



ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงาน
กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทย

ประทานพร สังข์นุกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2548

ISBN 974-9746-70-8

**FACTORS AFFECTING TOURISM
CASE STUDY OF THAI TOURISTS**

Pratanporn Sungnukun

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics

Department of Economics

Graduate School Dhurakij Pundit University

2005

ISBN 974-9746-70-8

เลขทะเบียน.....	0183913
วันลงทะเบียน.....	23 ก.พ. 2549
เลขเรียกหนังสือ.....	338.4791
	มกราคม
	[2548]



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทย

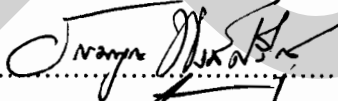
เสนอโดย น.ส.ประทานพร สังข์นุกูล

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ กลุ่มวิชา เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

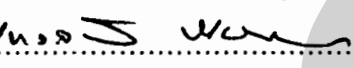
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.สมพงษ์ อรพินท์

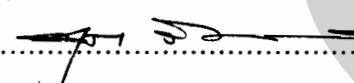
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว



.....ประธานกรรมการ
(ผศ.ดร.ธรรมาบุญ พงษ์ศรีกร)


.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รศ.ดร.สมพงษ์ อรพินท์)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.เยาวลักษณ์ ราชแพทยาคม)


.....กรรมการ
(ผศ.อนุชา จินตกานนท์)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.ถวัลย์รัฐ วรเทพพิทักษ์)

วันที่ 6 เดือน ๖ พ.ศ. 2548

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือของ รองศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ อรพินท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ ในการทำวิทยานิพนธ์มาเป็นอย่างดี ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมบุญ พงษ์ศรีกูร ประธานการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อนุชา จินตกานนท์ และ อาจารย์ ดร.เยาวลักษณ์ ราชแพทยาคม ที่ได้กรุณาตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และให้คำแนะนำเพิ่มเติมจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

พร้อมกันนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่ได้ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในการศึกษาและเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ นอกจากนี้ผู้เขียนใคร่ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้เขียน ตลอดจน เพื่อนๆ น้องๆ และพี่ๆ นักศึกษาปริญญาโทคณะเศรษฐศาสตร์ทุกท่านที่คอยให้กำลังใจมาตลอด ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ข้าพเจ้าขอบใจให้แก่ทุกคนที่เกี่ยวข้อง

ประธานพร สังข์นุกูล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
3 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
4 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	9
5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	12
2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	21
1 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21
2 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
1 สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	26
1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ.....	28
1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์.....	29
1.3 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน.....	30
1.4 แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนันทนาการ.....	31
2 ลักษณะทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว.....	32

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3. การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....	42
3.1 การวิเคราะห์สมการปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนวันพัก.....	61
3.2 การวิเคราะห์สมการปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายใน การท่องเที่ยว.....	63
5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	66
1 สรุปผลการวิจัย.....	66
2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	70
3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	74
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก.....	78
ภาคผนวก ก. แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา.....	79
ภาคผนวก ข. องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO).....	86
ภาคผนวก ค. ตัวเลขสถิติของนักท่องเที่ยว.....	89
ภาคผนวก ง. ผลการคำนวณด้วย Program SPSS.....	93
ประวัติผู้เขียน.....	111

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. คำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบรี โภค.....	13
2. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวกับเพศ.....	32
3. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวกับอายุ.....	33
4. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวกับอาชีพ.....	34
5. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวกับระดับการศึกษา.....	36
6. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวกับรายได้.....	38
7. แสดงแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	39
8. แสดงความสำคัญของสื่อที่นักท่องเที่ยวได้รับ.....	40
9. แสดงปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	41
10. คำจำกัดความของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในแบบจำลองพฤติกรรมกรท่องเที่ยว.....	42
11. ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับเพศ.....	44
12. ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับอายุ.....	45
13. ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับอาชีพ.....	46
14. ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับระดับการศึกษา.....	47
15. ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับรายได้.....	49
16. ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่าย.....	50
17. ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับระยะทาง.....	51
18. ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับระยะเวลา.....	52
19. ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับเพศ.....	53
20. ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับอายุ.....	54
21. ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับอาชีพ.....	55
22. ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับระดับการศึกษา.....	57
23. ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับรายได้.....	58
24. ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับระยะทาง.....	59
25. ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับระยะเวลา.....	60

