครัว (Family)

บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจค่อนข้างมาก อีกทั้งสามารถชักจูงหรือนำในการก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อราคาสินค้าได้อีกด้วย ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการซื้อของครอบครัวด้วยว่า ถ้าทำการเสนอขายสินค้าและ/หรือบริการให้ได้ผลดี จะต้องดูว่าลักษณะการบริโภคของครอบครัวหนึ่งๆ นั้นเป็นเช่นไร ตัวอย่าง การซื้อรถยนต์ให้คุณแม่ขบนั้น ต้องวิเคราะห์ก่อนว่า ใครมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดหรือต้องร่วมกันตัดสินใจทั้งครอบครัว เช่น คุณแม่อาจเป็นผู้ใช้รถยนต์ แต่ผู้ริเริ่มที่อยากให้คุณแม่มีรถขับไปทำงาน คือ คุณพ่อเพราะการจราจร ทำให้เสียเวลามากและบางครั้งคุณพ่อก็มีงานมากไม่มีเวลาขับไปส่งไปรับ แต่การตัดสินใจซื้อจะต้องเรียกพวกลูกๆ มาร่วมกันตัดสินใจ เพราะลูกคนโตก็รีบร่ำอยากให้อุ้มให้เขาก่อนมานานแล้ว ส่วนผู้มีอิทธิพลในการซื้อ คือ คุณปู่ เพราะคุณปู่เป็นผู้ที่ทุกคนในบ้านให้ความเคารพเป็นอย่างสูง และจะให้คำปรึกษาเรื่องสำคัญๆ เกี่ยวกับปัญหาโดยตลอด ทุกคนจะเชื่อฟังทุกอย่าง และเมื่อทุกอย่างลงตัวว่าจะตัดสินใจซื้อรถยนต์แน่ ผู้ซื้อก็คือ คุณพ่อนั่นเองที่จะเป็นคนเลือกยี่ห้อ ขนาดของเครื่องยนต์ ลักษณะของรูปทรง และสีสนั ดังนั้น เป็นต้น นี่คือนิยามครอบครัวของประเทศไทยโดยส่วนมาก ซึ่งจะแตกต่างจากประเทศสหรัฐอเมริกาหรือประเทศในแถบยุโรปซึ่งครอบครัวจะมีเฉพาะสามี ภรรยา และลูกเล็กๆ ส่วนปู่-ย่า ตา-ยาย ก็จะอยู่คนละบ้านไม่รวมเป็นครอบครัวเดียวกัน การตัดสินใจภายในครอบครัวก็จะต่างจากกันไป

วัฒนธรรม (Culture)

วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน บุคคลเรียนรู้วัฒนธรรมของเขาภายใต้กระบวนการทางสังคมวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดถึงพฤติกรรมของบุคคล และทำให้เกิดความต้องการขึ้นวัฒนธรรมของกลุ่มใดๆ หรือชนชาติใดก็ตาม ส่วนใหญ่จะแสดงออกในด้านค่านิยม (Values) ซึ่งจะมีลักษณะเฉพาะของคนกลุ่มนั้นๆ รวมถึงการแสดงแบบของพฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออกมาเป็นประจำ เช่น วัฒนธรรมไทย เจอกันหรือลากันก็จะยกมือไหว้ แต่ถ้าเป็นฝรั่งก็จะใช้การ จับมือ ถ้าเป็นญี่ปุ่นก็จะใช้การโค้งคำนับ เป็นต้น

นอกจากที่วัฒนธรรมจะแสดงออกในด้านค่านิยมแล้ว วัฒนธรรมยังเกี่ยวข้องกับความเชื่อ (Belief) ความรู้สึก (Feeling) และความนึกคิด (Thinking) ของคนในสังคมอีกด้วย วัฒนธรรมจึงแบ่งออกเป็นหลักได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

4.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Basic Culture) เป็นสัญลักษณ์หรือเอกลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาจากเป็นที่ยอมรับจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง และสามารถเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของคนในสังคมนั้นๆ ให้ยอมรับได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างเช่น ประเทศไทย มีวัฒนธรรมรักสงบ อ่อนน้อม ถ่อมตน โอบอ้อมอารี มีเมตตา ชอบช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันหรือผู้ที่อ่อนแอกว่า เป็นต้น

4.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มภายในสังคมนั้น ซึ่งจะมีเอกลักษณ์เฉพาะสมาชิกของกลุ่มที่มีพื้นฐานแตกต่างกันตามลักษณะ ดังนี้

4.2.1 กลุ่มเชื้อชาติ (National Groups) เช่น คนจีนชอบสีแดง เพราะเป็นสีมงคล เป็นต้น

4.2.2 กลุ่มศาสนา (Religious Groups) เช่น คนนับถือศาสนาอิสลามนิยมไปแสวงบุญที่นครเมกกะ เป็นต้น

4.2.3 กลุ่มสีผิว (Racial Groups) เช่น คนผิวดำ (นิโกร) นิยมหรือชื่นชอบดนตรีและกีฬาส่วนใหญ่ เป็นต้น

4.2.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Area) เช่น การดำรงชีวิตของคนที่อยู่ทั่วโลกเหนือ เช่น ชาวเอสกิโม จะนิยมใส่เสื้อผ้าขนสัตว์หนาๆ ป้องกันความหนาวเย็นและรับประทานสัตว์น้ำเป็นหลัก เป็นต้น

4.2.5 กลุ่มอาชีพ (Occupational) เช่น กลุ่มแพทย์ จะเป็นคนที่มีความสามารถสูง มั่นใจในตนเองสูงความรู้ดี ฉลาด และเสียสละ เป็นต้น

4.2.6 กลุ่มย่อยด้านอายุและเพศ (Age and Sex) กรณีเด็กและผู้ใหญ่จะนิยมหรือมีมุมมองที่แตกต่างกันเช่น เด็กวัยรุ่นนิยมการแต่งตัวตามแฟชั่นและสมัยนิยม แต่ผู้ใหญ่สูงอายุนิยมการแต่งตัวที่สุภาพและเรียบร้อย เป็นต้น กรณีผู้หญิงกับผู้ชาย เช่น ผู้หญิงส่วนใหญ่จะชอบความละเอียดอ่อนพิถีพิถันดูแลเอาใจใส่งานบ้าน งานครัวเป็นพิเศษ และสำหรับผู้ชายจะไม่ค่อยพิถีพิถันในเรื่องงานบ้านงานครัว ยกเว้นบางคนเท่านั้น เป็นต้น (วิเชียร วงศ์ณิชากุล และคณะ .2552)

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (2545) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่แตกต่างกันและดีขึ้น การพัฒนาทางด้านการคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความสงบสุขของสังคม และสื่อมวลชน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว

ปัจจุบันนี้ โดยเฉพาะคนในสังคมเมืองมีความต้องการที่จะเดินทางด้วยเหตุผลแตกต่างกัน และรสนิยมในการซื้อต่างกันไปด้วย อย่างไรก็ตาม มีคนจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถจะเดินทางหรือซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Products) ได้ ไม่ใช่เป็นเพราะว่าคนกลุ่มนี้ไม่มีความต้องการในการเดินทาง แต่เป็นเพราะต้องเผชิญปัจจัยบางประการที่กีดกันไม่ให้ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าออกประเทศ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยเหล่านี้ เพื่อเข้าใจพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว และสามารถเตรียมกิจกรรมการตลาด เพื่อแก้ไขสถานการณ์ทางการตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยเหล่านี้

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ(Economic Factor) สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศ มีผลกระทบต่อระดับของอุปสงค์(Demand) และปริมาณการซื้อ สภาพเศรษฐกิจที่ดีหรือกำลังเติบโต ย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การประชุม การศึกษา หรือแม้กระทั่งการพักผ่อน ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น อเมริกา ญี่ปุ่น และเยอรมนีตะวันตก(ก่อนที่จะรวมตัวกับเยอรมนีตะวันออก) ประชากรมีรายได้ต่อหัวสูงมาก และ 2 ใน 3 ของประชากรทั้งหมดสามารถที่จะจ่ายค่าเดินทางไปยังท้องถิ่นหรือประเทศอื่นๆได้ ในทางกลับกันประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น บางประเทศในเอเชีย และประเทศส่วนใหญ่ในแอฟริกา ระบบและสภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่พัฒนาย่อมมีผลให้ประชากรจำนวนน้อยที่สามารถซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้สะดวก ดังนั้นรูปแบบการบริการต่างๆ ให้เหมาะสมกับสภาพและฐานะของกลุ่มลูกค้าที่มีอำนาจทางการซื้อสูง

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์(Demographic Factor) ลักษณะของประชากรโดยส่วนรวมมีผลต่อรูปแบบ ของอุปสงค์ และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ อย่างปัจจัยเศรษฐกิจที่กล่าวมาข้างต้น แต่ลักษณะประชากรเป็นสิ่งที่กำหนดแนวทางและรูปแบบของตลาดว่า ควรเน้นที่จะผลิตในรูปแบบใด ลักษณะของประชากรที่กล่าวถึงนี้ ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ การศึกษา รายได้ และประสบการณ์ ถ้าผู้ประกอบการ สามารถคาดคะเนจำนวนประชากรของแต่ละ

กลุ่มได้ ก็จะสามารถคำนวณและทำลายได้ว่า ประชากรกลุ่มใดเป็นผู้อุปโภคบริโภคใหญ่หรือรายสำคัญ เช่น ในสังคมของคนที่มีการศึกษาและประเทศที่พัฒนาแล้ว ครอบครัวจะมีขนาดเล็กและมีบุตรเพียงไม่กี่คน ผู้หญิงที่แต่งงานแล้ว ยังคงทำงานเต็มเวลา การหย่าร้างและการอยู่เป็นโสดมีมากขึ้น ลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นเอื้ออำนวยให้ประชาชนสามารถเดินทาง เนื่องจากไม่มีพันธะทางครอบครัว และมีเงินหรือรายได้เพียงพอที่จะสามารถซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวสามารถทำนายได้ว่า กลุ่มประชากรที่มีลักษณะข้างต้นเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญกลุ่มหนึ่ง เพราะนับวันจำนวนของประชากรกลุ่มนี้จะมีมากขึ้น รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นจึงควรมีลักษณะเหมาะสมกับครอบครัวที่มีขนาดเล็กมากกว่าครอบครัวที่มีขนาดใหญ่ หากไม่มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ย่อมทำให้การตลาดของหน่วยงานนั้นๆ เติบโตหรือพัฒนาไปได้อย่างช้าๆ

ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศผู้บริโภคมีผลกระทบต่ออุปสงค์ของธุรกิจนำเที่ยวและเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางที่ผู้บริโภคต้องการไป คนที่อยู่ในประเทศหรือท้องถิ่นที่แวดล้อมด้วยทะเลและเกาะ จะไม่รู้สึกต้องการเดินทางไปพักผ่อนยังท้องถิ่นที่มีลักษณะแบบเดียวกัน แต่กลับนิยมเดินทางไปยังสถานที่แตกต่างออกไป เช่น ภูเขา เมือง เป็นต้น ในทางตรงกันข้าม คนที่อาศัยในแถบบริเวณอากาศหนาว เช่น ชาวสแกนดิเนเวีย กลับนิยมที่จะมาพักผ่อนในประเทศที่มีอากาศที่อบอุ่นหรือบริเวณชายทะเล เพื่อแสวงชมบรรยากาศที่ประเทศของตนไม่มี นอกจากสภาพอากาศและลักษณะทั่วไปของภูมิประเทศแล้ว ขนาดของชุมชนเมือง จะสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจ คนในชุมชนเมืองจะมีการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจสูงกว่าคนนอกเมืองหรือคนชนบท ย่อมเป็นที่แน่นอนว่า คนที่อาศัยหรืออยู่ในสิ่งแวดล้อมของเมืองใหญ่ๆ เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ มีอำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่าคนที่อาศัยอยู่ในเมืองที่เล็กกว่า และเป็นที่น่าสนใจว่าคนที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่นิยมซื้อรายการนำเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ (Day Visit) มากกว่าคนที่อยู่ในชุมชนเล็กๆ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงควรเลือกทำเลที่ตั้งหรือจุดหมายปลายทางของการเดินทางให้สัมพันธ์กับอุปสงค์ที่กำหนดโดยลักษณะภูมิศาสตร์

ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor) รูปแบบของวัฒนธรรม และทัศนคติของคนในสังคม มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภคหรือลูกค้าว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในรูปแบบใด และบ่อยครั้งเพียงใด เช่น วัฒนธรรมและทัศนคติของสังคมของประเทศแถบตะวันออกไม่เอื้ออำนวยให้ผู้หญิงเดินทางไปยังประเทศอื่นๆ ที่อยู่ห่างไกล ผู้เดินทางหรือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจึงเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง แต่ในทางกลับกันทัศนคติของสังคมชาวตะวันตกเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เดินทางและซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากกว่าผู้หญิงชาวเอเชีย เป็นต้น

ปัจจัยทางการเมือง (Politic Factor) การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเมืองของรัฐบาลในแต่ละประเทศก็ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวด้วย เช่น ในช่วงทศวรรษที่ 80 รัฐบาลอังกฤษได้ลดข้อบังคับเกี่ยวกับรถโดยสารเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว (Coach) ซึ่งมีผลทำให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องพัฒนามาตรฐานของรถ และประชาชนในประเทศนิยมที่จะใช้บริการรถโดยสาร และรถเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น นโยบายของประเทศญี่ปุ่น ก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าการเมืองมีส่วนสนับสนุนประชาชนเดินทางได้เช่นเดียวกัน เพราะเป็นที่รู้จักกันว่า ประเทศญี่ปุ่น ได้ทำไรดูลการค่าโลกตลอดมา ในขณะที่ประเทศอื่นๆ แม้แต่ประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น อเมริกา อังกฤษ ฯลฯ ยังขาดดุลการค้าให้แก่ญี่ปุ่นประเทศต่างๆ จึงได้ร่วมกันทางการเมือง และเศรษฐกิจที่จะให้ญี่ปุ่นสั่งสินค้ามากขึ้น หรือนำเงินตราไปใช้ที่ต่างประเทศเพื่อความสมดุลทางการค้า ด้วยเหตุนี้รัฐบาลญี่ปุ่นจึงสนับสนุนให้ประชาชนญี่ปุ่นเดินทางออกต่างประเทศกันมากขึ้น เป็นต้น

สื่อมวลชน (Media) สื่อมวลชน ไม่ว่าโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารมีบทบาทอย่างยิ่งต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพราะสื่อมวลชนเหล่านี้จะถ่ายทอดข่าวสารทางการเมืองท่องเที่ยวสู่ประชาชนและในขณะเดียวกันก็สามารถกำหนดภาพพจน์ของผู้ประกอบการ และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้

เวลา สภาวะครอบครัว และสุขภาพของผู้บริโภค เวลา สภาวะครอบครัว และสุขภาพของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนตัดสินใจจะท่องเที่ยวหรือไม่ท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้มีส่วนสัมพันธ์กัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวในเขตซีกโลกเหนือก็มักจะหลบอากาศหนาวเย็นมาเที่ยวในช่วงเดือน พฤศจิกายน-มีนาคม เป็นต้น ส่วนครอบครัวและสุขภาพของนักท่องเที่ยวก็จะเป็นตัวกำหนดว่านักท่องเที่ยวอายุเท่าไรที่จะเข้ามาเที่ยวบ้าง ซึ่งมีผลเชื่อมโยงไปถึงฐานะและปริมาณการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

ปัจจัยทางเทคโนโลยี ในปัจจุบันนี้ระบบข่าวสารข้อมูลและการดำเนินการติดต่อกับหน่วยงานการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น บริษัททัวร์ บริษัทสายการบิน โรงแรม ฯลฯ สามารถใช้ระบบการติดต่อที่รวดเร็วและทันสมัยมากขึ้น เช่น การจองที่นั่ง หรือห้องพักด้วยตนเอง โดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งให้ทั้งความรวดเร็วและแม่นยำถูกต้อง พร้อมกับให้อิสระแก่นักท่องเที่ยวที่จะสามารถเลือกได้ตามที่ใจตนเองต้องการมากยิ่งขึ้น หน่วยงานซึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งหลายจำเป็นต้องแสวงหาระบบเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของตนมากยิ่งขึ้น เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด

ลักษณะของความต้องการและพฤติกรรม ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ลักษณะของความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้านั้นแตกต่างกันไปสรุปได้ดังนี้

1. ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้านั้นแต่ละคนไม่เหมือนกัน ลูกค้าแต่ละคนมีความต้องการและพฤติกรรมไม่เหมือนกัน เช่น ธรรมชาติชอบรับประทานอาหาร แต่สุจริตชอบรับประทานอาหารก๋วยเตี๋ยว นอกจากนี้แม้แต่คนที่เป็นฝาแฝดกันยังมีความต้องการและพฤติกรรมไม่เหมือนกัน

พฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกันมากขึ้น หากมีวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องหรือลูกค้าอยู่ในประเทศที่แตกต่างกัน เช่น ในการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบการช้อปปิ้งและเดินช้อปปิ้งอย่างมาก แต่คนไทยไม่ชอบการตากแดดหรือการเดินดูวัฒนธรรมและวัตถุโบราณของชาวต่างประเทศอย่างยาวนาน ในทางตรงข้าม ชาวตะวันตกชอบแบบธรรมชาติ อยู่กับสายลมแสงแดด คลื่นทะเล และป่าไม้ ชอบศึกษาวัฒนธรรมมากกว่าการเดินช้อปปิ้งนอกจากนี้ คนไทยนิยมธรรมชาติเหมือนกัน แต่ต้องแต่งแต้มสีสันของชีวิตด้วยงานรื่นเริง เช่น มีเทศกาลอาหาร มีการจัดงานดนตรี จัดงานประกวดแฟนซีต่างๆ นี่ก็สาเหตุว่าทำไมในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้คนไทยเที่ยวทั่วไทยโดยจัดงานตลอดทั้งปีให้คนไทย “ไม่ไปไม่รู้” นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มต่างมีความเหมือนกันในบางสิ่งคือความชอบธรรมชาติ แต่มีความต่างอยู่ต่างชัดเจน นักการตลาดต้องเข้าใจ เอาใจใส่ และลงมือสร้างกลยุทธ์เอาใจลูกค้าได้แล้ว ลูกค้าก็จะไม่ไปไหน

2. ความต้องการและพฤติกรรมและพฤติกรรมของลูกค้าสามารถจัดเป็นกลุ่มได้ มีลูกค้าอีกหลายคนชอบรับประทานข้าวเหมือนธรรมดา แต่ในขณะเดียวกัน จะมีลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยวเหมือนสุจิรา ทำให้เกิดกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

3. ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงได้ ลูกค้ามีความต้องการมีพฤติกรรมไม่คงที่และเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ความชอบของธรรมดา อาจเปลี่ยนแปลงได้ ในอนาคตธรรมดาอาจเปลี่ยนมาชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยวมากกว่าข้าวก็ได้ ในปัจจุบันจะพบว่า ลูกค้าชอบความทันสมัยมากขึ้น ชอบเดินในห้างสรรพสินค้า ใช้สินค้าราคาแพง ชอบการทำสัฟม์ซึ่งในอดีตไม่เป็นเช่นนี้ (สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว. 2545)

ประเภทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

โคเฮิน (นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. ม.ป.ป. อ้างอิงจาก Cohen) ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะร่วมทางพฤติกรรมและบทบาททางสังคมมาจัดประเภทของนักท่องเที่ยวเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม Organized Mass Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อรายการนำเที่ยวกับบริษัทจัดนำเที่ยวที่ได้เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง ที่พัก มื้ออาหาร สถานที่ท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์หรือผู้นำทางไว้เรียบร้อยแล้ว โดยนักท่องเที่ยวไม่ต้องวางแผนการเดินทางนักท่องเที่ยวกุ้มนี้นี้ต้องการเพียงพักผ่อน ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน และความแปลกใหม่โดยไม่ได้คาดหวังที่จะได้ความรู้ ทำความคุ้นเคยหรือทำความเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น

2. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มอิสระหรือปัจเจกกลุ่ม (Individual Mass Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางชานาญและสามารถเดินทางเองโดยไม่มีผู้นำเที่ยวคอยดูแลแต่ยังคงให้บริษัทจัดนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวตามแผนการเดินทางหรือความประสงค์ของตน นักท่องเที่ยวกุ้มนี้นี้มีความต้องการคล้ายกับกลุ่มแรก คือ ต้องการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียง สวยงามสะดวกสบาย และต้องการที่จะพักผ่อนได้รับความสนุกสนานจากการเดินทางเท่านั้น

3. นักสำรวจ (Explorer) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มแรก (non-institutionalized type) คือ หลีกเลียง เส้นทาง สถานที่ และกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วไป นิยมแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางใหม่ด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่คาดหวังที่จะได้รับความสะดวกสบายหรือความสนุกสนาน แต่ต้องการที่บรรลุความมุ่งมั่นของตน (Self-Actualization) จึงพอใจที่จะศึกษาและทำความเข้าใจวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นและเปิดใจกว้างสำหรับประสบการณ์ใหม่

4. นักเดินทางอาสาสมัคร (Drifter) นักเดินทางกลุ่มนี้มีพฤติกรรมคล้ายกับนักสำรวจ คือ เดินทางโดยลำพัง ไม่ซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว ไม่สนใจไปสถานที่ที่มีชื่อเสียงและหลีกเลียงกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวทั่วไปนิยม ไม่เดินทางไปยังที่ต่างๆ ในฐานะของนักท่องเที่ยว แต่ไปในฐานะเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม นักเดินทางอาสาสมัครไม่เพียงแต่ศึกษาและเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นเท่านั้น แต่จะใช้ชีวิตความเป็นอยู่เช่นเดียวกับคนท้องถิ่นหรือคนในสังคมนั้น เพราะต้องการแสวงหาความหมายและคุณค่าของชีวิตและต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมท้องถิ่น พวกอาสาสมัครกลุ่มนี้ ได้แก่ นักสอนศาสนา หมอ และครู ที่เข้าไปอยู่และทำประโยชน์ให้แก่สังคมท้องถิ่น

โคเฮน (อนันต์ เชื้อชาญกิจการ. 2551 อ้างอิงจาก Cohen) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนทางด้านร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลุกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความพยายามหาแนวทางเพื่อลืมหืมความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้สัมผัส
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบพูดคุยกับคนท้องถิ่น เรียนรู้ชีวิตความเป็นอยู่ และปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น และจะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ (2549) กล่าวว่า ปัจจุบันตลาดนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านโครงสร้างประชากรและพฤติกรรม ตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญจะมีประชากรที่สูงอายุและคนที่เกษียณอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังเติบโต เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มหนุ่มสาว นักท่องเที่ยวกลุ่มหนุ่มสาวนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้มีประสบการณ์การเรียนรู้ และคาดหวังที่จะได้รับบริโภคสินค้าท่องเที่ยวตามคุณค่าที่ตนคาดหวัง