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทย
 ชื่อนักศึกษา : ประทานพร สังข์บุญถ
 อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. สมพงษ์ อรพินท์
 สาขาวิชา : เศรษฐศาสตร์ (ธุรกิจ)
 ปีการศึกษา : 2548

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยจะทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อต้องการทราบคำตอบว่านักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยพื้นฐาน เช่น เพศ อายุ รายได้ ฯลฯ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร ในการศึกษาจะใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในช่วงเดือนธันวาคม 2547 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2548 จำนวน 400 ราย โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ Regression ในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดแหล่งท่องเที่ยวไว้ 4 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ

ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ กลุ่มเยาวชน และกลุ่มครอบครัว กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพผู้บริหาร / นักวิชาการ / ข้าราชการ กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน คือ กลุ่มเยาวชน กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มครอบครัว กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ คือ กลุ่มวัยรุ่น และ กลุ่มวัยทำงาน และจากการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวด้วย โดยปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนวันพัก ได้แก่ รายได้ และระยะทาง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ได้แก่ รายได้ อายุ ระยะเวลาในการเดินทาง สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และความสะดวกด้านเวลา

ผลการศึกษาที่ได้นี้จะ เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการนำไปใช้วางแผนนโยบายเพื่อกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท เพื่อจะได้ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

Thesis Title Factors Affecting Tourism : Case Study Of Thai Tourists
Name Pratanporn Sungnukun
Thesis Advisor Assoc.Prof.Sompong Orapin
Department Economics
Academic Year 2005

ABSTRACT

This thesis is to study factors affecting demand of tourists with different factors such as gender , age , income , etc. The study was conducted by collecting primary data from a survey of 400 samples during December 2004 to February 2005. The statistical analysis employed in this study is Linear Regression method. Tourist attractions are categorized into 4 groups, which are Natural Sites , Historical Sites , Local Cultural Sites and Nightlife/Entertainment.

The study has been shown by target groups of each tourist attraction as followed : target groups of natural sites are youths and families. Target groups of historical sites are professionals , executives and government. Target groups of local cultural sites are youths , housewives and families. Target groups of Nightlife/Entertainment are youths and workers. The study has been known by both factors affecting to number of day stayed and tourists expenditures. Factors affecting to number of day stayed are income and distances. But, factors affecting to tourist expenditures are income , age and travelling time period. The problem and drawbacks of tourism are tourism expenditures , safety of tourism place and time convenience.

The results outlined above could be helpful for both public and private sector in tourism planning policies in order to promote the appropriate target of tourist attraction.

บทที่ 1

บทนำ

1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยนอกจากจะสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้นๆ ของรายได้รวมของประเทศแล้ว¹ การท่องเที่ยวยังเป็นภาคเศรษฐกิจที่สามารถโอบอุ้มและเกื้อหนุนประเทศไทยไว้ได้ในยามเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งจะเห็นได้ชัดในช่วงที่ประเทศประสบปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิต การนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ตลอดจนก่อให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดธุรกิจอื่นๆ ต่อเนื่องอีกหลายสาขา ที่เป็นเช่นนี้เพราะ การท่องเที่ยวกำลังกลายเป็นโอกาสให้กับคนในชนบทและคนในภาคเกษตรมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในชุมชนได้เริ่มแพร่กระจายไปทั่วประเทศ ซึ่งไม่เพียงเป็นผลดีในด้านการจ้างงานและรายได้เท่านั้น แต่การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการเรียนรู้ขึ้นในชุมชน ทั้งการเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องราวในชุมชน ภูมิปัญญาบรรพบุรุษ ไปจนถึงทักษะการจัดการท่องเที่ยว และยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย ดังนั้นรัฐบาลไทยจึงได้เน้นความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก จึงได้ประกาศว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นนโยบายหลักที่สำคัญประการหนึ่ง จึงได้พยายามจัดวางมาตรการและกระบวนการที่ถูกต้องในการพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อขยายอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

¹ จริยา เปรมศิลป์. “เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง การท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และแนวโน้ม” การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization :WTO)² ได้คาดการณ์ว่า แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวของโลกจะยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการเปิดเสรีทางการท่องเที่ยวระหว่างกันมากขึ้นตามกรอบความร่วมมือต่างๆ ประกอบกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการบริการด้านการบิน รวมถึงทัศนคติที่เชื่อว่า การท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีส่วนกระตุ้นให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น สำหรับประเทศไทยนั้น WTO ได้คาดการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวไว้ว่า ในปี 2549 จะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศประมาณ 93 ล้านครั้ง และสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศกว่าหนึ่งล้านล้านบาท ซึ่งพบว่า ประเทศไทยจะมีอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างปี พ.ศ. 2543 – 2553 ถึงร้อยละ 7.8 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวทั่วโลก เท่ากับร้อยละ 4.2³

ตามแนวทางการพัฒนา ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2544) ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนโดย

1. พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกลุ่มพื้นที่ พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับศักยภาพเชิงวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงขีดความสามารถของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกวิธี การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา สวัสดิภาพ และสวนสนุก

² รุยาละเอียค องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ในภาคผนวก ข.

³ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. “บทคัดย่อโครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9(พ.ศ. 2545-2549)” [Online] แหล่งที่มา : <http://www.tat.or.th>.

2. ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมให้ได้มาตรฐานและเพียงพอ โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มและกวดขันมาตรฐานด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการเข้าออกประเทศ การเดินทางในประเทศ การให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย รวมทั้งพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปริมาณสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละประเภท

3. ส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบำรุงรักษา และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยรณรงค์สร้างจิตสำนึกและเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ชุมชนและท้องถิ่น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งสนับสนุนให้มีการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและบริการในท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว

4. ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีระยะพักนาน และนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มการประชุม การจดนิทรรศการนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อเพิ่มสัดส่วนของรายได้แก่นักท่องเที่ยวและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยให้มีระบบบริหารจัดการเฉพาะขึ้นมารับผิดชอบ รวมทั้งให้มีศูนย์ประชุม และศูนย์แสดงสินค้านานาชาติในเมืองหลักที่มีศักยภาพขึ้นมารองรับ

5. ประชาสัมพันธ์และสร้างจิตสำนึกการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ เพื่อส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น และเร่งรัดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ได้รับการพัฒนาให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ เพื่อการสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่น

ในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อาทิ การท่องเที่ยวทัศนศึกษา การท่องเที่ยวเชิงประชุมสัมมนาและฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวป่าเขาและถ้ำ การท่องเที่ยวแม่น้ำลำคลอง การท่องเที่ยวชายทะเล/เกาะแก่ง การท่องเที่ยวแหล่งโบราณสถานและโบราณคดี การท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชน การท่องเที่ยวเพื่อการแสวงบุญ การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ การท่องเที่ยวบันเทิงรื่นรมย์ เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวแต่ละแบบ มักกำหนดขึ้นตามกิจกรรมและสถานที่ไปเยือน ซึ่งมักมีการคาบเกี่ยวหรือสับสนกัน

โดยทั่วไปของตลาดการท่องเที่ยว มักพิจารณาเห็นความแตกต่างของรูปแบบการท่องเที่ยวตามลักษณะของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวบางกลุ่มบางประเภท อาจมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่รูปแบบการท่องเที่ยวบางรูปแบบ อาจมีนักท่องเที่ยวเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อจำกัดของนักท่องเที่ยว และทัศนคติความชอบของแต่ละกลุ่มคน

จุดเด่นของประเทศไทยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวที่สำคัญและถือเป็นตัวหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เพราะประทับใจในความสวยงามของธรรมชาติที่มีให้เลือกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นหาดทราย หองทะเล น้ำตก ภูเขา ถ้ำ เกาะแก่งและแนวปะการัง สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนแล้วแต่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวตื่นตัวมากขึ้น ก็ยิ่งเพิ่มแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

นอกจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้ว ก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่เป็นที่นิยม ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จะเป็นตัวบอกเล่าเรื่องราวประวัติความเป็นมาของสิ่งต่างๆ มากมายทั้งในอดีตและปัจจุบัน นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งรวมทั้งมรดกทางวัฒนธรรมของขอมโบราณ ที่เป็นการผสมผสานทางวัฒนธรรมจากอินเดียและจีน จึงทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแหล่งด้วยกัน และนอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายแล้ว แหล่งท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในขณะนี้คือ รูปแบบการท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมชุมชน เนื่องจากแต่ละภาคของประเทศไทย จะประกอบไปด้วยผู้คนหลากหลายเชื้อสาย มีขนบธรรมเนียม

ประเพณี ความเชื่อ ภาษา การแต่งกาย อาหารการกิน ตลอดจนที่อยู่อาศัย มีความแตกต่างกันออกไป ทำให้ในปัจจุบันจึงมีนักท่องเที่ยวที่นิยมมาท่องเที่ยวตามเส้นทางวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น และอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมคือ การท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ (Home-stay) ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้ชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกับคนในท้องถิ่น โดยการเข้าไปพักในบ้านชาวบ้านจริงๆ อย่างเช่นที่ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา หรือหมู่บ้านไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้นักท่องเที่ยวจะได้รับความสนุกสนานจากการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับชาวบ้าน ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนที่ต่างไปจากในเมืองหลวง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวบางคน อาจเลือกท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในรูปแบบอื่นๆ เช่น การเยี่ยมชมตลาดน้ำจังหวัดราชบุรี และสมุทรสงคราม ที่มีชาวบ้านพายเรือมาค้าขาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมอันมีคุณค่านี้ ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางวัฒนธรรม เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยว นอกเหนือจากการท่องเที่ยวบนเส้นทางธรรมชาติ วัฒนธรรมหรือรอยทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่มีความนิยมเพิ่มมากขึ้นคือ แหล่งท่องเที่ยวทางนันทนาการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ หมายถึง สถานที่หรือกิจกรรมที่สร้างความบันเทิงและความเพลิดเพลินให้แก่นักท่องเที่ยวทุกประเภท อาทิ สวนสาธารณะ สวนสนุก แหล่งบันเทิงยามค่ำคืน โรงละคร โรงภาพยนตร์ ศูนย์แสดงสินค้า เป็นต้น ในบางครั้งธุรกิจนันทนาการได้รวมเอา พิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ สวนสัตว์ เข้าไว้ด้วยกันเนื่องจากเป็นสถานประกอบการที่สามารถให้ทั้งความบันเทิง เพลิดเพลิน และให้ความรู้ในขณะเดียวกัน จึงนับได้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ซึ่งจะเป็นตัวเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน

ด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายข้างต้น นโยบายด้านแหล่งท่องเที่ยวจึงถือเป็นนโยบายหลักที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ นอกจากการปรับปรุงและฟื้นฟูสภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีอยู่เสมอแล้ว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ให้เป็นจุดหมายปลายทางที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย⁴ ก็เป็นนโยบายสำคัญที่ดำเนินควบคู่ไปพร้อมๆ กัน

⁴การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. “รายงานกิจกรรมการดำเนินงานตามแผนตลาดการท่องเที่ยว” 2543

ซึ่งไม่เพียงเป็นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างแรงดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ของประเทศเพิ่มขึ้นอีกด้วย

โดยรัฐบาลของเกือบทุกประเทศพยายามที่จะสนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ไม่สนับสนุนให้ประชาชนของประเทศเดินทางท่องเที่ยวออกประเทศ โดยใช้สื่อโฆษณาต่างๆ เป็นเครื่องมือเพื่อชักชวนประชาชน หรือบางครั้งก็ใช้วิธีการต่างๆ เช่น การควบคุมเงินตราในการเดินทางไปต่างประเทศ หรือในภาวะเศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงก็จะทำให้ค่าเงินตราตกต่ำลง มีผลให้อำนาจการซื้อเงินตราต่างประเทศลดลง หรือซื้อเงินตราต่างประเทศแพงขึ้น ประชาชนก็อาจหยุดความคิดที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศด้วย เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ต้องการส่งเสริมนักท่องเที่ยวภายในประเทศให้มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับประชาชนได้รู้จัก รวมถึงการที่ภาครัฐจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในปีการท่องเที่ยวไทย เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเลือกที่จะท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