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง(Kotler,2003:199)ทัศนคติเป็นสิ่งที่มียุทธิพลต่อความเชื่อในขณะเดียวกันก็ความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์;และคนอื่น ๆ,2546:214)

ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคลซึ่งจัดยาพร เสมอใจ (2550:102-103) สรุปได้ว่าทัศนคติของบุคคลมีอยู่ 4 ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางการตลาด คือ ความคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ตราผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ

หากเป็นเรื่องการท่องเที่ยวคือความคิดที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้ไปพบเห็นในลักษณะของรูปธรรมและนามธรรม(อภิญา ธารสารติลก,2552:12) ในการท่องเที่ยวสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง

2. ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งที่สะสมอยู่ในความคิดของบุคคล ทัศนคติเป็นผลลัพธ์ของการรับรู้และประมวลสิ่งที่ได้รับข้อมูลมาและแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมอันเป็นผลลัพธ์ของทัศนคติ

3. ทัศนคติค่อนข้างคงที่และไม่เปลี่ยนแปลงง่ายเนื่องจากการหล่อหลอมความรู้สึกขึ้นที่ละนิดและมั่นคง เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยากแต่ไม่ได้หมายความว่าไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต้องอาศัยเวลาและอาศัยเทคนิคการย้อนกลับการเกิดทัศนคติในการเปลี่ยนแปลง

4. ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งดังนั้นการรับรู้ข้อมูลเพิ่มหรือการปรับตัวของสถานการณ์อาจทำให้ทัศนคติเปลี่ยนไป

ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติ เสรี วงษ์มณฑา(2542:106-107)กล่าวถึง คำกล่าวของชิพแมนแอนด์ คานูความี4 ประการ คือ

1. ทัศนคติที่มีมีต่อสิ่งหนึ่งซึ่งสิ่งหนึ่งประกอบด้วยแนวความคิดเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด

2. ทัศนคติเป็นที่เรื่องของสิ่งที่สะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม เป็นผลมาจากประสบการณ์โดยตรง ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่น และการเปิดรับจากสื่อ

3. ทัศนคติที่ไม่เปลี่ยนแปลงมีแนวโน้มจะคงเส้นคงวาและมีความสอดคล้องกันเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4. ทัศนคติที่เกิดขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อม เหตุการณ์ และสถานการณ์ที่สิ่งแวดล้อมถูกกระทบโดยสถานการณ์

องค์ประกอบของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติตามแนวความคิดของฟรีแมน (คัคดี สุนทรเสณี,2531:4) มี 3 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้(Cognitive Component)เป็นเรื่องการรับรู้ของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอาจจะเป็นการรับรู้เกี่ยวกับวัตถุต่าง สิ่งของบุคคล หรือเหตุการณ์ต่างๆ ว่ารู้สิ่งต่างๆ ดังกล่าวนั้นได้อย่างไร รู้ในทางที่ดีหรือไม่ดี ทางบวกหรือทางลบ ซึ่งจะก่อให้เกิดทัศนคติขึ้น ถ้าเรารู้อะไรสิ่งหนึ่งในทางที่ดีเราก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นในทางที่ดีและถ้ารู้อะไรสิ่งหนึ่งในทางที่ไม่ดี เราก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นในทางที่ไม่ดีด้วย ถ้าเราไม่รู้จักสิ่งใดเลยทัศนคติก็จะไม่เกิด

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component)เป็นองค์ประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งถูกรับรู้ขึ้นจากความรู้นั้น เมื่อเราเกิดความรู้สึกใดสิ่งหนึ่งแล้วจะทำให้เราเกิดความรู้สึกในทางที่ดีหรือไม่ดี ถ้าเรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ไม่ดีเราก็จะไม่ชอบหรือไม่พอใจในสิ่งนั้นความรู้สึกนี้จะทำให้เกิดทัศนคติในทางใดทางหนึ่งคือชอบหรือไม่ชอบความรู้สึกนี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยากมาก

3. องค์ประกอบทางด้านแนวโน้มในเชิงพฤติกรรม (Action Tendency Component or Behavioral Component)

เป็นความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นๆในทางใดทางหนึ่งคือพร้อมที่จะสนับสนุนส่งเสริมช่วยเหลือหรือในทางทำลาย ขัดขวาง ต่อสู้ เป็นต้น

ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติแบ่งกว้างๆได้ 2 ประเภท คือ

1. ทัศนคติทั่วไป (General Attitude) ได้แก่สภาพจิตใจแบบกว้างๆซึ่งเป็นแนวความคิดประจำตัวบุคคลนั้นเป็นพฤติกรรมและบุคลิกภาพอย่างกว้างๆ เช่น การมองโลกในแง่ดี การเคร่งในระเบียบประเพณี ศาสนา วัฒนธรรม ความเชื่อ ฯลฯ

2. ทัศนคติเฉพาะอย่าง (Specific Attitude) สภาพทางจิตใจที่บุคคลที่มีต่อวัตถุสิ่งของ บุคคลอื่น สถานการณ์หรือสิ่งอื่นๆ เป็นอย่างๆไป ทัศนคติในวงแคบเช่นนี้มักแสดงออกในลักษณะที่ว่าชอบหรือไม่ชอบ ถ้าชอบหรือเห็นว่าดีก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น ถ้าไม่ชอบหรือเห็นว่าไม่ดีก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคลนั้นหรือสิ่งนั้น (ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนาและวินส อัครสิทธิถาวร,2550:56)

การเกิดของทัศนคติ (Attitude Formation)

ธงชัย สันติวงษ์ (2540:166-167)กล่าวว่า ทัศนคติก่อตัวเกิดขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางด้านร่างกาย (Biological Motivation)
2. ข่าวสารข้อมูล (Information)
3. ปัญหาต่างๆ (Selective Perception)

4. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation)
5. ประสบการณ์ (Experience)
6. ลักษณะท่าทาง (Personality)

แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการ

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับนันทนาการ

ความหมายของนันทนาการ

นันทนาการมาจากคำในภาษาอังกฤษว่า Recreation แปลว่า การทำให้สนุกสนาน ร่าเริง หมายถึง การจัดกิจกรรมเพื่อให้บุคคลเข้าร่วมในเวลาว่างด้วยความสมัครใจ และได้รับความพึงพอใจและความสนุกสนานอันจะเป็นแรงจูงใจให้บุคคลเข้าร่วมในกิจกรรมนั้น คำว่า “นันทนาการ” ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน มีการพัฒนาความหมายตามกาลเวลาการยอมรับในสังคมและวิชาชีพดังนี้

จรินทร์ ธานีรัตน์ (2528: 21) ได้ให้ความหมายว่า นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมที่กระทำในยามว่างโดยใช้ความสมัครใจเป็นหลัก ไม่มีการบังคับและได้รับความพึงพอใจและเพลิดเพลินใจจากกิจกรรมนั้นเป็นหลักสำคัญ

คณิต เขียววิชัย (2534: 15) ได้ให้ความหมายว่า นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมยามว่างที่ทุกคนร่วมโดยสมัครใจ และกิจกรรมนั้นจะก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้เข้าร่วมในทันทีทันใด ทั้งนี้ กิจกรรมนั้นๆจะต้องไม่ขัดต่อวัฒนธรรมที่ดำรงของสังคมนั้นๆ

สมบัติ กาญจนกิจ (2547: 16-18) และประพัฒน์ ลักษณะพิสุทธิ์ (2547: 4) ได้สรุปความหมายของนันทนาการไว้ใน 4 ความหมาย ดังนี้

1. นันทนาการ หมายถึง การทำให้ร่างกายสดชื่น หรือการทำให้ร่างกายได้สร้างพลังขึ้นมาใหม่ (Re-fresh or Re-creation) อันเป็นความหมายดั้งเดิม

2. นันทนาการ หมายถึง กิจกรรม (Activities) ซึ่งมีชนิด ประเภท และรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย การที่บุคคลหรือชุมชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมตามความสนใจของตนแล้ว ก่อให้เกิดผลการพัฒนาอารมณ์สุขสนุกสนานและสุขสงบ

3. นันทนาการ หมายถึง กระบวนการ (Process) กล่าวคือ นันทนาการเป็นกระบวนการในการพัฒนาประสบการณ์หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลหรือสังคมผลจากการเข้าร่วมในกระบวนการ เรียกว่า ประสบการณ์ โดยอาศัยกิจกรรมนันทนาการต่างๆเป็นสื่อ ในช่วงเวลาว่าง เวลาอิสระโดยที่บุคคลเข้าร่วมด้วยความสมัครใจหรือมีแรงจูงใจแล้วส่งผลให้เกิดการพัฒนาอารมณ์สุข สนุกสนาน และสงบสุข

4. นันทนาการ หมายถึง สวัสดิการสังคม (Social Welfare) และสถาบันทางสังคม (Social Institute) ซึ่งรัฐบาลและผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องมีหน้าที่จัดบริการให้แก่ชุมชน เพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี และสร้างบรรยากาศของเมืองและประเทศให้น่าอยู่

กิจกรรมนันทนาการ

กิจกรรม (Activity) หมายถึง การกระทำใดๆ ก็ตามที่ทำให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ก่อให้เกิดสัมพันธภาพ ก่อให้เกิดปฏิกิริยาโต้ตอบภายในกลุ่มสมาชิก และการกระทำนั้น ทำให้สมาชิกได้รับประสบการณ์ในการเข้าร่วมการกระทำด้วย ฉะนั้นพอจะสรุปได้ว่าองค์ประกอบ ของกิจกรรม มี 4 ประการ คือ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน (Fun) สัมพันธภาพ (Relationship) ปฏิกริยาโต้ตอบ (Interaction) และประสบการณ์ (Experience) (เสาวนีย์ เสนาสุ. 2532: 32)

กิจกรรมนันทนาการ (Recreation Activity) หมายถึง กิจกรรมในเวลาว่างเพื่อ ประโยชน์ในทางกิจกรรมและมีลักษณะจำเพาะ คือ เป็นกิจกรรมที่ร่างกายได้ออกแรงเคลื่อนไหวทำ ด้วยความสมัครใจในเวลาว่างและด้วยความพึงพอใจ (จรรยาพร ธรณินทร์. 2533:12)

สำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ (2550:27) กิจกรรมที่กระทำเพื่อ นันทนาการ ที่เป็นสื่อในการพัฒนาคนให้เป็นตามเป้าหมาย กิจกรรมนันทนาการจะครอบคลุมไป ถึงการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาคนในแต่ละด้าน ดังนั้นนันทนาการจึงดำเนินโดยการใช้กิจกรรมเป็นสื่อ ที่สำคัญ แบ่งเป็น 11 ประเภท คือ

1. ศิลปหัตถกรรม (Art and Crafts) เป็นกิจกรรมที่แสดงออกถึงความสามารถพิเศษ ความละเอียดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ให้เกิดทักษะความสัมพันธ์ ของประสาทอวัยวะร่างกาย และพัฒนาความคิดความสามารถในการทำงานจนสามารถพัฒนาไปสู่ ทักษะเป็นงานอาชีพได้

2. เกมและกีฬา (Games and Sports) เป็นกิจกรรมที่แสดงออกทางกายที่ต้องใช้ ทักษะความสามารถทางกายในทางด้านสมรรถภาพทางร่างกาย เพื่อมีสุขภาพกาย สุขภาพจิตที่ดี ได้ความสนุกสนานและเพื่อกระตุ้นให้มีการออกกำลังกาย เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

3. การเต้นรำ (Dance) เป็นกิจกรรมที่แสดงออกถึงความสามารถความสวยงาม และ เอกลักษณะเฉพาะ เพื่อส่งเสริมมนุษยสัมพันธ์ทางสังคม อนุรักษ์วัฒนธรรมประจำถิ่นตลอดจนการฝึก ทักษะการเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับสภาพการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยสัมพันธ์กับจังหวะทำนอง ดนตรี รวมไปถึงการฟ้อนรำในรูปแบบต่างๆ การเต้นรำลีลาศในกิจกรรมสังคม

4. การละคร (Drama) เป็นกิจกรรมที่แสดงออกถึงความสามารถและสะท้อนให้เห็น ถึงสภาพความเป็นอยู่ของสังคม วัฒนธรรมและพฤติกรรมความเป็นอยู่ทั้งในปัจจุบันและอดีตที่ผ่านมา เป็นการส่งเสริมจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์และสติปัญญา การศึกษาเรียนรู้ และส่งเสริม ความสามารถในการแสดงออก

5. งานอดิเรก (Hobby) จัดเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะพิเศษ ความสามารถเฉพาะ และการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ ในความรู้พิเศษ

6. การดนตรีและการร้องเพลง (Music and Singing) เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริม การแสดงออกถึงความสามารถเฉพาะอย่าง ความถนัดเฉพาะ ซึ่งในปัจจุบันการดนตรีจัดเป็นส่วน หนึ่งของชีวิตจัดเป็นกิจกรรมที่ใช้ในการบำบัดจิตใจ

7. กิจกรรมกลางแจ้ง/นอกเมือง (Outdoor Recreation) เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ประสบการณ์ชีวิตธรรมชาติ การออกกำลังกาย หรือการใช้เวลาว่าง เพื่อการศึกษาหาความรู้ ด้วยกิจกรรมนอกกรอบแบบโดยการสัมผัสกับธรรมชาติของจริง เช่น การจัดค่าย พักแรม การเดินทางไกล

8. วรรณกรรม (การอ่าน พูด เขียน) (Reading, Speaking and Writing) เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ความเชื่อมั่นและกล้าแสดงออกในทางที่ถูกต้อง ความมีวินัยแห่งตน และเป็นการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมที่ดี

9. กิจกรรมสังคม (Social Recreation) เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมมนุษยสัมพันธ์ การเข้ากลุ่ม ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจอันดี มีคุณธรรมรู้จักช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีจิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ สร้างมิตรภาพในสังคม

10. กิจกรรมพิเศษตามเทศกาลต่างๆ (Special Event) เป็นกิจกรรมเฉพาะที่จัดขึ้นในโอกาสพิเศษโดยตรง เช่น เทศกาลพิเศษ การจัดกิจกรรมประเพณี กิจกรรมเพื่อทางศาสนา เช่น วันลอยกระทง วันขึ้นปีใหม่ วันตรุษจีนสงกรานต์เป็นแสดงความยินดี สุขใจ หรือความร่วมมือกันในการช่วยกันสร้างสรรค์ สังคม อนุรักษ์วัฒนธรรม เป็นต้น

11. การบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service) เป็นกิจกรรมเพื่อการช่วยเหลือบริการสังคม ช่วยให้เข้าใจกันเห็นอกเห็นใจกัน เอื้อเฟื้อ เสียสละ สร้างความสามัคคี รักใคร่กลมเกลียว รู้จักเสียสละเพื่อส่วนร่วมและจัดเป็นกระบวนการในการพัฒนาจิตใจของมนุษย์

ลักษณะพื้นฐานของนันทนาการ

จากความหมายของนันทนาการ สามารถตีความหมายได้หลากหลาย ซึ่งอาจจะมองในเรื่องของประสบการณ์หรือกระบวนการหรือกิจกรรมที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตหรือแหล่งสถาบันทางสังคม ดังนั้นนักวิชาการหลายท่านได้วางหลักเกณฑ์ในเรื่องของลักษณะพื้นฐานของนันทนาการไว้ดังนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544: 30)

1. นันทนาการเกี่ยวข้องกับกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมต่างๆ ทั้งที่กระทำและถูกกระทำ รูปแบบของกิจกรรมนั้นหลากหลาย ตั้งแต่เกมกีฬา ศิลปหัตถกรรม ดนตรี ละคร กิจกรรมกลางแจ้งนอกเมือง งานอดิเรก การท่องเที่ยว โยคะ สมาธิ เป็นต้น

2. นันทนาการมีรูปแบบหลากหลาย มีขอบเขตไม่จำกัด ตั้งแต่ในรูปแบบของกิจกรรม ซึ่งกำหนดเป็น 14 หมวดหมู่ใหญ่แล้ว นันทนาการยังมีรูปแบบที่จัดบริการเป็นสวัสดิการสังคม เป็นแหล่งนันทนาการบริการแก่กลุ่มประชากรทุกระดับวัยและประชากรกลุ่มพิเศษ

3. นันทนาการจะต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจและมีแรงจูงใจ นั่นคือผู้เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการจะต้องเป็นการเข้าร่วมด้วยความสนใจ สมัครใจ และมีแรงจูงใจในกิจกรรมที่เข้าร่วม โดยมีได้ถูกบังคับ

4. นันทนาการเกิดขึ้นได้ในเวลาที่ไม่จำกัด บุคคลและชุมชนมีอิสระที่เข้าร่วมในสิ่งที่เขาต้องการจะเล่นหรือเข้าร่วมโดยไม่จำกัดเวลา

5. นันทนาการจะต้องเป็นสิ่งที่จริงจังและมีจุดมุ่งหมาย ประสพการณ์นันทนาการเป็น การพัฒนาคุณภาพชีวิต พัฒนาอารมณ์สุข มีคุณค่าสาระ เป็นสิ่งจริงจัง และมีจุดหมายเสมอ

6. นันทนาการเป็นการบำบัดรักษา กิจกรรมนันทนาการช่วยฟื้นฟูและรักษาคนไข้ และเปิดโอกาสให้คนไข้เลือกกิจกรรมในเวลาว่าง กระทำเพื่อพัฒนาสุขภาพกายและจิตใจยาม ฟื้นฟู หรือระหว่างการบำบัดรักษา

7. นันทนาการเป็นกิจกรรมที่สามารถยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงได้ ตามความเหมาะสม กิจกรรมนันทนาการสามารถจัดให้ตามความเหมาะสม ตามสภาพแวดล้อมความต้องการและสนใจ ของชุมชน ตลอดจนอุปกรณ์และสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวก

8. นันทนาการจะต้องเป็นกิจกรรมที่พึงประสงค์ของสังคม กิจกรรมนันทนาการของ สังคมหรือชุมชนหนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับอีกชุมชนหนึ่ง ทั้งนี้เพราะความสนใจต้องการค่านิยม วัฒนธรรม ศาสนา ประเพณี สภาพแวดล้อม ความเชื่อ เป็นข้อบ่งชี้วิถีชีวิตของชุมชน ดังนั้น กิจกรรมนันทนาการจะต้องเป็นที่ยอมรับในสังคมนั้นๆ

เป้าหมายของนันทนาการ

การจัดกิจกรรมนันทนาการมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาบุคคลและสังคม เพื่อให้มี คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กิจกรรมนันทนาการมีความหลากหลาย ดังนั้นเป้าหมายของนันทนาการจึงมี ความสำคัญในการให้บริการต่อบุคคลและสังคม ดังที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 31-32)กล่าวไว้ว่า

1. พัฒนาอารมณ์ นันทนาการเป็นกระบวนการที่เสริมสร้างและพัฒนาอารมณ์สุขของ บุคคลและชุมชน โดยอาศัยกิจกรรมต่างๆ เป็นสื่อกลางในช่วงเวลาว่างหรือเวลาอิสระ การเข้าร่วม กิจกรรมต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ และกิจกรรมนั้นจะต้องเป็นกิจกรรมที่สังคมยอมรับ สามารถ ก่อความสุข สนุกสนาน เพลิดเพลิน และความสุขสงบ

2. เสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ กิจกรรมนันทนาการหลายอย่างช่วยสร้าง ประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้เข้าร่วม ทั้งนี้เพราะความหลากหลายของกิจกรรม เช่น กิจกรรมท่องเที่ยว ทัศนศึกษาเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ในสถานที่และทรัพยากรท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทางด้าน โบราณวัตถุ ทัศนียภาพ โบราณสถาน ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม หรือสิ่งของหายาก การเล่นเกม หรือกีฬาพื้นเมือง กีฬาสากล ศิลปหัตถกรรม ดนตรี วรรณกรรม การอ่าน พุด เขียน นันทนาการ นอกเมืองกลางแจ้ง นันทนาการทางสังคม ซึ่งมีความแตกต่างของกิจกรรมมากมายขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์และพื้นฐานเดิมของบุคคลหรือชุมชน

3. เพิ่มพูนประสบการณ์ กระบวนการทางนันทนาการก่อให้เกิดการพัฒนาอารมณ์สุข ดังนั้นทัศนียภาพ ความซาบซึ้ง ความประทับใจ ความภาคภูมิใจ มุมหนึ่งหรือเสี้ยวหนึ่งแห่งความ ประทับใจ มุมสงบ สุขใจ อารมณ์สุข สนุกสนานเพลิดเพลิน และอารมณ์สุขสงบ จึงเป็นประสบการณ์ หรือคุณภาพชีวิตของบุคคลหรือชุมชนที่จะพึงหาได้ กิจกรรมหลายอย่างต้องมีการเตรียมตัว เตรียมความพร้อม เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมเสี่ยงทำหายนความสามารถของผู้เข้าร่วมจะต้องมีการ

ฝึกซ้อมเสริมสร้างความมั่นใจ ทักษะที่สร้างเสริมประสบการณ์หรือกิจกรรมบางอย่างเคยเข้าร่วมมาแล้ว แต่ผู้เข้าร่วมอยากสร้างความประทับใจหรือความทรงจำเดิมเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์

4. ส่งเสริมการมีส่วนร่วม นันทนาการให้คุณค่าและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคคลและชุมชน ฝึกให้เข้าร่วมในกิจกรรมของชุมชนด้วยความสนใจและสมัครใจ กิจกรรมอาสาสมัครให้คุณค่าการมีส่วนร่วมอาสาสมัครพัฒนาเกี่ยวข้องกับชุมชนอื่น กิจกรรมมนุษย์สัมพันธ์และกลุ่มสัมพันธ์สอนให้ผู้เข้าร่วมทำงานเป็นทีม เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม รู้จักหน้าที่ สิทธิตลอดจนความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น เช่นเดียวกับกิจกรรมกีฬา การอยู่ค่ายพักแรม เป็นต้น

5. ส่งเสริมการแสดงออกแห่งตน กิจกรรมนันทนาการหลายประเภท เช่น ศิลปหัตถกรรม กีฬาประเภทต่าง ๆ ดนตรี ละคร การเล่นเกม ประเพณี เป็นการส่งเสริมให้บุคคลได้แสดงออกในด้านความนึกคิดสร้างสรรค์ การระบายอารมณ์ การเลียนแบบสถานการณ์หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ทำให้สามารถเรียนรู้และรู้จักตนเองมากขึ้น สร้างความมั่นใจ ความเข้าใจและการควบคุมตนเอง การรู้จักเลือกกิจกรรมหรือพฤติกรรมในการแสดงออกเป็นการส่งเสริมสุขภาพและบุคลิกภาพให้แก่ตนเอง