ปัจจุบันประเทศไทยประสบความสำเร็จในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยสังเกตได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็น สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมชุมชน และการท่องเที่ยวในรูปแบบนันทนาการ ซึ่งเกิดจากความสำเร็จในการที่ภาครัฐส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในปีการท่องเที่ยวไทย พร้อมทั้งพัฒนาและปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ รวมถึงความพยายามที่จะส่งเสริมให้มีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยจะเห็นได้จากจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวที่ทางภาครัฐ เอกชน และชุมชนช่วยกันส่งเสริมให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ทำให้ประชาชนในประเทศมีตัวเลือกมากขึ้น

แต่สิ่งหนึ่งที่เราจะต้องยอมรับ คือ นักท่องเที่ยวแต่ละคน ย่อมมีความต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน บางกลุ่มเลือกที่จะท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก ในขณะที่บางกลุ่มเลือกที่จะท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด โบราณสถานต่างๆ หรือบางกลุ่มเลือกที่จะท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น ดังนั้น เพื่อให้การเผยแพร่ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นที่จะต้องทราบก่อนว่า นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มนิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด ซึ่งหากได้ทำการศึกษาแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาด ที่ระบุไว้ในแผนการท่องเที่ยวปี 2544 แล้วจะพบว่า ประเด็นที่สำคัญของนโยบายสำหรับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวก็คือ การกำหนดภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่ ต้องการเสนอขายให้ชัดเจน และเผยแพร่ภาพลักษณ์ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางและเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างกระแสความต้องการในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ให้ได้ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง ดังนั้น เพื่อให้นโยบายเผยแพร่ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นที่จะต้องทราบก่อนว่า นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด⁵ และจากที่กล่าวมาตอนต้นแล้วว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน งานวิจัยฉบับนี้จึงได้ทำการศึกษาดังปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว เพื่อต้องการทราบคำตอบว่า นักท่องเที่ยวมีปัจจัยพื้นฐาน เช่น เพศ อาชีพ รายได้ ความสนใจที่แตกต่างกัน จะรวมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด และเมื่อทราบแล้วก็จะทำให้สามารถคาดการณ์กลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทได้ โดยผลการศึกษาที่ได้นี้จะประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการนำไปใช้ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ต่อไป

⁵ บุญณิกา โสคา. "ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท
2. เพื่อศึกษาถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว

3. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ที่ต้องการเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวแบบเป็นทัวร์ เป็นหมู่คณะตามที่บริษัทบริการทัวร์ต่างจัดขึ้น นักท่องเที่ยวอาจหมายถึง กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน หรือประชาชนทั่วไปที่เดินทางไปท่องเที่ยวตามความต้องการของตนเองและครอบครัว

2. เนื่องด้วยข้อจำกัดด้านเวลา และงบประมาณของผู้จัดทำวิทยานิพนธ์ ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลช่วงเดือนธันวาคม 2547 – เดือนกุมภาพันธ์ 2548 โดยทำการสำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และประชาชนทั่วไปในเขตภาคใต้ และภาคกลางเท่านั้น

3. การศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ตามหลักเกณฑ์การแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้ เนื่องจากเห็นว่า การแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น สามารถแยกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ซึ่งประกอบด้วย

- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
- แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน
- แหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ

4. คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้มาเยือน หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักของตนเองไปยังสถานที่แห่งอื่น โดยมีวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำหรือการศึกษา

2. นักทัศนาจร หมายถึง ผู้เดินทางมาเยือนที่ไม่ค้างคืน เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในถิ่นหรือสถานที่นั้น น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

3. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เดินทางมาเยือนและพักอยู่ในถิ่นหรือสถานที่นั้น ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

4. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน เป็นคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 30 วัน

5. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือ

5.1 เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

5.2 เดินทางด้วยความสมัครใจ

5.3 เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

6. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งที่เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยว มีทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นการดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง แต่ไม่เป็นการดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้น สภาพทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว ตามประเภท ลักษณะ รูปแบบ และขนาดของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ กิจกรรมและการบริการในพื้นที่ ยังเป็นสิ่งดึงดูดใจเสริมได้ด้วย

7. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สภาพทางกายภาพของธรรมชาติที่มีความสวยงามหรือความน่าสนใจต่อการเดินทางไปเที่ยวชม ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก แม่น้ำ ลำธาร ชายทะเล เกาะแก่ง และแนวปะการัง บางแห่งได้รับการจัดให้เป็นสวนรุกขชาติ สวนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น ภูมิทัศน์และสภาพภูมิศาสตร์อื่น ๆ นอกจากนี้ยังรวมถึงบริเวณซึ่งมนุษย์เราได้เข้าไปปรับปรุงตกแต่งเพิ่มเติมในบางส่วนให้ความงามของธรรมชาติเด่นชัดยิ่งขึ้นได้แก่ อ่างเก็บน้ำ เขื่อน และสถานที่ตากอากาศต่าง ๆ

8. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่มนุษย์เราได้สร้างสรรค์ขึ้น ตามวัตถุประสงค์และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกของอดีต และได้สร้างเสริมขึ้นในสมัยปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ วัดวาอาราม แหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ แหล่งซากฟอสซิล(หอย ใคโนเสาร์) อุทยานประวัติศาสตร์ พระราชวัง อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

9. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลงานทางประเพณี ความเชื่อ การดำรงชีวิต มีความน่าสนใจ น่าแปลกใจ และความงดงามที่น่าภาคภูมิใจ ได้แก่ วิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น เช่น การสร้างบ้านเรือน ชุดแต่งกาย วัฒนธรรมการกิน ของใช้ ภาษาพูดในท้องถิ่น การละเล่นพื้นบ้าน และประเพณีต่างๆ หมู่บ้านหรือชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ อาทิ หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท ไร่/สวน หมู่บ้านชาวเล เป็นต้น

10. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวันทนาการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์ บันเทิงเร้าใจ โดยนักท่องเที่ยวสามารถได้รับการตอบสนองทางด้านการบริการในรูปแบบที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวข้างต้น เช่น สวนสนุก ศูนย์แสดงสินค้า โรงแรมหรู สถานบันเทิงยามราตรี ร้านอาหาร สถานบริการต่างๆ เป็นต้น

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาที่ได้นั้นจะทำให้ทราบถึง

1. สามารถทราบปัจจัยต่างๆ ที่นำมาศึกษา ว่ามีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทิศทางใด

2. สามารถคาดการณ์ได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ นั้น เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มใด โดยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้อง ในการนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1 แนวคิดและทฤษฎี

การท่องเที่ยวถือเป็นการบริโภคสินค้าและบริการอย่างหนึ่ง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการ การศึกษาถึงพฤติกรรมในการท่องเที่ยว จึงเป็นการศึกษาพฤติกรรม การเลือกสินค้าและบริการของผู้บริโภค หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นเอง ในการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดข้อสมมติและขอบเขตในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ด้วย

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค(นักท่องเที่ยว)⁶ คือการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการในการบริโภคสินค้าและบริการนั้นๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด

นักท่องเที่ยวถือเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ศึกษาจำเป็นต้องค้นหาและวิจัยพฤติกรรมกรบริโภคของนักท่องเที่ยว ว่ามีพฤติกรรมกรซื้อ ก่อนและหลังการให้บริการอย่างไร เพื่อช่วยตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

⁶ อัครวิณ แสงพิบูล. “ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเขาวารนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ทุนวิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2545

คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคประกอบด้วย 6 Ws และ 1 H

- 6 Ws คือ Who, What, Why, When, Where
- 1 H คือ How

คำตอบ 7 คำตอบที่ต้องการทราบเพื่อรู้จักพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 7 Os