6. ส่งเสริมคุณภาพชีวิต กระบวนการนันทนาการช่วยส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลและสังคม กิจกรรมนันทนาการช่วยพัฒนาอารมณ์ความสุข ความสามารถของบุคคล สุขภาพและสมรรถภาพ ส่งเสริมสุขภาพจิต ความสมดุลของกายและจิต และความสมดุลในการแบ่งเวลาทำงาน นันทนาการเป็นการลดความเครียด ความวิตกกังวล ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกลุ่ม สังคม ส่งเสริมการแสดงออก เพิ่มพูนประสบการณ์ สิ่งเหล่านี้ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคมทุกระดับวัย ทุกเพศ นอกจากนี้ยังพัฒนาคุณภาพชีวิตในกลุ่มประชากร ทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นชุมชนยากจนแออัด ชุมชนมั่งมี ประชากรพิเศษ คนพิการ หรือกลุ่มด้อยโอกาสก็ตาม

7. ส่งเสริมความเป็นมนุษยชาติ กิจกรรมนันทนาการส่งเสริมพฤติกรรมและพัฒนาความเจริญงอกงามของบุคคลทั้งทางกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจของทุกคน ทุกเพศทุกวัย ตามความสนใจและความต้องการของบุคคล กิจกรรมนันทนาการช่วยสร้างความเข้าใจอันดีในหมู่เพื่อนมนุษย์ เข้าใจสภาพสิ่งแวดล้อม เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ช่วยสืบทอดศิลปวัฒนธรรมของชาติ ให้คุณค่าทางสังคม การอยู่ร่วมกัน การร่วมมือกันอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข นันทนาการนานาชาติ เช่น มหกรรมกีฬา ศิลปวัฒนธรรมนานาชาติ ช่วยส่งเสริมความเข้าใจอันดีและมิตรภาพของมนุษย์ในสังคมที่มีการปกครองในระบบที่ต่างกัน

8. ส่งเสริมความเป็นพลเมืองดี กิจกรรมนันทนาการเป็นการให้การศึกษาแก่เด็กและเยาวชนในด้านการช่วยเหลือตนเอง สิทธิหน้าที่ ความรับผิดชอบ ระเบียบวินัย และการปรับตัวให้เป็นพลเมืองดี เช่น กิจกรรมกีฬา การอยู่ค่ายพักแรม กิจกรรมอาสาสมัคร กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ กิจกรรมศิลปะ ดนตรี หัตถกรรม และการละเล่นต่างๆช่วยส่งเสริมคุณค่า ลักษณะนิสัยความเป็นพลเมืองดี ความไม่เห็นแก่ตัวและรู้จักช่วยเหลือส่วนรวมเป็นสำคัญ จึงช่วยให้สังคมอบอุ่นและเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีส่วนร่วมในนันทนาการ

การที่บุคคลมีความสนใจและความต้องการเลือกกิจกรรมการใช้เวลาว่างเพื่อให้เกิดประสบการณ์และคุณภาพชีวิตได้นั้น ขึ้นอยู่กับบุคคล บุคลิกภาพ สีลาชีวิต และเป้าหมายของบุคคลนั้น ปัจจัยและแรงจูงใจของบุคคลในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการมีดังนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ. 2544: 24-25)

1. เพื่อความสนุกสนาน
2. เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต
3. เพลิติเพลินธรรมชาติ เกี่ยวกับทัศนียภาพทิวทัศน์ที่งดงามตระการตาได้รับประสบการณ์การเรียนรู้จากธรรมชาติ เรียนรู้พื้นที่ของธรรมชาติที่ยังไม่ได้พัฒนา
4. เพื่อสมรรถภาพทางกาย
5. เพื่อลดความเครียด เกี่ยวกับความเครียดทางจิตใจ อารมณ์ สิ่งแวดล้อม เสี่ยงกิจวัตรประจำวัน
6. หนีจากความแออัด หาคความสงบจากการรบกวน หาคความสงบ แยกตัวเองอยู่กับป่าธรรมชาติ
7. เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับนันทนาการกลางแจ้ง/นอกเมือง เป็นการเรียนรู้ทั่วไปเพื่อการค้นหาบุกรุก และเรียนรู้ภูมิทัศน์ท้องถิ่น
8. เพื่อรับรู้คุณธรรมและสัจธรรม
9. เพื่อความเป็นอิสระและความเป็นส่วนตัว
10. เพื่อรู้จักครอบครัวในสภาพแวดล้อมธรรมชาติ
11. เพื่อคุณธรรม คุณค่าของบุคคล และน้ำใจไมตรี
12. อยากประสบความสำเร็จ เป็นการสร้างความมั่นใจและเชื่อถือตนเองได้รับการยอมรับทางสังคม ได้พัฒนาทักษะ ได้ทดสอบความสามารถ และได้ความตื่นเต้นสะใจ
13. เพื่อพักผ่อนกาย
14. เพื่อเป็นผู้สอนและแนะนำที่ดี
15. ได้รับการท้าทายและกิจกรรมเสี่ยงภัย
16. เป็นการลดและป้องกันความเสี่ยงอันตราย
17. เพื่อได้รู้จักเพื่อนใหม่
18. ได้สะท้อนภาพชีวิตของบรรพบุรุษที่อยู่ใกล้ธรรมชาติมาก่อน

ความสำคัญของนันทนาการ

นันทนาการมีความสำคัญต่อบุคคล สังคม ชุมชน และประเทศชาติ ดังนี้ (จรินทร์ ธานีรัตน์, 2528: 59-64)

1. ความสำคัญสำหรับบุคคล

1.1 บุคคลแต่ละคนมีสิทธิที่จะใช้เวลาว่างของตนในการเข้าร่วมในกิจกรรมนันทนาการเพื่อประโยชน์แก่ตนเอง

1.2 บุคคลแต่ละคนมีความรับผิดชอบตามกฎหมายในอันที่จะสนับสนุนนันทนาการ โดยการเสียภาษีให้แก่รัฐบาล

1.3 บุคคลแต่ละคนย่อมมีความรับผิดชอบในทางจิตใจหรือทางศีลธรรมในอันที่จะให้การสนับสนุนและความช่วยเหลือต่างๆโดยผ่านทางองค์การอาสาสมัคร

1.4 บุคคลแต่ละคนย่อมมีความรับผิดชอบที่จะอุทิศเวลาว่างของตนเองเพื่อให้บริการต่อชุมชน

2. ความสำคัญสำหรับครอบครัว แบบของกิจกรรมนันทนาการที่ดีย่อมเกิดตั้งแต่เด็ก บ้านจึงเป็นสถานที่แห่งแรกของการนันทนาการสำหรับเด็ก บิดามารดาเป็นผู้นำนันทนาการคนแรกของเด็ก กิจกรรมต่างๆ ที่บิดามารดาทำเป็นตัวอย่างให้เด็กมีนิสัยหรือทัศนคติที่ดีในการใช้เวลาว่างไปในทางที่เกิดประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดปัญหาเยาวชน ถ้าบุคคลของครอบครัวมีความสุข สุขภาพดี มีความมั่นคง ประเทศชาติก็เป็นปึกแผ่นมั่นคงตามไปด้วย

3. ความสำคัญสำหรับกลุ่มหรือคณะ กิจกรรมนันทนาการเป็นเครื่องมือให้ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความเข้าใจ ความรัก ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมู่คณะได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นยังเป็นสื่อให้บุคคลได้พบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน อันจะทำให้ประโยชน์ให้แก่สังคม

4. ความสำคัญสำหรับชุมชน ชุมชนที่ดีควรจัดให้มีสถานที่บริการทางนันทนาการเพื่อประชาชนนั้นๆได้พักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความเครียด ทำให้เขาเพลิดเพลินมีความสุขความพอใจในชีวิต พร้อมทั้งจะดิ้นรนเพื่อเผชิญกับปัญหาชีวิตประจำวันต่อไปอีก

5. ความสำคัญสำหรับประเทศชาติ ชาตินั่นคงและพัฒนาไปได้ ไม่ว่าจะทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ย่อมเป็นผลสืบเนื่องมาจากประชาชนพลเมืองมีสุขภาพพลานามัยดี มีสมรรถภาพทางกายและทางใจที่ดี นั่นคือ ประชาชนในชาติต้องรู้จักใช้เวลาพักผ่อนในทางกิจกรรมนันทนาการ

6. ความสำคัญสำหรับนานาชาติ นันทนาการมีบทบาทสำคัญในอันที่จะส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศชาติโดยการเข้าร่วมในกิจกรรมนันทนาการ วัฒนธรรม วรรณกรรม พื้นเมือง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ส่งผลให้ลดความขัดแย้งในปัญหาระหว่างประเทศ ปัจจุบันได้มีสมาคมนันทนาการแห่งโลก (World Recreation and Leisure Association: WRLA) ดำเนินการเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว

ประโยชน์และคุณค่าของกิจกรรมนันทนาการ

กิจกรรมนันทนาการในช่วงเวลาว่างที่ผู้เข้าร่วมด้วยความสมัครใจนั้นจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อตนเอง ดังนั้นคุณค่าและประโยชน์ของนันทนาการจึงมีมากมายดังนี้

สมบัติ กาญจนกิจ ดำรัส ตาราศักดิ์ คณิต เขียววิชัย และจรินทร์ ธานีรัตน์ ได้สรุปประโยชน์และคุณค่าของนันทนาการไว้ดังนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ. 2535: 41-42)

1. ช่วยให้ผู้บุคคลและชุมชนได้รับความสนุกสนาน มีความสุขในชีวิตและใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
2. ช่วยให้ผู้บุคคลและชุมชนพัฒนาสุขภาพจิต และสมรรถภาพทางกายที่ดีเกิดความสุขของชีวิต
3. ช่วยป้องกันปัญหาอาชญากรรมและพฤติกรรมเบี่ยงเบนในทางที่ไม่พึงประสงค์ของเด็กและเยาวชน การพัฒนาพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนนับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างลักษณะนิสัย ที่พึงประสงค์และเป็นกำลังคนที่มีประสิทธิภาพในอนาคต กิจกรรมนันทนาการประเภทต่างๆ ช่วยให้เด็กและเยาวชนเลือกได้ตามความสนใจ และได้ใช้เวลาว่างในการพัฒนาลักษณะนิสัยที่พึงประสงค์ได้
4. ส่งเสริมความเป็นพลเมืองดี การที่ชุมชนได้มีโอกาสใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ โดยเข้าร่วมในกิจกรรมนันทนาการ จะได้เรียนรู้ในเรื่องของหน้าที่ความรับผิดชอบ คุณค่าทางสังคม เสรีประชาธิปไตย ลดความเห็นแก่ตัว สร้างคุณค่า จริยธรรม ความมีน้ำใจ การให้บริการ รู้จักอาสาสมัครช่วยเหลือสังคม ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมของความเป็นพลเมืองดีของประชาชาติ
5. ส่งเสริมการพัฒนาอารมณ์สุข กิจกรรมนันทนาการช่วยพัฒนาอารมณ์สุขรวมทั้งความสนุกสนานและความสุขสงบ ลดความเครียด ความวิตกกังวล ทำให้อารมณ์แจ่มใสและช่วยส่งเสริมให้รู้จักการพัฒนา การควบคุมอารมณ์ และบุคลิกภาพที่ดีอีกด้วย
6. ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชาติ กิจกรรมนันทนาการ เช่น การละเล่นพื้นเมือง วิถีชีวิต ประเพณีพื้นบ้าน ตลอดจนแหล่งนันทนาการประเภทอุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ ทัศนคติและความซาบซึ้ง อันจะก่อให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาติต่อไป
7. ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งและนอกเมือง ได้แก่ กิจกรรมการอยู่ค่ายพักแรม เดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ไร่เขา เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้ช่วยสอนผู้ที่เข้าร่วมได้รู้จักคุณค่าของธรรมชาติ ซาบซึ้งและสามารถดูแลอนุรักษ์ธรรมชาติ อันเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและประชาชาติของโลก
8. ส่งเสริมในเรื่องการบำบัดรักษา กิจกรรมนันทนาการเพื่อการบำบัดเป็นกรรมวิธี และกิจกรรมที่จะช่วยรักษาคนป่วยทั้งทางด้านร่างกายและสุขภาพจิต เช่น งานอดิเรกประเภทประดิษฐ์ สร้างสรรค์ และช่วยส่งเสริมความหวัง ความคิด และใช้เวลาว่างแก่คนป่วยซึ่งกำลัง

ต่อสู้กับความทุกข์ทางกาย หรือกิจกรรมนันทนาการประเภทกีฬา นันทนาการช่วยส่งเสริมการพัฒนา ร่างกาย กิจกรรมนันทนาการทางสังคมช่วยสร้างขวัญกำลังใจของคนป่วย

9. ส่งเสริมมนุษยสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ช่วยให้บุคคล ได้แสดงออกและละลายพฤติกรรมของกลุ่ม สร้างเสริมคุณค่าทางสังคม ฝึกการอยู่ร่วมกันอย่าง มีความสุข กิจกรรมเกมกีฬาและกีฬาเพื่อการแข่งขัน และการอยู่ค่ายพักแรม ช่วยฝึกการทำงานเป็น หมู่คณะ ลดความเห็นแก่ตัว เสริมสร้างความสามัคคีและความเข้าใจอันดีในหมู่คณะ

10. ส่งเสริมและบำรุงขวัญทหารและตำรวจปฏิบัติหน้าที่ตามชายแดน กิจกรรม นันทนาการที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมขวัญและกำลังใจของทหาร ตำรวจชายแดน เป็นสิ่งที่จำเป็นและ สำคัญยิ่งในการตอบแทน ให้กำลังใจในกิจกรรมเวลาว่างแก่กองทหารและตำรวจชายแดน

จากสาระสำคัญของนันทนาการดังกล่าว พอจะสรุปความหมาย ความสำคัญ คุณค่า และประโยชน์ของนันทนาการได้ดังนี้

นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลได้มีส่วนร่วมหรือกระทำในเวลาว่าง ด้วยความสมัครใจ โดยได้รับความพึงพอใจและเพลิดเพลินใจจากกิจกรรมที่เข้าร่วมนั้น

คุณลักษณะพื้นฐานของนันทนาการ ประกอบด้วย นันทนาการเกี่ยวข้องกับกิจกรรม มีรูปแบบที่หลากหลาย มีแรงจูงใจและร่วมด้วยความสมัครใจ ในเวลาที่ไม่จำกัดจะต้องมีสาระ มุ่งหมายจริงใจ สามารถยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงได้ อาจเป็นการบำเพ็ญรักษา และต้องเป็นกิจกรรมที่พึง ประสงค์ของสังคม

เป้าหมายของนันทนาการมีอยู่หลายประการ ขึ้นอยู่กับความต้องการ แรงจูงใจของ บุคคลและสังคม ได้แก่ เป้าหมายเพื่อพัฒนาอารมณ์สุข สนุกสนาน ร่าเริง สุขสงบ เพื่อเสริมสร้าง ประสิทธิภาพหรือเพิ่มพูนประสิทธิภาพเดิม ส่งเสริมการมีส่วนร่วม การแสดงออกแห่งตน ส่งเสริม คุณภาพชีวิต ส่งเสริมความเป็นมนุษยชาติและความเป็นพลเมืองดี

ปัจจัยและแรงจูงใจของบุคคลในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการสรุปได้ว่า เพื่อความสนุกสนานร่าเริง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต มีแรงจูงใจเกี่ยวกับธรรมชาติ สมรรถภาพทางกาย ลดความเครียด ได้เพื่อนใหม่ เรียนรู้ธรรมชาติ และเพื่อพัฒนาตนเอง

นันทนาการมีความสำคัญในการพัฒนามนุษย์ให้มีความสมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม นันทนาการเป็นสื่อสำคัญที่จะช่วยสร้างบรรยากาศอบอุ่นให้เกิดภายในครอบครัว ในการทำกิจกรรมร่วมกัน กิจกรรมนันทนาการช่วยพัฒนาหน่วยงาน สังคมและชุมชนในหลายๆด้าน ช่วยสร้างคนให้เป็นสมาชิกที่ดี มีเหตุผล ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เคารพกฎกติกาในสังคม และ นันทนาการยัง มีความสำคัญต่อประเทศชาติเป็นอย่างมาก เพราะประชาชนได้เล่นกีฬา ออกกำลังกาย และเข้าร่วมในกิจกรรมนันทนาการ ทำให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตดี คุณภาพชีวิตของ ประชาชนในประเทศก็จะดีขึ้น ส่งผลทำให้ประเทศชาติได้พัฒนามากขึ้น

นันทนาการมีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อบุคคลและสังคม ช่วยพัฒนาอารมณ์สุขในชีวิต และพัฒนาสุขภาพจิต สมรรถภาพทางกาย ช่วยป้องกันอาชญากรรมและพฤติกรรมเบี่ยงเบนของเด็กและเยาวชน ส่งเสริมความเป็นพลเมืองดี รู้จักศิลปวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ ส่งเสริมการบำบัดรักษา ความมีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม พัฒนาคุณภาพชีวิตในด้านสุขภาพ การพัฒนาบุคคล และความเป็นพลเมืองดี

แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

นันทนาการด้านการท่องเที่ยว หมายถึง นันทนาการด้านการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่สร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต สร้างความประทับใจ มีความซาบซึ้งในธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน และสังคมในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป การท่องเที่ยวส่งเสริมพัฒนาการด้านร่างกาย จิตใจอารมณ์ สังคม และสติปัญญา รวมทั้งบุคลิกภาพ การได้รับประสบการณ์ตรงจากแหล่งนันทนาการนอกห้องเรียน เป็นการศึกษาธรรมชาติของชุมชนที่แท้จริง นอกจากนี้ เป็นการช่วยพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจช่วยกระจายรายได้ลงสู่ชนบท และเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างเพื่อนมนุษย์ที่มีต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมได้อย่างแน่นแฟ้น (สำนักพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ.2554) จำแนกออกเป็น 8 ประเภท ดังนี้

1. ด้านศิลปและดนตรี หมายถึงกิจกรรมที่แสดงออกทางด้านศิลป และดนตรีรวมถึงกระบวนการผลิตศิลปและดนตรี สถานที่รวบรวมผลงานทางด้านนี้ คือพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศูนย์วัฒนธรรม หอศิลป์ โรงภาพยนตร์ และสังกัดศาลา
2. ด้านวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ หมายถึงกิจกรรมทัศนศึกษาที่เป็นการศึกษาทางด้านวรรณกรรม และประวัติศาสตร์ เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน หอสมุดแห่งชาติ หอสมุดประชาชน อุทยานประวัติศาสตร์ ได้แก่ เมืองโบราณ หลักศิลาจารึก และอนุสาวรีย์บุคคลสำคัญของชาติ
3. การติดต่อสื่อสารคมนาคม คือกิจกรรมทัศนศึกษาทางด้านกิจกรรมการติดต่อสื่อสารคมนาคม เช่นระบบวิทยุ โทรทัศน์ ท่าเรือ สถานีรถไฟ และท่าอากาศยาน เป็นต้น
4. ด้านสถานที่ทางราชการ เป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาการบริหารงานของหน่วยงานหรือองค์กรของรัฐ เพื่อให้เข้าใจถึงระบบการทำงานของทางราชการ เช่นทำเนียบรัฐบาล รัฐสภา กระทรวง ทบวง กรม โรงเรียน และศาลากลางจังหวัด
5. ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ทำให้ได้สัมผัส มีความเข้าใจ ก่อให้เกิดความซาบซึ้งประทับใจ และการอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวศึกษาอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนสัตว์ สวนสมุนไพร สวนไม้ทางวรรณคดี เขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า น้ำตก ป่าเขา ลำธาร และพันธุ์ไม้

6. ด้านโรงงาน และสถานที่ประกอบการ เป็นกิจกรรมทัศนศึกษาอุตสาหกรรมในท้องถิ่น และครัวเรือน เช่น ฟาร์ม โรงงานสิ่งทอ โรงงานรองเท้า โรงงานเสื้อผ้า โรงงานกระดาษ และโรงงานผลไม้อัดกระป๋อง

7. ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำทางทะเล พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ห้องฟิสิกส์ และนิทรรศการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

8. แหล่งพัฒนาสุขภาพอนามัย เช่น สวนสาธารณะต่างๆ ศูนย์กีฬา และศูนย์สุขภาพ

ในยุคปัจจุบัน การนันทนาการเปรียบเสมือนอาหารใจที่ทำให้เกิดความสมบูรณ์ทางด้านสมองและจิตใจ ดังนั้นการนันทนาการจึงมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าอาหารที่มนุษย์รับประทานเข้าไป จากการที่มนุษย์ต้องตรากตรำทำงานหนักตลอดทั้งวันหรือสัปดาห์ จะทำให้ร่างกายเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้า สมองตึงเครียด และเบื่อหน่ายต่องานที่ทำ จึงจำเป็นต้องหาเวลาพักผ่อนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากวันสิ้นสุดสัปดาห์หรือวันหยุดเทศกาลต่างๆ ประชาชนชาวเมืองจะเดินทางออกไปพักผ่อนในชนบทที่อยู่ห่างไกลออกไป ในขณะที่คนในชนบทจะหลั่งไหลกันเข้าเมืองเพื่อพักผ่อนตามโรงภาพยนตร์ หรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและเลือกซื้อสินค้าตามศูนย์การค้าต่างๆ อย่างไรก็ตามการนันทนาการอาจจะทำได้หลายวิธีทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรสนิยม ความถนัด และความต้องการ ในสภาพปัจจุบันสถานที่นันทนาการจะเพิ่มความสำคัญมากยิ่งขึ้นเพราะการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และมีเวลาว่าง จึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนกระทำได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น ซึ่งทำให้สถานที่นันทนาการทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมที่อยู่ห่างไกลออกไปจากย่านชุมชน มีผู้เข้าไปใช้บริการมากยิ่งขึ้น เอกชนบางแห่งได้หันมาลงทุนเพื่อดำเนินการทำธุรกิจทางด้านนันทนาการเป็นจำนวนมาก เช่น สวนสนุก โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า รีสอร์ท การบริการทางด้านการขนส่ง และสนามกีฬา ซึ่งธุรกิจเหล่านี้นอกจากจะทำรายได้ให้กับผู้ประกอบการอย่างดีแล้วยังช่วยในการสร้างงานให้ประชาชนโดยทั่วไปอีกด้วย การนันทนาการจะทำได้หลายลักษณะ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเพศ วัย และความสนใจของแต่ละบุคคล

แนวโน้มอนาคตการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการของคนเราไว้ว่า เทคโนโลยีจะเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการเปลี่ยนแปลงของสังคม ส่วนปัจจัยรองลงมา ได้แก่ ภาวะการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก ระบบความเชื่อและค่านิยมของสังคมและข้อจำกัดเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ และปัจจัยทางด้านระบบเศรษฐกิจ ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวจะมีค่าบริการสูงขึ้น รวมทั้ง รูปแบบนันทนาการมีความหลากหลายและมีการขยายตัวในกลุ่มเศรษฐกิจและสถาบันสังคม ซึ่งสรุปได้ การเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มนันทนาการในอนาคต สำนักพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เกี่ยวกับแนวโน้มตามวัตถุประสงค์ในการประกอบกิจกรรมนันทนาการในปัจจุบันและอนาคต ประกอบด้วย นันทนาการเพื่อการเรียนรู้และทักษะ นันทนาการเพื่อความบันเทิง นันทนาการเพื่อสุขภาพ นันทนาการเพื่อการบำบัด นันทนาการเพื่อสังคม

1. นันทนาการและการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และทักษะ

เป็นกิจกรรมที่สามารถส่งเสริมความสามารถ และทักษะเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา เช่น การอ่านหนังสือ การเล่นกีฬา การอ่าน การเขียน การพูด การโต้เถียง อ่านกลอน ทักษะศึกษาตามโบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑ์ และกิจกรรมที่เป็นทักษะ เช่น การจัดสวน การตกปลา แกะสลัก งานศิลปะและงานหัตถกรรมต่างๆ

2. นันทนาการและการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมกลางแจ้งนอกเมือง

ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต พบว่า นันทนาการกลางแจ้ง (Out Recreation) ได้รับความสนใจและขยายตัวเพื่อตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี กิจกรรมเดินป่าจะขยายตัวทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ สภาพทางภูมิประเทศ แหล่งนันทนาการที่จะส่งเสริมสิ่งแวดล้อมจะขยายตัวมากขึ้น พื้นที่หรือแหล่งนันทนาการกลางแจ้งจะเป็นตลาดที่สำคัญและมีการขยายโปรแกรมจัดการนันทนาการเพื่อมวลชน เป็นกิจกรรมที่มีความหลากหลาย ส่งเสริมให้บุคคลมีโอกาสนสัมผัสธรรมชาติและสภาพแวดล้อมปลอดภัยจากมลภาวะเป็นพิษ แหล่งนันทนาการประเภทนี้ได้แก่ สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ ค่ายพักแรม สวนหย่อม สวนสัตว์ สวนผลไม้ พิพิธภัณฑ์ หรือศูนย์ชุมชนที่นอกเหนือจากสภาพแวดล้อมในบ้านหรือในห้องเรียน กิจกรรมนันทนาการค่ายพักแรม เป็นกิจกรรมกลางแจ้งนอกเมืองที่สำคัญยิ่งอย่างหนึ่ง เพราะเป็นการผสมผสานกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกัน เช่น ศิลปะหัตถกรรม การดำรงชีวิตในป่า การสร้างวัสดุอุปกรณ์จากธรรมชาติ การตกปลา ศึกษาธรรมชาติ อนุรักษ์ธรรมชาติ และคุณค่าทางสังคม นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่ทำทลายความสามารถที่มีบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งให้ความสนใจ เช่น การแข่งรถ แข่งเรือ โต้คลื่น ผจญภัยในป่า การเดินทางไกล เป็นต้น

3. นันทนาการเพื่อความบันเทิง

เป็นกิจกรรมที่ให้คุณค่าพัฒนาทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ และสังคม เช่น การร้องเพลง การเล่นเกม ส่งเสริมการแสดงออก สร้างมนุษยสัมพันธ์ และสะท้อนภาพความเป็นอยู่ของสังคมหรือการดำเนินชีวิตประจำวัน การสร้างความรู้สึกรัก เช่น การดูโทรทัศน์ ดูภาพยนตร์ ดูละคร เล่นดนตรี เต้นรำ เล่นเกมส์ สังสรรค์ พักผ่อนชายทะเล สวนสัตว์ สวนสนุก งานเทศกาล งานประเพณี ถือเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมของมนุษย์ที่มีประวัติศาสตร์มาเป็นเวลาอันยาวนาน

4. นันทนาการหรือการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

สุขภาพเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกคน จุดมุ่งหมายของนันทนาการประการหนึ่ง ก็เพื่อพัฒนาสุขภาพกายและสุขภาพจิตของคนให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังนั้น กิจกรรมนันทนาการเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นพร้อมกับความสนใจในสุขภาพของคนในปัจจุบัน คือ นันทนาการเพื่อสุขภาพ เช่น เต้นรำ ร้องเพลง กีฬาชนิดต่างๆ ออกกำลังกาย เต้นแอโรบิค การฝึกสมาธิ โยคะ แนวคิดเรื่องสุขภาพและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาสมรรถภาพความเป็นอยู่ที่ดีกว่า จะขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มประชากรวัย 40 ปีขึ้นไป

5. นันทนาการเพื่อการบำบัด

นันทนาการเพื่อการบำบัด เป็นการนำกิจกรรมในแง่ของการบันเทิง และนันทนาการเพื่อสุขภาพมาใช้กับผู้ป่วย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ผ่อนคลายความเครียด และได้เคลื่อนไหว เช่น การบริหารกาย กลุ่มสัมพันธ์ เกมส์ งานฝีมือ ดูโทรทัศน์ ดนตรี ละคร

6. นันทนาการประเภทพัฒนาจิตใจและความสุขสงบ

เป็นกิจกรรมที่สอนคุณค่าในเรื่องของการพัฒนาสมาธิ จิตใจ และความสุขสงบ ซึ่งไม่ได้เน้นในเรื่องของการเคลื่อนไหว ความตื่นเต้น หรือความสนุกสนาน ถือว่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากิจกรรมนันทนาการอื่นๆ ที่กล่าวไปแล้ว ประเภทของกิจกรรมนันทนาการประเภทพัฒนาจิตใจและความสุขสงบ เช่น กิจกรรมฝึกสมาธิ โยคะ การฟังเพลง ศึกษาธรรมปรัชญา

7. นันทนาการและการท่องเที่ยวเพื่อสังคม

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่มีความต้องการความรัก ความเข้าใจ ความสัมพันธ์ ความอบอุ่น และการเป็นเจ้าของ ดังนั้น กิจกรรมนันทนาการทางสังคมจึงเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมโอกาสให้บุคคลมีมนุษย์สัมพันธ์ มีความเข้าใจ มีความสามัคคีอันดีต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism และ Tourist (ประชิด สุกฤษณ์พัฒน์ วิมล จิโรจพันธ์ และอุดม เขยกิจวงศ์. 2554) ไว้ว่า Tourism หมายถึง การท่องเที่ยว การเดินทางเพื่อสราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วน Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อไฝหาสราญใจหรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรม และกลับมา ณ จุดเริ่มต้น และท่องเที่ยว และกล่าวถึง “การท่องเที่ยว” ว่าเป็นคำที่มีความหมายกว้าง มิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การเคลื่อนย้ายของ รวมทั้งประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ดังนั้น การท่องเที่ยว จึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับเงื่อนไข 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สอง ต้องเดินทางด้วยความสมัครใจ และประการสุดท้าย เดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใด ๆ ก็ได้ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (ประชิด สุกฤษณ์พัฒน์ วิมล จิโรจพันธ์ และอุดม เขยกิจวงศ์. 2554)

ปัจจัยของการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ คือ

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็น

พื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวจุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีนักท่องเที่ยวสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่สวยงาม สภาพป่าและชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น

2) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) คือ สิ่งที่มนุษย์เราสร้างขึ้นแล้ว สามารถดึงดูดใจให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณที่สุโขทัย และอยุธยา เป็นต้น วิถีชีวิตจากการกระทำของคน เช่น ตลาดน้ำ การแข่งกีฬา การแสดง การจัดเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย ที่สำคัญมากที่สุดคือที่พักแรม ทั้งในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮ้าส์ ฯลฯ สิ่งสำคัญอันดับรองลงมา คือ การบริโภคจึงต้องมีร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการนักท่องเที่ยว

3. การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ ก็จะต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นสะดวก

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลักสามด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.2548)

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

โรบินสัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 อ้างอิงจาก Robinson) ได้ศึกษาและกำหนดวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของบุคคลไว้ 8 ประการ คือ

1. เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย
2. เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อาบแดด อาบน้ำแร่
3. เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา
4. เพื่อร่วมหรือไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ

5. เพื่อความรื่นเริง บันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน ซึ่งตามมติเอกฉันท์ของสหประชาชาติในการประชุมครั้งที่ 21 พ.ศ. 2510 อันเป็นปีการท่องเที่ยวสากลว่า "การ

ท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมพื้นฐานที่มนุษย์ชาติต้องการมากที่สุด ควรที่รัฐบาลของทุกประเทศและมนุษย์ทุกคนจะสนับสนุน” (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548)

6. เพื่อสาเหตุส่วนตัว เช่นไปเยี่ยมญาติ ไปพบเพื่อนใหม่หรือเพื่อหลบหนีจากคนที่ใกล้ชิดจำเจ

7. เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนา

8. เพื่ออาชีพและการธุรกิจ

จากมูลเหตุจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวที่กล่าวมานี้ คงจะไม่มีมูลเหตุจูงใจอันใดอันหนึ่งที่เป็นตัวกระตุ้นที่เด่นที่สุดแต่มีลักษณะผสมผสานกัน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

คอลลิเออร์และฮาราเวย์ (ยุทธนา สมลา. 2549 อ้างอิงจาก Collier and Harraway. 1997) ได้กล่าวสรุปอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 4 ส่วนคือ

1. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งทำให้คนสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว ถ้าปราศจากการขนส่ง การท่องเที่ยวไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว การขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

2. ที่พัก (Accommodation) จำเป็นต้องมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจจัดได้หลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสเฮ้าส์ ฯลฯ การจัดที่พักอาจแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ รสนิยมของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3. สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในบริการต่างๆ (Attraction, Activity and Ancillary Service) นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงใจ และความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมต่างๆให้นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวแล้วจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ความประทับใจอาจเกิดขึ้นได้จาก มนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะพิธีกรรม การจัดงานรื่นเริงตลอดจนกิจกรรมอื่นๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย การฟ้อนรำ เป็นต้น ความประทับใจอีกอย่างหนึ่งเกิดจากสถานที่ซึ่งธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์ดัดแปลงหรือสร้างใหม่เพื่อให้เกิดความประทับใจ

4. การขาย (Sales) การขายทำให้เกิดการกระจายผลผลิตด้านการท่องเที่ยว จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ผู้ขายส่งบริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Retain Travel Agents) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทาง (Specialy Channels) เช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ตัวแทนจำหน่ายทัวร์รถไฟ ฯลฯ ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทางดังกล่าวแล้วมีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าเฉพาะอย่าง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554) ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไว้ว่า ธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบต่างๆ 8 ประการ ดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง (ซึ่งหมายถึง ทั้งการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ)
2. ที่พัก
3. ร้านอาหารและภัตตาคาร
4. บริการนำเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรมและโบราณสถาน (กล่าวคือ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มียอยู่แล้วในธรรมชาติ)
6. ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง
7. ความปลอดภัย
8. การเผยแพร่และโฆษณา

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2549) กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น โดยความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อ นักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือเพื่อทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในการบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว

บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจจะเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว

ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวมักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึง การส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความที่เกี่ยวข้องดังนี้

3.1 ผู้มาเยือน (Visitors) ผู้ที่จากถิ่นพำนักของตนเอง เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง อาจพักค้างแรมหรือไม่ก็ได้ นั่นคือ หมายถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท

3.2 นักท่องเที่ยว (Tourist) หรือ ผู้เยี่ยมเยือนที่ค้างคืน คือ ผู้เดินทางมายังพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นการไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่บุคคลท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่นั้น ผู้เดินทางนี้จะต้องพักแรมไม่น้อยกว่า 1 คืน (แต่ไม่เกิน 90 วัน) วัตถุประสงค์ในการเดินทางอาจเพื่อใช้เวลาว่าง (การนันทนาการ การพักผ่อน วันหยุด การรักษาสุขภาพ การศึกษาเรียนรู้ การศาสนา และการกีฬา) ธุรกิจ เยี่ยมญาติ การปฏิบัติหน้าที่ และการประชุมเป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างในการจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ของการจัดแบ่ง ในที่นี้สามารถรวบรวมรูปแบบของการท่องเที่ยว 3 รูปแบบใหญ่ คือ รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง และรูปแบบของการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทาง

รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง ถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว

การจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เป็นการจัดแบ่งเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวและการศึกษาผลทางเศรษฐกิจที่จะเกิดจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักต่างกัน โดยทั่วไปแล้วสามารถจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ คือ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourism) และการท่องเที่ยวในประเทศ (Internal tourism)

1. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ โดยมีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้นๆ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างจากประเทศของตน จะต้องผ่านพิธีการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น พิธีการตรวจคนเข้าเมือง พิธีการศุลกากร เป็นต้น

รูปแบบของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของการจัดนำเที่ยวใน 2 รูปแบบ คือ

1.1 การท่องเที่ยวขาออก (Outbound tourism) การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตนเพื่อไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทย (Thai traveler) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreign traveler) ซึ่งมีถิ่นพำนักในประเทศไทย เดินทางออกไปเที่ยวยังประเทศมาเลเซีย นักท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จัดเป็นนักท่องเที่ยวขาออก (Outbound tourist) ของประเทศไทย และประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่จัดส่งนักท่องเที่ยวออกไป (Generating country)

1.2 การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound tourism) คือ การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของบุคคลที่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติมาเลเซีย (Malaysian tourist) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreign traveler) ที่มีถิ่นพำนักในมาเลเซียเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทย นักท่องเที่ยวมาเลเซียจัดเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย (Inbound tourist) และประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่ได้รับนักท่องเที่ยว หรือเป็นแหล่งจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Destination)

ผู้ที่ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว เรียกว่า “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” (International tourist) ซึ่งองค์การท่องเที่ยวโลกได้นิยามไว้ว่า คือ “บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆที่มีใช้เพื่อหารายได้” ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้นิยามไว้ว่า คือ “บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักของตนไปอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้างตอบแทนจากประเทศนั้น ซึ่งหมายรวมถึง บุคคลที่ถือสัญชาติเดียวกับประเทศที่ตนไปเยือน แต่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น”

จากนิยามดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 3 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (Foreigner) หมายถึง ชาวต่างชาติที่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยหรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

2. นักท่องเที่ยวโพ้นทะเล (Overseas tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เคยมีถิ่นพำนักอยู่ในอีกประเทศหนึ่ง แล้วย้ายถิ่นพำนัก/หรือไปศึกษาต่อ/หรือไปทำงานยังอีกประเทศหนึ่ง (Overseas) เดินทางกลับมาเที่ยวยังประเทศถิ่นพำนักเดิม เช่น คนไทยที่ไปตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทย เราเรียกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า “คนไทยโพ้นทะเล” หรือคนอเมริกาที่มาทำงานในประเทศไทยแล้วเดินทางกลับไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

3. นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักชั่วคราวในต่างประเทศที่ไม่ใช่ถิ่นฐานเดิมของตน (Expatriate) แล้วเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น ชาวอเมริกันที่ไปทำงานในสิงคโปร์แล้ว

เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย หรือคนไทยที่ไปทำงานสิงคโปร์ แล้วเดินทางไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

การท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว เป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศใน 2 ทาง คือ ทั้งขาเข้าและขาออก โดยส่วนใหญ่แต่ละประเทศจะพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวขาเข้ามากกว่าการท่องเที่ยวขาออก เนื่องจากการท่องเที่ยวขาเข้าจะเป็นแหล่งนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ ในขณะที่การท่องเที่ยวขาออกทำให้เงินตราในประเทศรั่วไหลออกนอกประเทศ ซึ่งการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มดังกล่าวจะมีผลต่อดุลการท่องเที่ยว กล่าวคือ หากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามา ประเทศนั้นก็จะประสบกับภาวะ การขาดดุลทางการท่องเที่ยว ในทางกลับกัน หากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามา มีจำนวนมากกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศ ประเทศนั้นก็จะได้รับดุลการท่องเที่ยวเกินดุล

2. การท่องเที่ยวในประเทศ

การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal tourism) คือ การท่องเที่ยวที่มีภูมิศาสตร์เฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้นๆ โดยหมายรวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลทั้งที่มีถิ่นพำนักถาวรและมีได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น

จากนิยามดังกล่าว จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เกิดขึ้นจากการเดินทางของบุคคล 2 กลุ่ม คือ

2.1 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourist) คือบุคคลที่เดินทางอยู่ภายในประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตน เช่น คนไทยที่มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย และเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

2.2 นักท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound tourist) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งครอบคลุมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวโพ้นทะเล และนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักชั่วคราวในต่างประเทศที่ไม่ใช่ถิ่นฐานเดิมของตนเองแล้วเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ตามที่ได้อธิบายแล้วข้างต้น (มหาวิทยาลัยศรีปทุม. 2547)

บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยว

ปัจจุบันการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของประเทศอย่างมาก อันเนื่องมาจากการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดที่นำรายได้มาสู่ประเทศ และมีแนวโน้มว่าจะมีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจด้านการขนส่ง ที่พักอาศัย แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจด้านอาหาร ฯลฯ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยอ้อมกับการท่องเที่ยว เช่น การผลิตสินค้าต่างๆ ตลอดจน ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างงาน

และกระจายรายได้ ทำให้ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ธุรกิจการให้บริการต่างๆ ดีขึ้นและทันสมัยมากขึ้น เช่น การคมนาคมขนส่ง ที่พักและอาหาร การนันทนาการ การค้าขายของที่ระลึกต่างๆ ดุลการชำระเงินดีขึ้น มีเงินตราต่างประเทศไหลเข้าสู่เมืองไทยเพิ่มมากขึ้น ช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนงเนื่องจากการเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน ตัวอย่างเช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ช่วยให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ

จิตติมา สุขผลิน (2539) ได้กล่าวว่าบทบาทที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว คือ ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงาม และช่วยในการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมและเกียรติภูมิของประเทศให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวโลกมากยิ่งขึ้น แสดงให้เห็นถึงความมีชาติ ศาสนา ภาษา และวัฒนธรรมประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมถึง การเป็นชาติที่เก่าแก่ มีศิลปะและสถาปัตยกรรมที่เจริญรุ่งเรืองมาก่อน

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554) ได้อธิบายคำจำกัดความล่าสุดของการพัฒนา การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ไว้พอสรุปได้ดังนี้ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะไม่ใช้เพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism Segments) หากแต่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวม หรือที่เราเรียกกันในเรื่องที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบมวลชน” (Mass Tourism) โดยทั่วไปแล้วการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อความเสมอภาคระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสังคม และวัฒนธรรมของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันต่อไปจนถึงคนในอนาคต ดังนั้น หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในคำจำกัดความล่าสุดขององค์การการท่องเที่ยวโลก คือ

การท่องเที่ยวต้องตระหนักและใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

การเคารพในสังคมและวัฒนธรรมประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัวและเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละชุมชน

การสร้างความสำเร็จ มั่งคั่งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรจะต้องก่อให้เกิดการกระจายตัวของรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholders) นอกจากนี้ ยังควรที่จะก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และท้องถิ่น รวมไปถึงการมีส่วนร่วมสำคัญ ในการสร้างรายได้และลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย

นอกจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจแล้วการที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ ยังต้องคำนึงถึงความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholders) ทุกฝ่าย รวมไปถึงจะต้องสามารถรักษาความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว การดำเนินการวางแผนอย่างต่อเนื่อง

และที่สำคัญจะต้องมีเครื่องมือ ดัชนีที่ใช้วัดประสิทธิภาพต่อผลกระทบของการดำเนินการในส่วนต่างๆ เพื่อสามารถนำไปปรับปรุงและแก้ไขให้เกิดความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ตามแนวคิดของ WTO หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม พร้อมกันไปในขณะที่เดียวกันให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม และได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ทั้งนี้ หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น ประกอบด้วย หลักการที่สำคัญ 10 ประการ (กองส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550) คือ

1. อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) หมายถึงต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างเพียงพอ หรือ ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัด ต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของ ธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย

การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากร ให้มีคุณค่าต่อชีวิตที่ดี รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูน และเสริมสร้างไว้ให้มากเพียงพอต่อการใช้เพื่อดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม

การปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรนั้น ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดอย่างเหมาะสมนั้น จะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย (Reducing Over-Consumption and Waste) ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันวางแผนการจัดการการใช้ ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ หรือจัดหาทรัพยากรอย่างอื่นที่มีคุณสมบัติ และคุณภาพ เหมือนกันใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก ส่วนการลดของเสีย เช่น ขยะปฏิกูล ต้องหาวิธีจัดการ โดยการแยกประเภทขยะ ขยะแห้ง อาจนำระบบการหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำ และการแปรรูปกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse – Renew - Recycle) ขยะเปียกอาจนำไปทำปุ๋ย อินทรีย์และทำปุ๋ยหมักจุลินทรีย์ได้

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintain Diversity) ต้องวางแผนขยายรากฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลาย เพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มี อยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism Into Planning) ต้องมีการ ประสานแผนการพัฒนาในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น (เทศบาล อบต.) แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง

ทบทวน กรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เพื่อให้พัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มขึ้น

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) ต้องประสานงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้นเป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving Local Communities) ต้องร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์กรร่วม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. มีการประชุมกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and The Public) ต้องมีการประสานกับประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันการศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ ร่วมประชุมหารือ ทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการตลาด โดยจัดการประชุมอย่างสม่ำเสมอเพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดข้อขัดแย้งในด้านผลประโยชน์ที่ต่างกัน

8. การพัฒนาบุคลากร (Training staff) ต้องส่งเสริมสนับสนุนให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งเจ้าหน้าที่ดูงานอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นับเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. การจัดเตรียมข้อมูล คู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) ต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการ การขายให้พร้อมและเพียงพอต่อการเผยแพร่ อาจจัดทำในรูปแบบสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาดท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสาร แผ่นพับ หนังสือคู่มือ วีดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking Research) จำเป็นต่อการแก้ปัญหา และเพิ่มคุณค่าคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว โดยจะต้องมีการประเมินผลหรือวิจัยตลาดการท่องเที่ยว เพื่อทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

ไทเดสเวลล์ และฟอล์คเนอร์ (Tideswell and Faulkner. 1999) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ในรัฐควีนแลนด์ ประเทศออสเตรเลีย โดยการศึกษาด้วยวิธีการวิเคราะห์ค่าถดถอย (Regression Analysis) จากนักท่องเที่ยวจำนวน 2,280 คน พบว่า “ถ้านักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียมาก่อน และเคยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากขึ้น”

แกรนด์ไฮ-อะโรวา และชอ (Gandhi-Arora and Shaw.2002) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การค้นหาความแปลกใหม่ และการเข้าร่วมซ้ำในกิจกรรมพิเศษของการท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจ ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ จัดขึ้นอย่างเป็นพิเศษ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับไปเที่ยวซ้ำหรือกลับไปร่วมกิจกรรมนั้นๆ อีก

ปาร์คเกอร์ (Parker.1999) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนในเมืองยองเกอร์(Yiybger)มลรัฐนิวยอร์ก(New York) ที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนระหว่างอายุ12-20 ปีจำนวน 480 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวถูกต้องมากที่สุด จากการทดสอบผลทางสถิติพบว่าความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

โคซาค (Kozak. 2001) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษและชาวเยอรมันต่อแหล่งท่องเที่ยวในตุรกีเพื่อตรวจสอบว่าเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวนั้นมีผลต่อระดับความพึงพอใจหรือไม่ และได้พบว่านักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมีระดับความพึงพอใจที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งสองชาติต่อแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับ 3 ข้อดังนี้

1. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวอันประกอบด้วยคุณภาพของการต้อนรับและเอาใจใส่แขกผู้มาเยือน การบริการห้องพัก การบริการรถรับส่ง การบริการที่สนามบิน และการใช้ภาษาในการสื่อสารของพนักงานบริการ
2. ปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าซึ่งประกอบด้วย ความสะอาดและคุณภาพของอุปกรณ์เครื่องใช้อำนวยความสะดวก
3. ระดับของราคา

งานวิจัยในประเทศ

ศกลวรรณ พาเรือง (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบจากปัจจัยการใช้เวลาว่าง 6 กิจกรรมของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่าสามารถจัดองค์ประกอบได้ 2 องค์ประกอบ คือ กิจกรรมที่ต้องลงมือกระทำ(Active Activity) และกิจกรรมที่ไม่ต้องลงมือกระทำ(Passive Activity) ลักษณะปัจจัยทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษา คือ ตัวแปรชั้นปี, สาขาวิชา, ภูมิสำเนา และบุคคลที่พักอาศัยด้วย กิจกรรมที่ต้องลงมือกระทำ(Active Activity) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และความรู้ในประเด็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สุชาติา วรระมานี (2542) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือเพื่อศึกษาถึงปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชน อันได้แก่วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารรวมทั้งวัดความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อวิทยุมากที่สุด รองลงมาคือโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสารตามลำดับ มีความรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลางและมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่แตกต่างกันศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกันจะมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันและศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกันจะมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ภูมิสำเนา และการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อ นิตยสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วันรมย์ บวรธีรกุล (2545: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ” พบว่าจากการศึกษาพฤติกรรมของนิสิต นักศึกษา ในช่วงเวลา 1 ปี (ปี 2543) จำนวนครั้งที่นักศึกษา

เดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มากกว่า 5 ครั้ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่นักศึกษาชื่นชอบมากที่สุดคือทะเล วัดอุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษา คือเพื่อพักผ่อน/สัมผัสธรรมชาติ นักศึกษานิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบ ไปเองมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุด โดยจะเดินทางไปท่องเที่ยวกันประมาณ 6 คน ขึ้นไปมากที่สุด ช่วงเวลาที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เมษายน – พฤษภาคม จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งมากที่สุดคือ 3 – 4 วัน และบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวคือ เพื่อน ความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษาที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายได้ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดีมาก

สรินทรนา เลิศกิตติอมรกุล (2546) ได้ทำการศึกษา “พฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ” ผลการศึกษารูปได้ว่ากิจกรรมหลักคือการเที่ยวถ้ำและน้ำตก ในเดือนเมษายน และธันวาคม เป็นระยะเวลา 3 วัน โดยเฉลี่ยเดินทาง 2 ครั้ง ต่อปีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,000-1,999 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางคือ คำชวนจากเพื่อน พบว่าประเภทของสถาบันการศึกษาและรายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาพบว่า ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรทำเป็นกลุ่มเพื่อลดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัว ควรให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น ข้อเสนอแนะในการศึกษาในครั้งต่อไปควรจะศึกษาถึงแนวทางในการจัดการทรัพยากรและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และทิศทางของความสัมพันธระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเชิงลึกต่อไป

อัศวิน แสงพิกุล(2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ” การวิจัยครั้งนี้ เป็นการสำรวจความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชน 2) สำรวจทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ 3) สำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านต่างๆของเยาวชน ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ คือ เยาวชนไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อายุระหว่าง 11-25 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอุดมศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (accidental sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (SPSS) สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติแบบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test) และไค-สแควร์ (Chi-Square test) จากการรวบรวมเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 404 คน ได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1) เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง โดยเยาวชนในระดับอุดมศึกษามีค่าเฉลี่ยความรู้สูงสุด รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและ

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตามลำดับ ในส่วนของทัศนคติ พบว่า เยาวชนมี ทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเยาวชนในระดับอุดมศึกษามีค่าเฉลี่ยทัศนคติสูงสุด รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตามลำดับ สำหรับด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงนิเวศของเยาวชน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 66.0 เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในขณะที่ร้อยละ 34.0 ไม่เคยมีประสบการณ์ โดยมีสาเหตุหลักมาจาก เยาวชนไม่มีข้อมูลหรือไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2) เยาวชนที่มีอายุ เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้และทัศนคติ ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

3) เยาวชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่แตกต่างกันในด้านการเลือกที่พักแรม การใช้จ่าย การเลือกช่วงเวลา และการใช้เวลาในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับแนวทางในการส่งเสริมความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนคือ องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลข่าวสาร หรือความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่เยาวชนให้มากขึ้น ให้เห็นค ำสำคัญ และจุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งกระตุ้นและส่งเสริมให้เยาวชน มีส่วนร่วมในกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มากขึ้น โดยอาจพิจารณาเลือกใช้วิธีการดำเนินการ ให้เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของเยาวชนให้มากที่สุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

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

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรและองครักษ์ และทำการลงทะเบียนในปีการศึกษา 2555 จำนวน 21,508 คน (สถิติข้อมูลมศว.ออนไลน์:2555)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรและองครักษ์ และทำการลงทะเบียนในปีการศึกษา 2555 ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปรียบเทียบจากตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2549: 51 อ้างอิงจาก Krejcie; & Morgan) ได้จำนวน 377 คน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างมากกว่าจำนวน 380 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) และเทียบสัดส่วนจำแนกตามเพศและคณะที่ศึกษาดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 เทียบสัดส่วนจำแนกตามเพศและคณะที่ศึกษา

ลำดับ ที่	คณะ	จำนวนประชากร			กลุ่มตัวอย่าง		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
1	คณะมนุษยศาสตร์	515	1,828	2,343	11	38	49
2	คณะสังคมศาสตร์	649	1,419	2,068	14	30	44
3	คณะศึกษาศาสตร์	193	609	802	4	13	17
4	คณะวิศวกรรมศาสตร์	882	503	1,385	18	11	29
5	คณะทันตแพทยศาสตร์	97	273	370	2	6	8
6	คณะเภสัชศาสตร์	93	338	431	2	7	9
7	คณะเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์การเกษตร	66	286	352	1	6	7
8	สำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และ นโยบายสาธารณะ	264	422	686	6	9	15
9	วิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความ ยั่งยืน	110	324	434	2	7	9
10	คณะวิทยาศาสตร์	815	1,865	2,680	17	39	56
11	คณะพลศึกษา	936	712	1,648	20	15	35
12	คณะพยาบาลศาสตร์	20	408	428	0	9	9
13	คณะแพทยศาสตร์	365	488	853	8	10	18
14	คณะสหเวชศาสตร์	68	311	379	1	7	8
15	คณะศิลปกรรมศาสตร์	608	1,093	1,701	13	23	36
16	วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม	555	769	1,324	12	16	28
17	วิทยาลัยโพธิวิชชาลัย	60	115	175	1	2	3
รวม		6,296	11,763	18,059	132	248	380

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งในการสร้างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้น โดยอาศัยข้อมูลจากตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ คณะที่ศึกษา มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) โดยคำถามจะเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ได้เพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งมีทั้งหมด 5 ระดับ มีคำถามทั้งในทางบวกและทางลบ

เกณฑ์ในการให้คะแนน

แบบสอบถามทัศนคติที่มีต่อนันทนาการด้านการท่องเที่ยว กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามแต่ละข้อ ดังนี้

	ข้อความที่มีทัศนคติทางบวก (คะแนน)	ทัศนคติทางลบ (คะแนน)
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

แปลผลทัศนคติที่มีต่อนันทนาการด้านการท่องเที่ยว แบบอิงเกณฑ์ (Criterion reference) แบ่งเป็น 5 ระดับ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 9) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
4.50 - 5.00	ดี
3.50 - 4.49	ค่อนข้างดี
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	ค่อนข้างไม่ดี
1.00 - 1.49	ไม่ดี

ตอนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 4 รายการ ได้แก่ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามให้เลือกตอบปลายปิด (Close-ended question) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวและมากกว่า 1 ข้อ จำนวน 23 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิต

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างแบบสอบถามจากตำราเอกสารต่างๆ
3. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆที่ได้เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้สอดคล้องและครอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนรับข้อเสนอแนะต่างๆ
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแล้ว เสนอคณะกรรมการที่ปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไข จำนวน ภาษา ความครอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนรับข้อเสนอแนะต่างๆ
5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่คณะกรรมการที่ปรึกษาแนะนำแล้วนำไปหาคุณภาพของเครื่องมือโดยดำเนินการดังนี้

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

การให้คะแนนผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละคนให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

+1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์
0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์
-1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์

จากคะแนนดังกล่าว ผู้วิจัยนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC) ระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด โดยที่ผู้วิจัยจะเลือกคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปเป็นข้อคำถามที่นำไปใช้ได้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 117)

6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนและนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha-Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอล

ฟ้าที่ได้ จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง (บุญชม ศรีสะอาด. 2543: 96) ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.86

7. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ โดยได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการที่ปรึกษา เพื่อความถูกต้องอีกครั้ง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลทางเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
2. ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลดำเนินการให้ที่ปรึกษางานวิจัยและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไขจนได้ฉบับสมบูรณ์
3. ดำเนินการเก็บโดยผู้ช่วยวิจัย
4. ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์แล้วนำดำเนินการต่อในขั้นวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามก่อนที่จะนำมาประมวลผล
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามมาลงรหัสตัวเลข (Code) นำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลของการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ คณะที่ศึกษา มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) โดยคำถามจะเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ได้เพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งมีทั้งหมด 5 ระดับ มีคำถามทั้งในทางบวกและทางลบ

เกณฑ์ในการให้คะแนน

แบบสอบถามทัศนคติที่มีต่อนันทนาการด้านการท่องเที่ยว กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามแต่ละข้อ ดังนี้

	ข้อความที่มีทัศนคติทางบวก (คะแนน)	ทัศนคติทางลบ (คะแนน)
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

แปลผลทัศนคติที่มีต่อนันทนาการด้านการท่องเที่ยว แบบอิงเกณฑ์ (Criterion reference) แบ่งเป็น 5 ระดับ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538: 9) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
4.50 - 5.00	ดี
3.50 - 4.49	ค่อนข้างดี
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	ค่อนข้างไม่ดี
1.00 - 1.49	ไม่ดี

ตอนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 4 รายการ ได้แก่ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามให้เลือกตอบปลายปิด (Close-ended question) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวและมากกว่า 1 ข้อ จำนวน 23 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ของนิสิต

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลความหมายข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆแทนความหมายดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง (Standard Deviation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังปรากฏในตาราง 1

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดังปรากฏในตาราง 2

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดังปรากฏในตาราง 3-6

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ นำข้อเสนอแนะอื่นๆ มาสรุปแต่ละด้าน แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=380)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	กลุ่มตัวอย่าง	
	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	132	34.74
หญิง	248	65.26
รวม	380	100
คณะที่ศึกษา		
คณะมนุษยศาสตร์	49	12.90
คณะวิทยาศาสตร์	56	14.74
คณะสังคมศาสตร์	44	11.58
คณะพลศึกษา	35	9.21
คณะศึกษาศาสตร์	17	4.47
คณะพยาบาลศาสตร์	9	2.37
คณะวิศวกรรมศาสตร์	29	7.63
คณะแพทยศาสตร์	18	4.74
คณะทันตแพทยศาสตร์	8	2.10
คณะสหเวชศาสตร์	8	2.10
คณะเภสัชศาสตร์	9	2.37
คณะศิลปกรรมศาสตร์	36	9.47
คณะเทคโนโลยีและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์การเกษตร	7	1.84
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม	28	7.37
คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	15	3.95
วิทยาลัยโพธิวิชชาลัย	3	0.79
วิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน	9	2.37
อื่นๆ (ระบุ).....	-	0.00
รวม	380	100

จากตาราง 2 แสดงว่านิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 380 คน แบ่งเป็นชาย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.74 และหญิง จำนวน 248 คน ร้อยละ 65.26 ขณะที่ศึกษา พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เรียนในคณะมนุษยศาสตร์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 คณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.74 คณะสังคมศาสตร์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.58 คณะพลศึกษา จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.21 คณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.47 คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.37 คณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.63 คณะแพทยศาสตร์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.74 คณะทันตแพทยศาสตร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 คณะสหเวชศาสตร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 คณะเภสัชศาสตร์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.37 คณะศิลปกรรมศาสตร์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.47 คณะเทคโนโลยีและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์การเกษตร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84 วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.37 คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.95 วิทยาลัยโพธิวิชชาลัย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.79 และวิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.37

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความหมายทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (n=380)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ช่วยให้ท่านผ่อนคลายความเครียดได้	4.44	.580	ค่อนข้างดี
2 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลทุกเพศทุกวัย	4.17	.744	ค่อนข้างดี
3 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ถือเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	4.28	.677	ค่อนข้างดี
4 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว	4.34	.706	ค่อนข้างดี
5 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีในกลุ่มเพื่อน	4.36	.669	ค่อนข้างดี
6 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ทำให้มีความสุข	4.38	.672	ค่อนข้างดี
7 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ทำให้ท่านได้รับความสนุกสนาน	4.36	.670	ค่อนข้างดี
8 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ทำให้ท่านได้ผจญภัย	4.21	.812	ค่อนข้างดี
9 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ทำให้ท่านได้ประสบการณ์ชีวิตที่ดี	4.27	.721	ค่อนข้างดี
10 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ช่วยให้ท่านรู้จักเพื่อนที่ทำกิจกรรมประเภทเดียวกัน	4.13	.791	ค่อนข้างดี
11 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดี	3.99	.848	ค่อนข้างดี
12 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่ท่านสามารถกระทำได้ด้วยตนเอง	4.08	.786	ค่อนข้างดี

ตาราง 3 (ต่อ)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
13 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว เป็นเรื่องของคนที่มีร่างกายสมบูรณ์เท่านั้น	3.35	1.149	ปานกลาง
14 การทำกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว อย่างซ้ำทำให้ท่านรู้สึกเบื่อจน <u>ไม่</u> อยาก ทำกิจกรรมอีก	3.12	1.255	ปานกลาง
15 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ที่ท่านชอบจะช่วยส่งเสริมให้ท่านติดตาม ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวด้วย	3.84	.820	ค่อนข้างดี
16 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวสามารถ ทำให้ท่านได้รับประสบการณ์และการเรียนรู้ นอกห้องเรียนได้ดี	4.21	.993	ค่อนข้างดี
รวม	4.10	.805	ค่อนข้างดี

จากตาราง 3 แสดงว่า ทักษะที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีทักษะที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = .805)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว (n=380)

ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง	
	ความถี่	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	165	43.42
เพื่อศึกษาหาความรู้	32	8.42
เพื่อพักผ่อนกับครอบครัว	53	13.95
เพื่อเยี่ยมญาติ	18	4.74
เพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว	19	5.00
เพื่อได้พบปะเพื่อนใหม่	12	3.16
เพื่อความสุขทางใจ	21	5.53
เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	15	3.95
เพื่อผจญภัย	7	1.84
เพื่อได้รับประสบการณ์ใหม่ๆในชีวิต	34	8.95
อื่นๆ (ระบุ).....	4	1.05
รวม	380	100
โอกาสในการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของท่าน		
วันจันทร์-วันศุกร์	20	5.26
วันเสาร์	62	16.32
วันอาทิตย์	19	5.00
วันเสาร์และวันอาทิตย์	109	28.68
เฉพาะวันหยุดเทศกาล	35	9.21
ช่วงเวลาปิดเทอม	103	27.11
อื่นๆ (ระบุ).....	32	8.42
รวม	380	100

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง	
	ความถี่	ร้อยละ
บุคคลที่ทำนร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย		
คนเดียว	60	15.79
เพื่อน	130	34.21
พ่อแม่	153	40.26
พี่น้อง/ญาติ	22	5.79
บริษัทนำเที่ยว	-	0.00
ไปกับสถานศึกษา	10	2.63
อื่นๆ (ระบุ).....	5	1.32
รวม	380	100
ส่วนมากทำนเดินทางท่องเที่ยวประเภทใด		
วันเดียว ไป-กลับ	115	30.26
พักค้างคืน	98	25.79
ทั้งสองประเภท	167	43.95
รวม	380	100
ความบ่อยครั้ง/ถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว		
สัปดาห์ละครั้ง	51	13.42
เดือนละครั้ง	85	22.37
ปีละครั้ง	60	15.79
เมื่อมีเวลาว่าง	167	43.95
อื่นๆ (ระบุ).....	17	4.47
รวม	380	100

จากตาราง 4 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 43.42

โอกาสในการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีโอกาสในการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวในวันเสาร์และอาทิตย์ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.68

บุคคลที่ทำงานร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร่วมเดินทางกับพ่อแม่ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 40.26

ส่วนมากทำงานเดินทางท่องเที่ยวประเภทใด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวทั้งสองประเภท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.95

ความบ่อยครั้ง/ถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้ง/ถี่ เมื่อมีเวลาว่าง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.95



ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว (n=380)

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง	
	ความถี่	ร้อยละ
ท่านหาข้อมูลเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างไร		
หนังสือนิตยสารท่องเที่ยว	64	16.84
สื่อออนไลน์	141	37.11
คำบอกกล่าวของเพื่อน/คนรู้จัก	160	42.11
บริษัทนำเที่ยว	10	2.63
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในงานนิทรรศการ	5	1.32
อื่นๆ (ระบุ).....	-	0.00
รวม	380	100
พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว		
รถยนต์ส่วนตัว	205	53.95
รถตู้	52	13.68
รถโดยสารประจำทาง	83	21.84
รถของบริษัทนำเที่ยว	22	5.79
รถไฟ	2	0.53
รถเช่า/เหมา	8	2.11
เครื่องบินโดยสาร	1	0.26
อื่นๆ (ระบุ).....	7	1.84
รวม	380	100
ที่พักที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว		
บ้านพักอุทยาน/บ้านพักทางราชการ	55	14.47
บังกะโล	54	14.21
เกสเฮ้าส์	54	14.21
โรงแรม	70	18.42
ห้องพักรายวัน	42	11.05
รีสอร์ท	51	13.42
เต็นท์	23	6.05
อื่นๆ (ระบุ).....	31	8.16
รวม	380	100

ตาราง 5 (ต่อ)

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง	
	ความถี่	ร้อยละ
เวลาที่ท่านใช้ในวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยว		
1 วัน	96	25.26
2 วัน	119	31.32
3 วัน	65	17.11
4 วัน ขึ้นไปถึง 1 สัปดาห์	81	21.32
เตรียมตัวในวันเดินทาง	12	3.16
อื่นๆ (ระบุ).....	7	1.84
รวม	380	100
เวลาที่ท่านใช้ในการเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว		
1 วัน ก่อนเดินทาง	144	37.89
2 วัน ก่อนเดินทาง	110	28.95
3 วัน ก่อนเดินทาง	75	19.74
4 วันขึ้นไป ก่อนเดินทาง	34	8.95
เตรียมตัวในวันเดินทาง	16	4.21
อื่นๆ (ระบุ).....	1	0.26
รวม	380	100
ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด		
ข่าวการเมือง/นโยบายการท่องเที่ยว	52	13.68
ข่าวเศรษฐกิจ/การเงินการคลัง	53	13.95
ข่าวสังคม/อาชญากรรม	36	9.47
ข่าวกีฬา/ศิลปวัฒนธรรม/เทศกาล	72	18.95
ข่าวพยากรณ์อากาศ/ภัยพิบัติ	167	43.95
อื่นๆ (ระบุ).....	-	0.00
รวม	380	100

จากตาราง 5 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ท่านหาข้อมูลเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างไร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หาข้อมูลเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวจากคำบอกกล่าวของเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว คือรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.95

ที่พักที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่พักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ โรงแรม จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.42

เวลาที่ท่านใช้ในการวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวน 2 วัน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 31.32

เวลาที่ท่านใช้ในการเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวน 1 วันก่อนเดินทาง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.89

ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด คือ ข่าวพยากรณ์อากาศ/ภัยพิบัติ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.95

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว (n=380)

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง	
	ความถี่	ร้อยละ
ที่มาของเงินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน		
เงินเก็บส่วนตัว	173	45.53
รายได้จากการทำงานพิเศษ	41	10.79
ขอพ่อแม่	151	39.74
เงินงบประมาณของหน่วยงานต่างๆ	9	2.37
อื่นๆ (ระบุ).....	6	1.58
รวม	380	100
โดยมากท่านใช้จ่ายในเรื่องใดมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว		
ค่าอาหาร	216	56.84
ค่าที่พัก	73	19.21
ค่าพาหนะเดินทาง	65	17.11
ค่าของที่ระลึก	18	4.74
อื่นๆ (ระบุ).....	8	2.11
รวม	380	100
ความเพียงพอต่อการใช้จ่ายเงินตามการประเมินของท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว		
มีเหลือจากใช้จ่ายเงินตามการประเมิน	90	23.68
เพียงพอต่อการใช้จ่ายเงินตามการประเมิน ไม่ได้กั๊กยืมเพิ่มเติม	217	57.11
เพียงพอต่อการใช้จ่ายเงินตามการประเมิน แต่ได้กั๊กยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย	31	8.16
ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายเงินตามการประเมิน แต่ไม่ได้หา กั๊กยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย	34	8.95
ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายเงินตามการประเมิน และได้หา กั๊กยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย	4	1.05
อื่นๆ (ระบุ).....	4	1.05
รวม	380	100

ตาราง 6 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง	
	ความถี่	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 100 บาทต่อมื้อต่อท่าน	89	23.42
100-250 บาทต่อมื้อต่อท่าน	135	35.53
251-500 บาทต่อมื้อต่อท่าน	111	29.21
501-1,000 บาทต่อมื้อต่อท่าน	22	5.79
มากกว่า 1,000 บาทต่อมื้อต่อท่าน	18	4.74
อื่นๆ (ระบุ).....	5	1.32
รวม	380	100
ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักขณะเดินทางท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 300 บาทต่อห้องต่อท่าน	51	13.42
301-600 บาทต่อห้องต่อท่าน	121	31.84
601-900 บาทต่อห้องต่อท่าน	113	29.74
901-1,200 บาทต่อห้องต่อท่าน	41	10.79
มากกว่า 1,200 บาทต่อห้องต่อท่าน	35	9.21
อื่นๆ (ระบุ).....	19	5.00
รวม	380	100
ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าพาหนะเฉลี่ยขณะเดินทางท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 100 บาทต่อท่าน	27	7.11
101-250 บาทต่อท่าน	102	26.84
251-500 บาทต่อท่าน	145	38.16
501-1,000 บาทต่อท่าน	72	18.95
มากกว่า 1,000 บาทต่อท่าน	28	7.37
อื่นๆ (ระบุ).....	6	1.58
รวม	380	100

ตาราง 6 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง	
	ความถี่	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในเรื่องของที่ระลึกขณะเดินทางท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 100 บาทต่อท่าน	62	16.32
101-250 บาทต่อท่าน	126	33.16
251-500 บาทต่อท่าน	129	33.95
501-1,000 บาทต่อท่าน	45	11.84
มากกว่า 1,000 บาทต่อท่าน	14	3.68
อื่นๆ (ระบุ).....	4	1.05
รวม	380	100
ค่าใช้จ่ายในภาพรวมโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 600 บาทต่อท่าน	53	13.95
600-1,000 บาทต่อท่าน	48	12.63
1,001-1,500 บาทต่อท่าน	112	29.47
1,501-2,500 บาทต่อท่าน	84	22.11
มากกว่า 2,500 บาทต่อท่าน	78	20.53
อื่นๆ (ระบุ).....	5	1.32
รวม	380	100

จากตาราง 6 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ที่มาของเงินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีที่มาของเงินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เงินเก็บส่วนตัว จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 45.53

โดยมากท่านใช้จ่ายในเรื่องใดมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โดยมากใช้จ่ายในเรื่องใดมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ ค่าอาหาร จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.84

ความเพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมินของท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมินที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือเพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมิน ไม่ได้กู้ยืมเพิ่มเติม จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 57.11

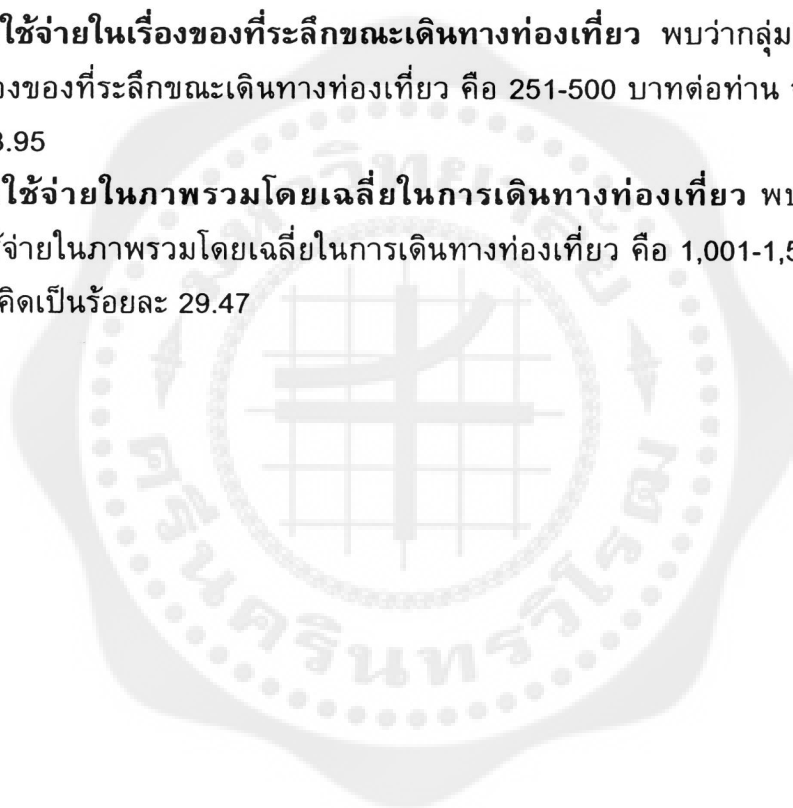
ค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 100-250 บาทต่อมื้อต่อท่าน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.53

ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 301-600 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 31.84

ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าพาหนะเฉลี่ยขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าพาหนะเฉลี่ยขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 251-500 บาทต่อท่าน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 38.16

ค่าใช้จ่ายในเรื่องของที่ระลึกขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในเรื่องของที่ระลึกขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 251-500 บาทต่อท่าน จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.95

ค่าใช้จ่ายในภาพรวมโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในภาพรวมโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 1,001-1,500 บาทต่อท่าน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.47



ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว (n=380)

สถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง	
	ความถี่	ร้อยละ
ท่านชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวประเภทใด		
ท่องเที่ยวทางทะเล	160	42.11
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	35	9.21
ท่องเที่ยวภูเขา ป่าไม้ น้ำตก	125	32.89
ท่องเที่ยวผจญภัย	31	8.16
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	13	3.42
ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	4	1.05
ท่องเที่ยวต่างประเทศ	12	3.16
อื่นๆ (ระบุ).....	-	0.00
รวม	380	100
ปัจจัยในการที่ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว		
ราคา/ค่าใช้จ่าย	150	39.47
คุณภาพการบริการ	38	10.00
ชื่อเสียง/กระแสของการท่องเที่ยว	67	17.63
ความสะดวกสบาย	34	8.95
ความเป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	77	20.26
ความหรูหรา/ความเป็นพิเศษ	8	2.11
ความเป็นส่วนตัว	6	1.58
ความหลากหลายของกิจกรรม	-	0.00
ความต้องการของกลุ่มท่องเที่ยว	-	0.00
อื่นๆ (ระบุ).....	-	0.00
รวม	380	100

ตาราง 7 (ต่อ)

สถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง	
	ความถี่	ร้อยละ
การตัดสินใจไปท่องเที่ยวซ้ำในสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไป		
จะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่ชอบทุกครั้งที่มีโอกาส	125	32.89
จะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมเป็นบางครั้งหากไม่มี		
ตัวเลือกอื่นที่น่าสนใจมาก	216	56.84
จะไม่กลับไปแหล่งท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปแล้ว	29	7.63
อื่นๆ (ระบุ).....	10	2.63
รวม	380	100
หากสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมให้ท่านท่องเที่ยวขณะนี้ท่านจะเลือกจัดการอย่างไร		
จะไปหาสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวอื่นทดแทน	193	50.79
จะดำเนินการท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวลำดับถัดไปตามกำหนดการ	108	28.42
จะกลับไปพักผ่อน/จัดกิจกรรม ณ ที่พักแรม	55	14.47
จะไปช้อปปิ้ง/ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก	13	3.42
จะยกเลิกการท่องเที่ยวในการกำหนดการทั้งหมดและเดินทางกลับ	7	1.84
อื่นๆ (ระบุ).....	4	1.05
รวม	380	100

จากตาราง 7 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวประเภทใด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวประเภทท่องเที่ยวทางทะเล จำนวน 160 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.11

ปัจจัยในการที่ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการที่เลือกสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว คือ ราคา/ค่าใช้จ่าย จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.47

การตัดสินใจไปท่องเที่ยวซ้ำในสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตัดสินใจไปท่องเที่ยวซ้ำในสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไป คือ จะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมเป็นบางครั้งหากไม่มีตัวเลือกอื่นที่น่าสนใจมาก จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.84

หากสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมให้ท่านท่องเที่ยวขณะนั้นจะเลือกจัดการอย่างไร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หากสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมให้ท่านท่องเที่ยวขณะนั้นจะเลือกจัดการด้วยการ คือ จะไปหาสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวอื่นทดแทน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.79



ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ นำข้อเสนอแนะอื่น ๆ มาสรุปแต่ละด้าน แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

ด้านทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

โดยรวม มีทัศนคติต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวดี ชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยว และมีความสุขทุกครั้งที่ได้เดินทางท่องเที่ยว

ด้านพฤติกรรมการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

อยากให้มียุควันหยุดนักขัตฤกษ์มากขึ้น(วันหยุดยาวติดกัน)เพื่อให้ได้มีเวลาเพิ่มมากขึ้นในการเดินทางท่องเที่ยว

ด้านความเสี่ยง/อันตรายที่มีผลต่อการจัดการนันทนาการด้านเดินทางท่องเที่ยว

อยากให้แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละที่มีการจัดการดูแลความปลอดภัยในที่พัก ให้มากกว่านี้ เพื่อความปลอดภัยในการพักอาศัยและทรัพย์สินส่วนตัว

อื่น ๆ



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ทำการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยศึกษากับนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 380 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ซึ่งสรุปสาระสำคัญของการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้
เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒนี้ทำให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรีและสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ทางด้านการเรียนการสอน เป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนา ปรับปรุง กิจกรรมการเรียนการสอนวิชาการท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมศักยภาพนิสิต ให้มีความเหมาะสมกับนิสิตระดับปริญญาตรีที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรและองครักษ์ และทำการลงทะเบียนในปีการศึกษา 2555 จำนวน 21,508 คน (สถิติข้อมูลมศว.ออนไลน์:2555)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรและองครักษ์ และทำการลงทะเบียนในปีการศึกษา 2555 ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปรียบเทียบจากตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2549: 51 อ้างอิงจาก Krejcie; & Morgan) ได้จำนวน 377 คน ในการศึกษานี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างมากกว่าจำนวน 380 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) และเทียบสัดส่วนจำแนกตามเพศและคณะที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามคุณลักษณะ ดังนี้

1. เพศ
2. คณะที่ศึกษา

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

1. ทศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้แก่
 - 2.1 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว
 - 2.2 การจัดการเดินทางท่องเที่ยว
 - 2.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว
 - 2.4 สถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งในการสร้างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้น โดยอาศัยข้อมูลจากตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ คณะที่ศึกษา มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) โดยคำถามจะเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ได้เพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งมีทั้งหมด 5 ระดับ มีคำถามทั้งในทางบวกและทางลบ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 4 รายการ ได้แก่ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามให้เลือกตอบปลายปิด (Close-ended question) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวและมากกว่า 1 ข้อ จำนวน 23 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนิสิต

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างแบบสอบถามจากตำราเอกสารต่างๆ
3. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆที่ได้เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้สอดคล้องและครอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนรับข้อเสนอแนะต่างๆ
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแล้ว เสนอคณะกรรมการที่ปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไข สำนวน ภาษา ความครอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนรับข้อเสนอแนะต่างๆ
5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่คณะกรรมการที่ปรึกษาแนะนำแล้วนำไปหาคุณภาพของเครื่องมือโดยดำเนินการดังนี้

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

การให้คะแนนผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละคนให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

+1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์
0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์
-1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์

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

6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนและนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha-Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้ จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง (บุญชม ศรีสะอาด. 2543: 96) ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.86

7. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ โดยได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการที่ปรึกษา เพื่อความถูกต้องอีกครั้ง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลทางเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
2. ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลดำเนินการให้ที่ปรึกษางานวิจัยและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไขจนได้ฉบับสมบูรณ์
3. ดำเนินการเก็บโดยผู้ช่วยวิจัย
4. ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ แล้วนำดำเนินการต่อในขั้นวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามก่อนที่จะนำมาประมวลผล
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามมาลงรหัสตัวเลข (Code) นำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลของการศึกษาของทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวและพฤติกรรม การท่องเที่ยว วิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 380 คน จำแนกข้อมูลเบื้องต้นได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นชาย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.74 และหญิง จำนวน 248 คน ร้อยละ 65.26
2. คณะที่ศึกษา พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เรียนในคณะมนุษยศาสตร์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 คณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.74 คณะสังคมศาสตร์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.58 คณะพลศึกษา จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.21 คณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.47 คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.37 คณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 29 คน

คิดเป็นร้อยละ 7.63 คณะแพทยศาสตร์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.74 คณะทันตแพทยศาสตร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 คณะสหเวชศาสตร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 คณะเภสัชศาสตร์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.37 คณะศิลปกรรมศาสตร์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.47 คณะเทคโนโลยีและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์การเกษตร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84 วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.37 คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.95 วิทยาลัยโพธิวิชชาลัย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.79 และวิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.37

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = .805) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยข้อที่มีทัศนคติค่อนข้างดี 3 ลำดับแรกคือ ข้อ 1 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวช่วยให้ท่านผ่อนคลายความเครียดได้ ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = .580) ข้อ 6 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวทำให้มีความสุข ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = .672) ข้อ 5 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีในกลุ่มเพื่อน ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = .669) และข้อ 7 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความสนุกสนาน ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = .670)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดังนี้

ด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 43.42 เพื่อพักผ่อนกับครอบครัว จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.95 เพื่อได้รับประสบการณ์ใหม่ๆในชีวิต จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.95 เพื่อศึกษาหาความรู้ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.42 เพื่อความสุขทางใจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.53 เพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 เพื่อเยี่ยมญาติ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.74 เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.95 เพื่อได้พบปะเพื่อนใหม่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.16 เพื่อผจญภัย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 ตามลำดับ

โอกาสในการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีโอกาสนในการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวในวันเสาร์และอาทิตย์ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.68 ช่วงเวลาปิดเทอม จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 27.11 วันเสาร์ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.32 เฉพาะวันหยุดเทศกาล จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.21 อื่นๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.42 วันจันทร์-วันศุกร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 และวันอาทิตย์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

บุคคลที่เข้าร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร่วมเดินทางกับพ่อแม่ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 40.26 เพื่อน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 34.21 คนเดียว จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 พี่น้อง/ญาติ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.79 ไปกับสถานศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32 ตามลำดับ

ส่วนมากท่านเดินทางท่องเที่ยวประเภทใด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวทั้งสองประเภท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.95 วันเดียว ไป-กลับ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 30.26 และพักค้างคืน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.79 ตามลำดับ

ความบ่อยครั้ง/ถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้ง/ถี่ เมื่อมีเวลาว่าง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.95 เดือนละครั้ง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.37 ปีละครั้ง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 สัปดาห์ละครั้ง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.42 และอื่นๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.47 ตามลำดับ

ด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ท่านหาข้อมูลเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างไร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หาข้อมูลเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวจากคำบอกกล่าวของเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11 สื่อออนไลน์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 37.11 หนังสือนิตยสารท่องเที่ยว จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.84 บริษัทนำเที่ยว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในงานนิทรรศการ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32 ตามลำดับ

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว คือรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.95 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.84 รถตู้ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.68 รถของบริษัทนำเที่ยว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.79 รถเช่า/เหมา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.11 อื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84 รถไฟ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.53 และเครื่องบินโดยสาร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26 ตามลำดับ

ที่พักที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่พักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ โรงแรม จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.42 บ้านพักอุทยาน/บ้านพักทางราชการ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.47 บังกะโล จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.21

เกสเข้าท์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.21 รีสอร์ท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.42 ห้องพักรายวัน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.05 อื่นๆ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.16 คน และเด็นท์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 ตามลำดับ

เวลาที่ท่านใช้ในการวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวน 2 วัน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 31.32 จำนวน 1 วัน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 25.26 จำนวน 4 วันขึ้นไปถึง 1 สัปดาห์ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.32 จำนวน 3 วัน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 เตรียมตัวในวันเดินทาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.16 และอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84 ตามลำดับ

เวลาที่ท่านใช้ในการเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวน 1 วันก่อนเดินทาง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.89 จำนวน 2 วันก่อนเดินทาง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.95 จำนวน 3 วันก่อนเดินทาง 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 จำนวน 4 วันขึ้นไปก่อนเดินทาง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.95 เตรียมตัวในวันเดินทาง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.21 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26 ตามลำดับ

ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด คือ ข่าวพยากรณ์อากาศ/ภัยพิบัติ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.95 ข่าวกีฬา/ศิลปวัฒนธรรม/เทศกาล จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.95 ข่าวเศรษฐกิจ/การเงินการคลัง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.95 ข่าวการเมือง/นโยบายการท่องเที่ยว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.68 และข่าวสังคม/อาชญากรรม จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.47

ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ที่มาของเงินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีที่มาของเงินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เงินเก็บส่วนตัว จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 45.53 ขอพ่อแม่ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.74 รายได้จากการทำงานพิเศษ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.79 เงินงบประมาณของหน่วยงานต่าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.37 และอื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.58 ตามลำดับ

โดยมากท่านใช้จ่ายในเรื่องใดมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โดยมากใช้จ่ายในเรื่องใดมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ ค่าอาหาร จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.84 ค่าที่พัก จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.21 ค่าพาหนะเดินทาง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 ค่าของที่ระลึก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.74 และอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.11 ตามลำดับ

ความเพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมินของท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมินที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือเพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมิน ไม่ได้กู้ยืมเพิ่มเติม จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 57.11 มีเหลือจากใช้เงินตามประเมิน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.68 ไม่เพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมิน แต่ไม่ได้หากู้ยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.95 เพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมินแต่ได้กู้ยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.16 ไม่เพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมินและได้การกู้ยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 และอื่นๆ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05

ค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 100-250 บาทต่อมื้อต่อท่าน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.53 251-500 บาทต่อมื้อต่อท่าน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 29.21 น้อยกว่า 100 บาทต่อมื้อต่อท่าน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.42 501-1,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.79 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 301-600 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 31.84 601-900 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.74 น้อยกว่า 300 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.42 901-1,200 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.79 มากกว่า 1,200 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.21 และอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าพาหนะเฉลี่ยขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าพาหนะเฉลี่ยขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 251-500 บาทต่อท่าน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 38.16 101-250 บาทต่อท่าน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.84 501-1,000 บาทต่อท่าน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.95 มากกว่า 1,000 บาทต่อท่าน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.37 น้อยกว่า 100 บาทต่อท่าน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.11 และอื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.58 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในเรื่องของที่ระลึกขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในเรื่องของที่ระลึกขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 251-500 บาทต่อท่าน จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.95 101-250 บาทต่อท่าน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 33.16 น้อยกว่า 100 บาทต่อท่าน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.32 501-1,000 บาทต่อท่าน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.84 มากกว่า 1,000 บาทต่อท่าน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.68 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในภาพรวมโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในภาพรวมโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 1,001-1,500 บาทต่อท่าน

จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.47 1,501-2,500 บาทต่อท่าน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.11 มากกว่า 2,500 บาทต่อท่าน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.53 น้อยกว่า 600 บาทต่อท่าน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.95 600-1,000 คน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.63 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32 ตามลำดับ

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ท่านชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวประเภทใด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวประเภทท่องเที่ยวทางทะเล จำนวน 160 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.11 ท่องเที่ยวภูเขา ป่าไม้ น้ำตก จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.89 ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.21 ท่องเที่ยวผจญภัย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.16 ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.42 ท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.16 และท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 ตามลำดับ

ปัจจัยในการที่ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการที่เลือกสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว คือ ราคา/ค่าใช้จ่าย จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.47 ความเป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.26 ชื่อเสียง/กระแสของการท่องเที่ยว จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.63 คุณภาพการบริการ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ความหรูหรา/ความเป็นพิเศษ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.11 และความเป็นส่วนตัว จำนวน 6 ตัว คิดเป็นร้อยละ 1.58 ตามลำดับ

การตัดสินใจไปท่องเที่ยวซ้ำในสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตัดสินใจไปท่องเที่ยวซ้ำในสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไป คือ จะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมเป็นบางครั้งหากไม่มีตัวเลือกอื่นที่น่าสนใจมาก จำนวน 216 คน จำนวน 56.84 จะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่ชอบทุกครั้งที่มีโอกาส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.89 จะไม่กลับไปแหล่งท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปแล้ว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.63 และอื่นๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 ตามลำดับ

หากสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมให้ท่านท่องเที่ยวขณะนั้นจะเลือกจัดการอย่างไร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หากสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมให้ท่านท่องเที่ยวขณะนั้นจะเลือกจัดการด้วยการ คือ จะไปหาสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวอื่นทดแทน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.79 จะดำเนินการท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวลำดับถัดไปตามกำหนดการ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.42 จะกลับไปพักผ่อน/จัดกิจกรรม ณ ที่พักแรม จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.47 จะไปช้อปปิ้ง/ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.42 จะยกเลิกการท่องเที่ยวในการกำหนดการทั้งหมดและเดินทางกลับ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒอภิปรายได้ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีทักษะที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = .805) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีทักษะที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยข้อที่มีทักษะดีค่อนข้างดี 3 ลำดับแรกคือ ข้อ 1 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวช่วยให้ท่านผ่อนคลายความเครียดได้ ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = .580) ข้อ 6 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวทำให้มีความสุข ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = .672) ข้อ 5 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีในกลุ่มเพื่อน ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = .669) และข้อ 7 กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความสนุกสนาน ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = .670) สอดคล้องกับแนวคิดของสมบัติ กาญจนกิจ (2535:41-42) ที่กล่าวไว้ว่ากิจกรรมนันทนาการช่วยพัฒนาอารมณ์สุขรวมทั้งความสนุกสนานและความสุขสงบ ลดความเครียด ความวิตกกังวล ทำให้อารมณ์แจ่มใสและช่วยส่งเสริมให้รู้จักการพัฒนา การควบคุมอารมณ์และบุคลิกภาพที่ดีอีกด้วยและยังสอดคล้องกับปัจจัยและแรงจูงใจของบุคคลในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการที่สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 24-25) กล่าวไว้ว่าเพื่อความสนุกสนาน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต เพลิดเพลินธรรมชาติ เกี่ยวกับทัศนียภาพทิวทัศน์ที่งดงามตระการตาได้รับประสบการณ์การเรียนรู้จากธรรมชาติ เรียนรู้พื้นที่ของธรรมชาติที่ยังไม่ได้พัฒนา เพื่อสมรรถภาพทางกาย เพื่อลดความเครียด เกี่ยวกับความเครียดทางจิตใจ อารมณ์สิ่งแวดล้อม สิ่งกิจวัตรประจำวัน หนีจากความแออัด หาคความสงบจากการรบกวน หาคความสงบแยกตัวเองอยู่กับป่าธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับนันทนาการกลางแจ้ง/นอกเมือง เป็นการเรียนรู้ทั่วไปเพื่อการค้นหาบุกรุก และเรียนรู้ภูมิทัศน์ท้องถิ่น เพื่อรับรู้คุณธรรมและสัจธรรม เพื่อความเป็นอิสระและความเป็นส่วนตัว เพื่อรู้จักครอบครัวในสภาพแวดล้อมธรรมชาติ เพื่อคุณธรรม คุณค่าของบุคคล และน้ำใจไมตรี อยากรประสบความสำเร็จ เป็นการสร้างความมั่นใจและเชื่อถือตนเองได้รับการยอมรับทางสังคม ได้พัฒนาทักษะ ได้ทดสอบความสามารถ และได้ความตื่นเต้นสะใจ เพื่อพักผ่อนกาย เพื่อเป็นผู้สอนและแนะนำที่ดี ได้รับการท้าทายและกิจกรรมเสี่ยงภัย เป็นการลดและป้องกันความเสียหายอันตราย เพื่อได้รู้จักเพื่อนใหม่และได้สะท้อนภาพชีวิตของบรรพบุรุษที่อยู่ใกล้ธรรมชาติมาก่อน

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผลการวิจัยพบว่า **ด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว** วัดอุปประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 43.42 เพื่อพักผ่อนกับครอบครัว จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.95 เพื่อได้รับประสบการณ์ใหม่ๆในชีวิต จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.95 เพื่อศึกษาหาความรู้ จำนวน 32 คน

คิดเป็นร้อยละ 8.42 เพื่อความสุขทางใจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.53 เพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 เพื่อเยี่ยมญาติ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.74 เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.95 เพื่อได้พบปะเพื่อใหม่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.16 เพื่อผจญภัย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 ตามลำดับสอดคล้องกับแนวคิดของโรบินสัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 อ้างอิงจาก Robinson) ซึ่งได้ศึกษาและกำหนดวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของบุคคลไว้ 8 ประการ คือ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อากาศดี อากาศดี เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬาเพื่อร่วมหรือไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ เพื่อความรื่นเริง บันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อนซึ่งตามมติเอกฉันท์ของสหประชาชาติในการประชุมครั้งที่ 21 พ.ศ. 2510 อันเป็นปีการท่องเที่ยวสากลว่า "การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมพื้นฐานที่มนุษยชาติต้องการมากที่สุด ควรที่รัฐบาลของทุกประเทศและมนุษย์ทุกคนจะสนับสนุน" (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548) เพื่อสาเหตุส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติ ไปพบเพื่อนใหม่หรือเพื่อหลบหนีจากคนที่ใกล้ชิดจำเจ เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนาและเพื่ออาชีพและการธุรกิจและสอดคล้องกับงานวิจัยของปวีณา โทณแก้ว (2542) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจากวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในปัจจุบันจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุดโดยคำนึงถึงความสวยงามของสภาพแวดล้อม ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย และความสะดวกในการเดินทาง ดังนั้นในการวางแผนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรมุ่งเน้นการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุดและสอดคล้องกับงานวิจัยของพรพรรณ สกุลศรีจิรวรรณ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ 1 กันยายน 2545 - 1 กันยายน 2547) ประชาชนส่วนใหญ่ได้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด โดยนิยมท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลมากที่สุด และนิยมท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดราชการ / วันหยุดมากที่สุด และใช้เวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1-2 วันมากที่สุด และมีความถี่ของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมา 1-2 ครั้งมากที่สุด โดยแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารนั้นมาจากการบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุด

โอกาสในการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีโอกาสในการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวในวันเสาร์และอาทิตย์ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.68 ช่วงเวลาปิดเทอม จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 27.11 วันเสาร์ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.32 เฉพาะวันหยุดเทศกาล จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.21 อื่นๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.42 วันจันทร์-วันศุกร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 และ

วันอาทิตย์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับสอดคล้องกับงานวิจัยของนาวิ ชื่นใจ (2554) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน จังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่าประชาชนจังหวัดศรีสะเกษมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศในด้านรูปแบบการเดินทางนิยมไปกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41 ผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งจำนวนมากที่สุด 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 มีความต้องการเที่ยวในประเทศ 1-2 ครั้งต่อปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.50 ต้องการเดินทาง 3-4 วันต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.30 นิยมเดินทางในช่วงเมษายน-พฤษภาคมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37 และนิยมเดินทางในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46

บุคคลที่ท่านร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร่วมเดินทางกับพ่อแม่ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 40.26 เพื่อน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 34.21 คนเดียว จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 พี่น้อง/ญาติ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.79 ไปกับสถานศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32 ตามลำดับสอดคล้องกับแนวคิดของวิเชียร วงศ์ณิษฐากุล และคณะ (2552) ที่กล่าวถึง ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว ทำให้พฤติกรรมการเดินทาง รวมถึงการเลือกซื้อรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกซึ่งครอบครัว (Family) จัดได้ว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ (External Variables Affecting Buying Behavior) หมายถึงบุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจค่อนข้างมาก อีกทั้งสามารถชักจูงหรือนำในการก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อราคาสินค้าได้อีกด้วย ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการซื้อของครอบครัวด้วยว่า ถ้าทำการเสนอขายสินค้าและ/หรือบริการให้ได้ผลดี จะต้องดูว่าลักษณะการบริโภคของครอบครัวหนึ่งๆ นั้นเป็นเช่นไร ตัวอย่าง การซื้อรถยนต์ให้คุณแม่ขับนั้นต้องวิเคราะห์ก่อนว่า ใครมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด หรือต้องร่วมกันตัดสินใจทั้งครอบครัว เช่น คุณแม่อาจเป็นผู้ใช้รถยนต์ แต่ผู้เริ่มที่อยากให้คุณแม่มีรถขับไปทำงาน คือ คุณพ่อเพราะการจราจร ทำให้เสียเวลามากและบางครั้งคุณพ่อก็มีงานมากไม่มีเวลาขับไปส่งไปรับ แต่การตัดสินใจซื้อจะต้องเรียกพวกลูกๆ มาร่วมกันตัดสินใจ เพราะลูกคนโตก็รีบรื้ออยากให้อุ้มให้เขาก่อนมานานแล้ว ส่วนผู้มีอิทธิพลในการซื้อคือ คุณปู่ เพราะคุณปู่เป็นผู้ที่ทุกคนในบ้านให้ความเคารพเป็นอย่างสูง และจะให้คำปรึกษาเรื่องสำคัญๆ เกี่ยวกับปัญหาโดยตลอด ทุกคนจะเชื่อฟังทุกอย่าง และเมื่อทุกอย่างลงตัวว่าจะตัดสินใจซื้อรถยนต์แน่ ผู้ซื้อก็คือ คุณพ่อนั่นเองที่จะเป็นคนเลือกยี่ห้อ ขนาดของเครื่องยนต์ ลักษณะของรูปทรง และสีสนั ดังนั้น นี่คือนิยามครอบครัวของประเทศไทยโดยส่วนมาก ซึ่งจะแตกต่างจากประเทศสหรัฐอเมริกาหรือประเทศในแถบยุโรปซึ่งครอบครัวจะมีเฉพาะสามี ภรรยา และลูกเล็กๆ ส่วนปู่-ย่า ตา-ยาย ก็จะไม่อยู่คนละบ้านไม่รวมเป็นครอบครัวเดียวกัน การตัดสินใจภายในครอบครัวก็จะต่างจากกันไป

ส่วนมากท่านเดินทางท่องเที่ยวประเภทใด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวทั้งสองประเภท(คือวันเดียวไป-กลับและพักค้างคืน) จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.95 วันเดียว

ไป-กลับ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 30.26 และพักค้างคืน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.79 ตามลำดับสอดคล้องกับการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยว ของวรรณ วรชวานิช(2539:15)ที่สรุปไว้ว่าการท่องเที่ยวแบ่งตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว มีลักษณะดังนี้ การท่องเที่ยวตามเวลาอาจใช้เวลา 2-3 เดือน การท่องเที่ยวแบบคาบเวลาสั้น คือ ประมาณ 2-3 วัน หรือถึง 10 วัน การท่องเที่ยวแบบทัศนจรหรือที่ WTO เรียกว่า Excursion คือ เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างคืนใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมงซึ่งการท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับเป็นส่วนสำคัญยิ่งของการท่องเที่ยวในประเทศ การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวแบบเหมาะจ่าย ความบ่อยครั้ง/ถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้ง/ถี่ เมื่อมีเวลาว่าง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.95 เดือนละครั้ง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.37 ปีละครั้ง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 สัปดาห์ละครั้ง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.42 และอื่นๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.47 ตามลำดับสอดคล้องกับแนวคิดของศรี พมลสมพงษ์ (2544) ที่กล่าวว่า เวลาเป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยวเพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่สถานภาพทางการประกอบอาชีพแตกต่างกัน

ด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านหาข้อมูลเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างไร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หาข้อมูลเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวจากคำบอกกล่าวของเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11 สื่อออนไลน์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 37.11 หนังสือนิตยสารท่องเที่ยว จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.84 บริษัทนำเที่ยว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในงานนิทรรศการ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32 ตามลำดับสอดคล้องกับงานวิจัยของทชชะพงศ์ อัสวพรหมธาดา(2550) ที่ทำการวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,001-12,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีสิ่งสนใจทางด้านเหตุผลคือเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สิ่งสนใจทางด้านอารมณ์คือต้องการมาเห็นวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน โดยมีโอกาสในการท่องเที่ยว วันเสาร์และอาทิตย์ มีรูปแบบในการท่องเที่ยวคือ มาเที่ยวชมธรรมชาติและมีการบอกบุคคลอื่นเฉลี่ยสูงมากและการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งเฉลี่ยสูงมาก ด้านการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารจากเพื่อน/เพื่อนบ้านมากที่สุด 1-2 ครั้งต่อปีและงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์ฤทธิ์ หวังพัฒนาพานิชย์(2546) ที่ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจการท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษาโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวไทยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่จะมีอายุ 25-29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท รับข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์จากปากต่อปากเข้ามาร่วมกิจกรรมได้หน้าผาจำลอง มากับกลุ่มเพื่อนโดยมีสาเหตุการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสธรรมชาติและมาโดย

รถยนต์กิจกรรมท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุดคือป็นเขา/ไต่เขา มีความถี่ในกิจกรรมท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี เหตุผลในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในระดับความสำคัญมากคือต้องการทดสอบสมรรถภาพตนเอง นักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจในกิจกรรมทางทหารอยู่ในระดับพอใจอย่างมากคือได้ผจญภัยกับสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวทางทหารของนักท่องเที่ยวไทยในระดับสูงและในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่.01 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว คือรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.95 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.84 รถตู้ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.68 รถของบริษัทยานพาหนะ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.79 รถเช่า/เหมา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.11 อื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84 รถไฟ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.53 และเครื่องบินโดยสาร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26 ตามลำดับ สอดคล้องกับวิจัยของรุจยา คำพรรณ(2546)ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท สถานภาพโสดซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาแล้ว วัดอุปสรรคในการมาท่องเที่ยวคือการเดินทางเพื่อการมาพักผ่อนและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวและเพื่อน โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง ที่พักที่ท่นใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่พักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือโรงแรม จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.42 บ้านพักอุทยาน/บ้านพักทางราชการ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.47 บังกะโล จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.21 เกสเฮ้าส์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.21 รีสอร์ท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.42 ห้องพักรายวัน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.05 อื่นๆ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.16 คน และเดย์โฮม จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.05 ตามลำดับ สอดคล้องกับวิจัยของนิคม ประเมโท(2543)ที่ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว ร้อยละ 41.75 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 44.50 และพักโรงแรมในจังหวัดอุดรธานีร้อยละ 83 ปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบว่า นักท่องเที่ยวมีสิ่งจูงใจภาพรวมอยู่ในระดับมากซึ่งปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว เวลาที่ท่นใช้ในการวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวน 2 วัน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 31.32 จำนวน 1 วัน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 25.26 จำนวน 4 วันขึ้นไปถึง 1 สัปดาห์ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.32 จำนวน 3 วัน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 เตรียมตัวในวันเดินทาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.16 และอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84 ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดของศรี พมลสมพงษ์ (2544)ที่กล่าวว่า เวลาเป็นสิ่งที่

ความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยวเพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่สถานภาพทางการประกอบอาชีพแตกต่างกัน เวลาที่ท่านใช้ในการเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวน 1 วันก่อนเดินทาง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.89 จำนวน 2 วันก่อนเดินทาง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.95 จำนวน 3 วันก่อนเดินทาง 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 จำนวน 4 วันขึ้นไปก่อนเดินทาง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.95 เตรียมตัวในวันเดินทาง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.21 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26 ตามลำดับสอดคล้องกับฉลองศรี พมลสมพงษ์ (2544) ที่กล่าวว่า เวลาเป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยวเพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่สถานภาพทางการประกอบอาชีพแตกต่างกัน ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด คือ ข่าวพยากรณ์อากาศ/ภัยพิบัติ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.95 ข่าวกีฬา/ศิลปวัฒนธรรม/เทศกาล จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.95 ข่าวเศรษฐกิจ/การเงินการคลัง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.95 ข่าวการเมือง/นโยบายการท่องเที่ยว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.68 และข่าวสังคม/อาชญากรรม จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.47 สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนา จูมคอม (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ:กรณีศึกษา www.sabuy.com พบว่าสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสื่ออื่นๆเช่นโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/สิ่งพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในการบริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวภายในประเทศ www.sabuy.com ด้านความถี่ในการจองบริการท่องเที่ยวหลังจากหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์

ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ที่มาของเงินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีที่มาของเงินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เงินเก็บส่วนตัว จำนวน 173 คนคิดเป็นร้อยละ 45.53 ขอพ่อแม่ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.74 รายได้จากการทำงานพิเศษ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.79 เงินงบประมาณของหน่วยงานต่าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.37 และอื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.58 ตามลำดับ โดยมากท่านใช้จ่ายในเรื่องใดมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โดยมากใช้จ่ายในเรื่องใดมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ ค่าอาหาร จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.84 ค่าที่พัก จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.21 ค่าพาหนะเดินทาง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 ค่าของที่ระลึก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.74 และอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.11 ตามลำดับ ความเพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมินของท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมินที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือเพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมิน ไม่ได้กั๊กยืมเพิ่มเติม จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 57.11 มีเหลือจากใช้เงินตามประเมิน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.68ไม่เพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมิน แต่ไม่ได้หาถัวยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย จำนวน 34 คน

คิดเป็นร้อยละ 8.95 เพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมินแต่ได้กู้ยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.16 ไม่เพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมินและได้กู้ยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 และอื่นๆ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 ค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 100-250 บาทต่อมื้อต่อท่าน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.53 251-500 บาทต่อมื้อต่อท่าน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 29.21 น้อยกว่า 100 บาทต่อมื้อต่อท่าน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.42 501-1,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.79 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 301-600 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 31.84 601-900 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.74 น้อยกว่า 300 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.42 901-1,200 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.79 มากกว่า 1,200 บาทต่อห้องต่อท่าน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.21 และอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าพาหนะเฉลี่ยขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าพาหนะเฉลี่ยขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 251-500 บาทต่อท่าน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 38.16 101-250 บาทต่อท่าน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.84 501-1,000 บาทต่อท่าน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.95 มากกว่า 1,000 บาทต่อท่าน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.37 น้อยกว่า 100 บาทต่อท่าน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.11 และอื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.58 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในเรื่องของที่ระลึกขณะเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในเรื่องของที่ระลึกขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 251-500 บาทต่อท่าน จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.95 101-250 บาทต่อท่าน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 33.16 น้อยกว่า 100 บาทต่อท่าน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.32 501-1,000 บาทต่อท่าน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.84 มากกว่า 1,000 บาทต่อท่าน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.68 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในภาพรวมโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในภาพรวมโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 1,001-1,500 บาทต่อท่าน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.47 1,501-2,500 บาทต่อท่าน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.11 มากกว่า 2,500 บาทต่อท่าน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.53 น้อยกว่า 600 บาทต่อท่าน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.95 600-1,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.63 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32 ตามลำดับ

โดยรวมทุกข้อสอดคล้องกับงานวิจัยของเบเกอร์ และครอมตัน (Baker and Crompton. 2000: อ้างถึงในยูงทอง รวมสุข. 2549) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของสินค้าและบริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวพบว่า การจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ถ้ามีผลการปฏิบัติงานดี สินค้าและบริการมีคุณภาพจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจในทางบวกสูงทำให้รับรู้ได้ถึงผลของการเพิ่มความจงรักภักดีและการหวน

กลับมาเที่ยวอีกในอนาคต การสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ทำให้เป็นที่จดจำ เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะจ่ายมากขึ้น หากสินค้าหรือบริการมีราคาเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มผลกำไรให้กับการท่องเที่ยว ช่วยให้สถานที่ที่มีชื่อเสียงมากขึ้น เพิ่มความน่าดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวใหม่และยังคงรักษานักท่องเที่ยวเก่าไว้ตลอดจนการบอกเล่าต่อกันในสิ่งที่ดี รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากสื่อต่าง ๆ ในการมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในนามของชุมชน จะได้รับการสนับสนุนขององค์กรต่าง ๆ มากขึ้นและยังสอดคล้องกับการศึกษาของมนตรีรัช เกิดยีน (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ พบว่า ปัจจัย 8 P's ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของศนิภาญจน์ เทพกาญจนา (2542) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาয়ังโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า วัดอุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนส่วนตัว ส่วนใหญ่จะมากับกลุ่มเพื่อน พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวคือรถนำเที่ยวของกลุ่ม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวคือปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่าน ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวประเภทใด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวประเภทท่องเที่ยวทางทะเล จำนวน 160 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.11 ท่องเที่ยวภูเขา ป่าไม้ น้ำตก จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.89 ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.21 ท่องเที่ยวผจญภัย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.16 ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.42 ท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.16 และท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 ตามลำดับสอดคล้องกับงานวิจัยของพรพรรณ สกุลศรีจิรวรรณ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ 1 กันยายน 2545 - 1 กันยายน 2547) ประชาชนส่วนใหญ่ได้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด โดยนิยมท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว ประเภททะเลมากที่สุด และนิยมท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดราชการ / วันหยุดมากที่สุด และใช้เวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1-2 วันมากที่สุด และมีความถี่ของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมา 1-2 ครั้งมากที่สุด โดยแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารนั้น

มาจากการบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุดและสอดคล้องกับงานวิจัยของนาวิ ชื่นใจ(2554)ที่ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษผลการวิจัยพบว่าประชาชนจังหวัดศรีสะเกษมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศด้านการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติโดยส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยวชายทะเลและทำกิจกรรมชายหาดค่าเฉลี่ย 4.15 ระดับความต้องการมาก ปัจจัยในการที่ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการที่เลือกสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว คือ ราคา/ค่าใช้จ่าย จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.47 ความเป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.26 ชื่อเสียง/กระแสของการท่องเที่ยว จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.63 คุณภาพการบริการ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ความหรูหรา/ความเป็นพิเศษ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.11 และความเป็นส่วนตัว จำนวน 6 ตัว คิดเป็นร้อยละ 1.58 ตามลำดับสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีญา โทนแก้ว(2542)ที่ศึกษาเรื่องของปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและช่วยกระตุ้นภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันพบว่ารายได้มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ดังนั้นควรเน้นที่กลุ่มเป้าหมายหลักและนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง กลางและต่ำมีหลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่อย่างไรเพื่อพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวตรงตามหลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวรวมถึงอายุของนักท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงและแรงจูงใจให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้นเนื่องจากเพศหญิงมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและอาชีพแม่บ้านทำงานในครอบครัวเป็นหลักเนื่องจากกลุ่มอาชีพดังกล่าวมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าอาชีพอื่น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุดโดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของสภาพแวดล้อม ความเหมาะสมของกับและค่าใช้จ่ายและความสะดวกในการเดินทาง ดังนั้นในการวางแผนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรมุ่งเน้นการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด การตัดสินใจไปท่องเที่ยวเข้าไปในสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตัดสินใจไปท่องเที่ยวเข้าไปในสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไป คือ จะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมเป็นบางครั้งหากไม่มีตัวเลือกอื่นที่น่าสนใจมาก จำนวน 216 คน จำนวน 56.84 จะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่ชอบทุกครั้งที่มีโอกาส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.89 จะไม่กลับไปแหล่งท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปแล้ว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.63 และอื่นๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 ตามลำดับสอดคล้องกับงานวิจัยของแกรนดี้ไฮ-อะโรรา และชอ(Grandhi-Arora and Shaw.2000) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวการค้นหาความแปลกใหม่และการเข้าร่วมซ้ำในกิจกรรมพิเศษของการท่องเที่ยวพบว่า ความพึงพอใจในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ จัดขึ้นอย่างเป็นพิเศษ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับไปเที่ยวซ้ำหรือกลับไปร่วมกิจกรรมนั้นๆ อีก หากสถานที่

ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมให้ท่านท่องเที่ยวขณะนั้นจะเลือกจัดการอย่างไร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หากสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมให้ท่านท่องเที่ยวขณะนั้นจะเลือกจัดการด้วยการ คือ จะไปหาสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวอื่นทดแทน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.79 จะดำเนินการท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวลำดับถัดไปตามกำหนดการ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.42 จะกลับไปพักผ่อน/จัดกิจกรรม ณ ที่พักแรม จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.47 จะไปซื้อป๊อป/ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.42 จะยกเลิกการท่องเที่ยวในการกำหนดการทั้งหมดและเดินทางกลับ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.05 ตามลำดับ ผลการวิจัยโดยรวมสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรินทร์นา เลิศกิตติอมรกุล (2546) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการวิจัยพบว่าการกิจกรรมหลักคือ การเที่ยวถ้ำและน้ำตก ในเดือนเมษายน และธันวาคม เป็นระยะเวลา 3 วัน โดยเฉลี่ยเดินทาง 2 ครั้ง ต่อปีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,000-1,999 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางคือ คำชวนจากเพื่อน พบว่าประเภทของสถาบันการศึกษาและรายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาพบว่า ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรทำเป็นกลุ่มเพื่อลดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัว ควรให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น ข้อเสนอแนะในการศึกษาในครั้งต่อไปควรจะศึกษาถึงแนวทางในการจัดการทรัพยากรและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และทิศทางของความสัมพันธะระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเชิงลึกต่อไปและสอดคล้องกับผลการวิจัยของอัศวิน แสงพิกุล (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ” ผลการวิจัยพบว่าเยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลางโดยเยาวชนในระดับอุดมศึกษามีค่าเฉลี่ยความรู้สูงสุด ด้านทักษะ พบว่า เยาวชนมีทักษะที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 66.0 เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นเหตุผลสนับสนุนผลการวิจัยขั้นนี้ที่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่พบว่า

ทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .805) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รายงานพบว่าด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โอกาสในการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวในวันเสาร์และอาทิตย์ ร่วมเดินทางกับพ่อแม่ เดินทางท่องเที่ยวทั้งสองประเภท และเดินทางท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง ด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่หาข้อมูลเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวจากคำบอกกล่าวของเพื่อน/คนรู้จัก พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว คือรถยนต์ส่วนตัว เลือกที่พักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ โรงแรม การวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวน 2 วัน เวลาในการเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวน 1 วันก่อนเดินทาง ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด คือ ข่าวพยากรณ์อากาศ/ภัยพิบัติ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีที่มาของเงินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เงินเก็บส่วนตัว โดยมากใช้จ่ายในเรื่องอาหาร การใช้เงินเดินทางท่องเที่ยวเพียงพอต่อการใช้เงินตามการประเมิน ไม่ได้กู้ยืมเพิ่มเติม ค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 100-250 บาทต่อมือต่อท่าน ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 301-600 บาทต่อห้องต่อท่าน ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าพาหนะเฉลี่ยขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 251-500 บาทต่อท่าน ค่าใช้จ่ายในเรื่องของที่ระลึกขณะเดินทางท่องเที่ยว คือ 251-500 บาทต่อท่าน ค่าใช้จ่ายในภาพรวมโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 1,001-1,500 บาทต่อท่าน ด้านสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวทางทะเล มีปัจจัยในการที่เลือกสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว คือ ราคา/ค่าใช้จ่าย จะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมเป็นบางครั้งหากไม่มีตัวเลือกอื่นที่น่าสนใจมาก หากสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมให้ท่านท่องเที่ยวขณะนั้นจะเลือกจัดการด้วยการ คือ จะไปหาสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวอื่นทดแทน

ดังนั้นในการศึกษาพฤติกรรมครั้งนี้จึงเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะนำผลการวิจัยไปให้เกิดประโยชน์ทางการเรียนการสอน การจัดการเรียนการสอนวิชาการท่องเที่ยว การจัดโปรแกรมทัศนศึกษาการเดินทางท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมศักยภาพภวนิสิตและยังเป็นข้อมูลพื้นฐานในการนำไปใช้เป็นแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แก่หน่วยงานรัฐและเอกชนต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวระหว่างเพศชายและหญิง คณะที่ศึกษาด้วย
2. ควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมท่องเที่ยวระหว่างนิสิต/นักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานครกับต่างจังหวัด



บรรณานุกรม

- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนาและวันส อัครสิทธิถาวร.(2550).พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพ:สำนักพิมพ์วังอักษร
- การท่องเที่ยว กรม., กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *เว็บไซต์กลางบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2554 .
- จาก<http://www.ecitizen.go.th/th/News/Pages/View.aspx?newsId=2977> .
- คณิต เขียววิชัย. (2534). *หลักนันทนาการ*.นครปฐม:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.
- จรินทร์ ธาณิรัตน์. (2528). *นันทนาการชุมชน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- จรวพร ธรณินทร์. (2533). *การแนะแนวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉลองศรี พมลสมพงษ์ (2544).การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ฉัตยาพร เสมอใจ.(2550).พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพ: บจก.วีพริ้น(1991).
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). *การตลาดการบริการการ*. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่นจำกัด.
- ณรงค์ฤทธิ์ หวังพัฒน์พาณิชย์. (2546). พฤติกรรมและความพึงพอใจการท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวไทย: กรณีศึกษาโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าจังหวัดนครนายก. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.,กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ทัชชะพงศ์ อัครพรหมธาดา. (2550).ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสาคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- ทัศนียา โคตรบรรเทา.(2545). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*.มหาสารคาม:มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธงชัย สันติวงษ์.(2540).พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด.กรุงเทพ:สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* . กรุงเทพฯ : บริษัท วี.อินเตอร์พริ้นท์.
- นาวิ ชื่นใจ.(2552).พฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ.วิทยานิพนธ์ วท.ม.กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- นิคม ประเมโท. (2543). พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี. มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัยมหาสารคาม.ถ่ายเอกสาร.

บุญชม ศรีสะอาด.(2545). *วิธีการสร้างสถิติสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ:

สุวีริยาสาส์น.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

ปวีณา โทณแก้ว. (2542). ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของ คนไทย. *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์)*. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประชิด สกุนะพัฒน์ วิมล จิโรจพันธ์ และอุดม เขยกิจวงศ์. (2554). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพมหานคร: แสงดาว.

ปราโมชน์. รอดจำรัส. (2549). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *สถิติประยุกต์เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรพรรณ สกุลศรีจิรวัดณ์ (2548). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร: กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม*. สารนิพนธ์ บธ.ม. การจัดการ.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.ถ่ายเอกสาร.

มนตรีรัช เกิดยีน. (2549). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย.คณะบริหารธุรกิจ (Business Administration)มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*.

รุจยา คำพรรณ.(2546). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช.ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).*กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

รีนรมย์ บวรธีรกุล. (2545). *พฤติกรรมและความคิดเห็นของนิสิต นักศึกษา สถาบันอุดมศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ*. สารนิพนธ์ (บธ.ม.การตลาด). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2538,กุมภาพันธ์-มีนาคม). ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย: เรื่องง่ายๆที่บางครั้งก็พลาดได้. *วารสารข่าวสารการวิจัยการศึกษา*.18(3): 8-10.

วิเชียร วงศ์นิชชากุลและคณะ. (2552). *หลักการตลาด = Principles of marketing*. ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ศกถาวรณ พาเรือง. (2540). องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิต
นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี.(2531).เจตคติ.กรุงเทพ:โรงพิมพ์รุ่งวัฒนา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2546).การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพ:ธรรมสาร
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2535). นันทนาการชุมชนและโรงเรียน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- . (2542). นันทนาการชุมชนและโรงเรียน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2544). นันทนาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- สมบัติ กาญจนกิจ และประพัฒน์ ลักษณะพิสุทธิ.(2547). นันทนาการสำหรับเด็กและเยาวชน.
ใน เอกสารประกอบการประชุมสัมมนาเรื่องนโยบายและสถานะที่เหมาะสมสำหรับเด็กและ
เยาวชน ด้านนันทนาการ.กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็กและ
เยาวชน.
- สุชาติ วรรณะมานี. (2542). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ (ecotourism) กับความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554).บทสรุปผู้บริหารการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ
ชาวไทย พ.ศ.2554 .สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2555,
จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/TravelExec54.pdf>.
- สำนักนายกรัฐมนตรี,สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
(2554).แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559).กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สำนักพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ. (2550). การศึกษาความต้องการในการจัดกิจกรรม
นันทนาการสำหรับเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุ
ภัณฑ์ (ร.ส.พ.ช).
- เสรี วงษ์มณฑา.(2542).การตลาดเชิงปฏิบัติ.กรุงเทพ:บริษัทวีระฟิล์มและไซเทกซ์ จำกัด.
- เสาวนีย์ เสนาสุ. (2532). งานอาสาสมัครและกิจกรรมเยาวชน. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

อนันต์ เชื้อวชาญกิจการ. (2551).หลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว.เอกสารประกอบการสอน.กรุงเทพ:
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Gandhi-Arora, R. and Shaw, Robin. (2002) Visitor loyalty in sport tourism: an empirical investigation. *Current issues in tourism*, vol. 5, no. 1, pp. 45-53, Channel View Productions. Clevedon, England.

Gee, C, Makens, J ;& Choy,D. (1989). *The travel industry*. 2nd ed.. Van Nostrand Reinhold. New York.

Kotler, Philip. (2003). Marketing Management. Millennium ed. New Jersey: Prentice _ Halls.

Kozak, M..Z (2001b). Constraints on reinitiation of translation in mammals. *Nucleic Acids Res.* 29, 5226–5232.

Moutinho, Luiz. (2000). Strategic management in tourism. London. York House Typographic.

Parker,A.,L.(1999,July).Toursim Behavior of Youth in Younger. *Dissertation Abstracts international*.85(12): 118-119A.

Schiffman, Leon G., & Kanuk., Leslic L. (2000). *Consumer behavior* .7 th ed.. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Schiffman Leon G., & Kanuk Leslie L, (2004). Consumer Behavior, Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

Tideswell, C & Faulkner, B (1999). 'Multidestination travel patterns of international visitors to Queensland', *Journal of Travel Research*, vol. 37, no. 4, pp. 364-374.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานเพื่อของนิสิตระดับปริญญาตรี

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามโครงการวิจัยเรื่อง
พฤติกรรมการณ์ท่งเที่ยวของนิสิตรดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติที่มีกิจกรรมนันทนาการด้านการท่งเที่ยว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมการณ์ท่งเที่ยว

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

**ขอความกรุณาทำนช่วยตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริง ผู้วิจัยขอขอบคุณไว้
ณ โอกาสนี้**

สุนทรดี นุ่มเนติพันธ์
ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () หน้าข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. คณะที่ศึกษา

() คณะมนุษยศาสตร์

() คณะสังคมศาสตร์

() คณะศึกษาศาสตร์

() คณะวิศวกรรมศาสตร์

() คณะทันตแพทยศาสตร์

() คณะเภสัชศาสตร์

() คณะเทคโนโลยีและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์การเกษตร

สังคม

() คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

() วิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน

() คณะวิทยาศาสตร์

() คณะพลศึกษา

() คณะพยาบาลศาสตร์

() คณะแพทยศาสตร์

() คณะสหเวชศาสตร์

() คณะศิลปกรรมศาสตร์

() วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสาร

() วิทยาลัยโพธิวิชชาลัย

() อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- | | | |
|---|----------------------|--|
| 5 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด |
| 4 | เห็นด้วย | หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านมาก |
| 3 | ไม่แน่ใจ | หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นท่านบ้างไม่ตรงบ้าง |
| 2 | ไม่เห็นด้วย | หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นท่านน้อย |
| 1 | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นท่านน้อยที่สุด |

ข้อที่	รายการ	5	4	3	2	1
1	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวช่วยให้ท่านผ่อนคลายความเครียดได้					
2	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลทุกเพศทุกวัย					
3	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวถือเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์					
4	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว					
5	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีในกลุ่มเพื่อน					
6	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวทำให้มีความสุข					
7	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความสนุกสนาน					
8	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวทำให้ท่านได้ผจญภัย					
9	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวทำให้ท่านได้ประสบการณ์ชีวิตที่ดี					
10	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวช่วยให้ท่านรู้จักเพื่อนที่ทำกิจกรรมประเภทเดียวกัน					
11	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดี					

ข้อที่	รายการ	5	4	3	2	1
12	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ท่านสามารถ กระทำได้ด้วยตนเอง					
13	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของคนที่มี ร่างกายสมบูรณ์เท่านั้น					
14	การทำกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวอย่างซ้ำทำให้ท่าน รู้สึกเบื่อจน <u>ไม่</u> อยากทำกิจกรรมอีก					
15	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวที่ท่านชอบจะช่วยส่งเสริม ให้ท่านติดตามข่าวสารด้านการท่องเที่ยวด้วย					
16	กิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวสามารถทำให้ท่านได้รับ ประสบการณ์และการเรียนรู้นอกห้องเรียนได้ดี					



ตอนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างข้อความที่เป็นจริงมากที่สุด

3.1 การเดินทางและลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

1.วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---|--|
| ☐ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ | ☐ เพื่อศึกษาหาความรู้ |
| ☐ เพื่อพักผ่อนกับครอบครัว | ☐ เพื่อเยี่ยมญาติ |
| ☐ เพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว | ☐ เพื่อได้พบปะเพื่อนใหม่ |
| ☐ เพื่อความสุขทางใจ | ☐ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน |
| ☐ เพื่อผจญภัย | ☐ เพื่อได้รับประสบการณ์ใหม่ๆในชีวิต |
| ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ.....) | |

2.โอกาสในการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยวของท่าน

- | | |
|---|--|
| ☐ วันจันทร์-วันศุกร์ | ☐ วันเสาร์ |
| ☐ วันอาทิตย์ | ☐ วันเสาร์และวันอาทิตย์ |
| ☐ เฉพาะวันหยุดเทศกาล | ☐ ช่วงเวลาปิดเทอม |
| ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ.....) | |

3.บุคคลที่ท่านร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย

- | | |
|---|---|
| ☐ คนเดียว | ☐ เพื่อน |
| ☐ พ่อแม่ | ☐ พี่น้อง/ญาติ |
| ☐ บริษัท/นำเที่ยว | ☐ ไปกับสถานศึกษา |
| ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ.....) | |

4.ส่วนมากท่านเดินทางท่องเที่ยวประเภทใด

- | | |
|---|-------------------------------------|
| ☐ วันเดียว ไป-กลับ | ☐ พักค้างคืน |
| ☐ ทั้งสองประเภท | |

5.ความบ่อยครั้ง/ถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---|--|
| ☐ สัปดาห์ละครั้ง | ☐ เดือนละครั้ง |
| ☐ ปีละครั้ง | ☐ เมื่อมีเวลาว่าง |
| ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ.....) | |

3.2 การจัดการเดินทางท่องเที่ยว

1. ท่านหาข้อมูลเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างไร

- | | |
|---|---|
| ☐ หนังสือนิตยสารท่องเที่ยว | ☐ สื่อออนไลน์ |
| ☐ คำบอกกล่าวของเพื่อน/คนรู้จัก | ☐ บริษัทนำเที่ยว |
| ☐ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในงานนิทรรศการ | |
| ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ.....) | |

2. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---|--|
| ☐ รถยนต์ส่วนตัว | ☐ รถตู้ |
| ☐ รถโดยสารประจำทาง | ☐ รถของบริษัทนำเที่ยว |
| ☐ รถไฟ | ☐ รถเช่า/เหมา |
| ☐ เครื่องบินโดยสาร | ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ.....) |

3. ที่พักที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---|---|
| ☐ บ้านพักอุทยาน/บ้านพักทางราชการ | ☐ บังกะโล |
| ☐ เกสเฮ้าส์ | ☐ โรงแรม |
| ☐ ห้องพักรายวัน | ☐ รีสอร์ท |
| ☐ เต็นท์ | ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |

4. เวลาที่ท่านใช้ในวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---|--|
| ☐ 1 วัน | ☐ 2 วัน |
| ☐ 3 วัน | ☐ 4 วัน ขึ้นไปถึง 1 สัปดาห์ |
| ☐ หนึ่งสัปดาห์ ขึ้นไปถึง 1 เดือน | ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |

5. เวลาที่ท่านใช้ในการเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|--|--|
| ☐ 1 วัน ก่อนเดินทาง | ☐ 2 วัน ก่อนเดินทาง |
| ☐ 3 วัน ก่อนเดินทาง | ☐ 4 วันขึ้นไป ก่อนเดินทาง |
| ☐ เตรียมตัวในวันเดินทาง | ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |

6. ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด

- | | |
|--------------------------------------|----------------------------------|
| () ข่าวการเมือง/นโยบายการท่องเที่ยว | () ข่าวเศรษฐกิจ/การเงินการคลัง |
| () ข่าวสังคม/อาชญากรรม | () ข่าวกีฬา/ศิลปวัฒนธรรม/เทศกาล |
| () ข่าวพยากรณ์อากาศ/ภัยพิบัติ | () อื่นๆ (โปรดระบุ.....) |

3.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

1. ที่มาของเงินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน

- | | |
|--------------------------|----------------------------------|
| () เงินเก็บส่วนตัว | () รายได้จากการทำงานพิเศษ |
| () ขอพ่อแม่ | () เงินงบประมาณของหน่วยงานต่างๆ |
| () อื่นๆ(โปรดระบุ.....) | |

2. โดยมากท่านใช้จ่ายในเรื่องใดมากที่สุดขณะเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| () ค่าอาหาร | () ค่าที่พัก |
| () ค่าพาหนะเดินทาง | () ค่าของที่ระลึก |
| () อื่นๆ(โปรดระบุ.....) | |

3. ความเพียงพอต่อการใช้จ่ายเงินตามการประเมินของท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

- | |
|---|
| () มีเหลือจากใช้จ่ายเงินตามการประเมิน |
| () เพียงพอต่อการใช้จ่ายเงินตามการประเมิน ไม่ได้กู้ยืมเพิ่มเติม |
| () เพียงพอต่อการใช้จ่ายเงินตามการประเมิน แต่ได้กู้ยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย |
| () ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายเงินตามการประเมิน แต่ไม่ได้หากู้ยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย |
| () ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายเงินตามการประเมิน และได้หากู้ยืมเพิ่มเติมเพื่อใช้จ่าย |
| () อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |

4. ค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารขณะเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| () น้อยกว่า 100 บาทต่อมื้อต่อท่าน | () 100 – 250 บาทต่อมื้อต่อท่าน |
| () 251 – 500 บาทต่อมื้อต่อท่าน | () 501 – 1,000 บาทต่อมื้อต่อท่าน |
| () มากกว่า 1,000 บาทต่อมื้อต่อท่าน | () อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |

5. ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักขณะเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---|---|
| ☐ () น้อยกว่า 300 บาทต่อห้องต่อคืน | ☐ () 300 – 600 บาทต่อห้องต่อคืน |
| ☐ () 600 – 900 บาทต่อห้องต่อคืน | ☐ () 901 – 1,200 บาทต่อห้องต่อคืน |
| ☐ () มากกว่า 1,200 บาทต่อห้องต่อคืน | ☐ () อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |

6. ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าพาหนะเฉลี่ยขณะเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---|---|
| ☐ () น้อยกว่า 100 บาทต่อท่าน | ☐ () 100 – 250 บาทต่อท่าน |
| ☐ () 251 – 500 บาทต่อท่าน | ☐ () 501 – 1,000 บาทต่อท่าน |
| ☐ () มากกว่า 1,000 บาทต่อท่าน | ☐ () อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |

7. ค่าใช้จ่ายในเรื่องของที่ระลึกขณะเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---|---|
| ☐ () น้อยกว่า 100 บาทต่อท่าน | ☐ () 100 – 250 บาทต่อท่าน |
| ☐ () 251 – 500 บาทต่อท่าน | ☐ () 501 – 1,000 บาทต่อท่าน |
| ☐ () มากกว่า 1,000 บาทต่อท่าน | ☐ () อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |

8. ค่าใช้จ่ายในภาพรวมโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---|---|
| ☐ () น้อยกว่า 600 บาทต่อท่าน | ☐ () 600 – 1,000 บาทต่อท่าน |
| ☐ () 1,001 – 1,500 บาทต่อท่าน | ☐ () 1,501 – 2,500 บาทต่อท่าน |
| ☐ () มากกว่า 2,500 บาทต่อท่าน | ☐ () อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |

3.4 สถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว

1. ท่านชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวประเภทใด

- | | |
|---|--|
| ☐ () ท่องเที่ยวทางทะเล | ☐ () ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ |
| ☐ () ท่องเที่ยวภูเขา ป่าไม้ น้ำตก | ☐ () ท่องเที่ยวผจญภัย |
| ☐ () ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | ☐ () ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ |
| ☐ () ท่องเที่ยวต่างประเทศ | ☐ () อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |

2. ปัจจัยในการที่ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว

- | | |
|-------------------------------------|------------------------------|
| () ราคา/ค่าใช้จ่าย | () คุณภาพการบริการ |
| () ชื่อเสียง/กระแสของการท่องเที่ยว | () ความสะดวกสบาย |
| () ความเป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | () ความหรูหรา/ความเป็นพิเศษ |
| () ความเป็นส่วนตัว | () ความหลากหลายของกิจกรรม |
| () ความต้องการของกลุ่มท่องเที่ยว | () อื่นๆ (โปรดระบุ |

3. การตัดสินใจไปท่องเที่ยวซ้ำในสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไป

- () จะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่ชอบทุกครั้งที่มีโอกาส
- () จะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมเป็นบางครั้งหากไม่มีตัวเลือกอื่นที่น่าสนใจกว่า
- () จะไม่กลับไปแหล่งท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปแล้ว
- () อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

4. หากสถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมให้ท่านท่องเที่ยวขณะนั้นจะเลือกจัดการอย่างไร

- () จะไปหาสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวอื่นทดแทน
- () จะดำเนินการท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวลำดับถัดไปตามกำหนดการ
- () จะกลับไปพักผ่อน/จัดกิจกรรม ณ ที่พักแรม
- () จะไปช้อปปิ้ง/ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก
- () จะยกเลิกการท่องเที่ยวในกำหนดการทั้งหมดและเดินทางกลับ
- () อื่นๆ (โปรดระบุ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ท่านมีความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้อย่างไร)

1. ด้านทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

2. ด้านพฤติกรรมการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

3. ความเสี่ยง/อันตรายที่มีผลต่อการจัดการนั้นหนทางการดำเนินทางท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

4. อื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกวลี พึ่งโพธิ์ทอง อาจารย์ประจำภาควิชาสันตนาการ คณะพลศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ดร.อรินทน์ งามนิยม อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. ดร.กวรรณิกา พิมลศรี หัวหน้าสาขาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการและ
สารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
4. ดร.ยุทธการ ไวยอาภา อาจารย์ประจำคณะพัฒนาการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
5. ดร.ผดุงเกียรติ ม่วงนนทศรี นักวิชาการป่าไม้ชำนาญการพิเศษ หัวหน้ากลุ่มพัฒนา
ระบบบริหาร กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช

ภาคผนวก ค

ประวัติย่อผู้วิจัย



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวสุนรตี นิ่มเนติพันธ์
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 28 กันยายน 2520
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์ระดับ 7 ภาควิชาสันตนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2541	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (ศป.บ.) สาขา นาฏศิลป์สากล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2546	ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขา พลศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ.2553	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด) สาขาการจัดการนันทนาการและ การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

สุนรตี นิ่มเนติพันธ์. การพัฒนากระบวนการเรียนการสอนวิชา วนก345 นาฏศิลป์ไทย
สำหรับนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. วารสารคณะพลศึกษา ปีที่ 15 เล่ม 1
เดือนมกราคม-มิถุนายน 2555 หน้า 39-50

บทความวิชาการ

1. สุนรตี นิ่มเนติพันธ์. แอโรบิคแดนซ์. วารสารศิลปกรรมศาสตร์.ปีที่ 7 ฉบับที่ 2
(ก.ค.-ธ.ค.2542) หน้า 34-42
2. สุนรตี นิ่มเนติพันธ์. นันทนาการด้านการท่องเที่ยว. วารสารคณะพลศึกษา ปีที่ 14
ฉบับพิเศษ เดือนธันวาคม 2554 หน้า 80-86
3. สุนรตี นิ่มเนติพันธ์. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแจ๊สแดนซ์. วารสารคณะพลศึกษา ปีที่ 14
ฉบับพิเศษ เดือนธันวาคม 2554 หน้า 94-103

งานวิจัย / ทุนวิจัยที่ได้รับ

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒงบประมาณ
รายได้คณะพลศึกษาปี พ.ศ.2555
2. การพัฒนากระบวนการเรียนการสอนวิชา วนก 345 นาฏศิลป์ไทย สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ งบประมาณรายได้คณะพลศึกษาปี พ.ศ.2552