- 7 Os คือ Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations

ตารางที่ 1 คำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงเป็นตารางได้ดังนี้⁷

คำถาม	คำตอบ
1. ตลาดเป้าหมายคือใคร (Who is in the target market?)	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) - ประชากรศาสตร์ - ภูมิศาสตร์ - จิตวิทยา - พฤติกรรมผู้บริโภค
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ได้แก่ สินค้าและบริการ คุณสมบัติ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Components)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยเฉพาะบุคคล

⁷ ฉลองศรี ทิมสมพงษ์. "การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว" มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,

ตารางที่ 1(ต่อ)

คำถาม	คำตอบ
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	- บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	- โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงฤดูกาลของปี ฤดูกาลท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	- แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย (Outlets) เช่น สำนักงานตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	- ขั้นตอน (Operations) ในการตัดสินใจซื้อ <ul style="list-style-type: none"> - การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ - การค้นหาข้อมูล - การประเมินผลพฤติกรรม - การตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกหลังการซื้อ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ตามแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความพอใจในการบริโภคสินค้าและบริการโดยมีข้อสมมติฐานว่า ผู้บริโภคจะเลือกสินค้าและบริการที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด ในกรณีที่ผู้บริโภคจะสามารถตอบได้ว่า เขามีความพอใจสูงสุดจากการบริโภคสินค้าและบริการได้นั้น ต้องมีเงื่อนไขดังนี้ ผู้บริโภคต้องสามารถเปรียบเทียบได้ว่าชอบสินค้าชนิดหนึ่งมากกว่าสินค้าอีกชนิดหนึ่ง เช่น นักท่องเที่ยวชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

นอกจากข้อสมมติข้างต้นแล้วความพอใจที่ผู้บริโภครับจากการบริโภคสินค้าและบริการแต่ละชนิดต้องเป็นเอกเทศต่อกัน (Independent) ซึ่งหมายความว่า ความพอใจที่ผู้บริโภครับจากการบริโภคสินค้าและบริการ ต้องขึ้นอยู่กับกรบริโภคสินค้าและบริการชนิดนั้นเพียงชนิดเดียว ไม่ขึ้นอยู่กับกรบริโภคสินค้าและบริการชนิดอื่น เพื่อเป็นการกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่ และเป็นการกำหนดให้สินค้าทั้งหมดที่อยู่ในงบประมาณของผู้บริโภคเป็นสินค้าที่ไม่มีความสัมพันธ์กันเลยนั่นเอง

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทำให้พฤติกรรมการเดินทางตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน โดยสามารถแบ่งปัจจัยต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

รายได้ รายได้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ เพราะเป็นตัวกำหนดความต้องการของตลาดและอำนาจในการซื้อสินค้าและบริการ จึงเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจสำคัญที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถในการเดินทางของบุคคล กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้ไกลและบ่อยครั้งกว่าบุคคลที่มีรายได้น้อยกว่า รวมทั้งมีความสามารถที่จะเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวได้หลากหลายตามความต้องการของตนเองและครอบครัวอีกด้วย ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อต่ำ ย่อมมีข้อจำกัดในการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว รวมทั้งความสามารถในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวก็จะลดลง โดยทั่วไปในทางการตลาด สามารถแบ่งกลุ่มรายได้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มรายได้สูงหรือกลุ่มระดับบน กลุ่มรายได้ปานกลางหรือกลุ่มระดับกลาง และกลุ่มรายได้น้อยหรือกลุ่มระดับล่าง ซึ่งช่วงรายได้ที่จะกำหนดระดับฐานนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจและระดับค่าครองชีพของแต่ละประเทศ

เพศ เพศถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวเพศชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยสามารถเดินทางได้ทั้งตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่ม มักจะกระจายตัวไปได้แทบทุกแหล่งท่องเที่ยว และสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายได้มากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงซึ่งมีความคล่องตัวน้อยกว่า มักเดินทางกับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว โดยพิถีพิถันและรอบคอบในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

เป็นพิเศษ มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวก ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมากหรือมีอัตราการเติบโตสูง ก็ย่อมได้รับภาพลักษณ์ในทางอ้อมว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย

อายุ อายุก็ถือว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อรสนิยม และแบบแผนพฤติกรรมการบริโภค ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากมักจะเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย มีความปลอดภัยสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวอายุน้อย มักมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ท้าทาย ผจญภัย และสนุกสนาน เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ไม่เคยได้รับ อายุจึงน่าจะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเช่นกัน

ความสนใจส่วนตัว ความสนใจในเรื่องราวบางอย่างของคนเรานั้น ส่งผลให้มีความอยากรู้อยากเห็น และต้องการที่จะศึกษาใคร่รู้ในสิ่งที่สนใจเป็นพิเศษ ให้มีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ความสนใจเหล่านั้นจะมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและความนิยมที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ นักท่องเที่ยวจะมีความพอใจถ้าเขาได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีเรื่องราวหรือมีสิ่งที่ตรงกับความสนใจของตน เช่น นักท่องเที่ยวที่สนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ หรือสถาปัตยกรรมโบราณ ก็มักนิยมไปยังสถานที่ที่มีร่องรอยความเป็นมาในอดีต เช่น วัด ชากเมืองโบราณ เป็นต้น

ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้เราได้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวแต่ละคนด้วย

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมื่อได้ศึกษาแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคควบคู่ไปกับการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่องการท่องเที่ยวในอดีต ทำให้สามารถได้แนวทางในการกำหนดปัจจัยที่นำมาใช้ในการศึกษา โดยการแบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

งานศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ผู้วิจัยได้คัดเลือกงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสามารถแบ่งแยกออกเป็น 2 เรื่อง โดยเรื่องที่หนึ่งจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ส่วนเรื่องที่สองจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป

ฉัฐกานต์ โรจนุมะ^๑ (2542) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว โดยพบว่ารายได้ของครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยสะท้อนออกมาในรูปของพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุค่อนข้างมาก รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่าผู้ประกอบอาชีพอื่นๆ และยังพบอีกว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

^๑ฉัฐกานต์ โรจนุมะ. "ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542

เนาวรัตน์ พลาชัย และคณะ⁹ (2538) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในปี พ.ศ. 2537 ด้วยวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ การพักผ่อน การเยี่ยมญาติและการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมไป (เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย) คือ ศูนย์การค้า ตลาด วัด ภูเขา น้ำตก ทะเล และเกาะ เมื่อพิจารณาภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชายไปท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ไปสัมมนาเจรจาทางธุรกิจมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง จากการวิจัยยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่จะชอบไปแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุมาก จะชอบท่องเที่ยวในเมืองและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และจากการศึกษายังพบอีกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ประจำ ฐานะดี มีการศึกษาสูงกว่าคนโดยเฉลี่ยต่างๆ ไป มักจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ทันสมัย ส่วนใหญ่ไปเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และใช้ข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย

บุญณนิศา โสคา¹⁰ (2544) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษารูปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิสำเนา ความสนใจสื่อวิทยุโทรทัศน์ และผู้ร่วมทาง สำหรับจำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย พบว่าไม่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยว และจากการศึกษาทำให้ทราบถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ดังนี้ กลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูง ซึ่งส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพ ผู้จัดการ-ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ทหาร ส่วนกลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน เป็นนักท่องเที่ยว

⁹ เนาวรัตน์ พลาชัย และคณะ. "พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย" คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2538

¹⁰ บุญณนิศา โสคา. "ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

เที่ยวในกลุ่มตลาดล่างที่มีรายได้และค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง – ต่ำ อยู่ใน
กลุ่มอาชีพพนักงาน ลูกจ้าง และกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรม
ชาติ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคยุโรปและโอเชียเนีย อีกกลุ่มคือกลุ่มนัก
ท่องเที่ยวอายุน้อยหรือกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งชื่นชอบกิจกรรมกีฬาผจญภัยต่างๆ ในแหล่ง
ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

อัศวิน แสงพิบูล¹¹ (2545) ศึกษาเรื่องความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว
เที่ยวเชิงนิเวศ ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากกลุ่มตัวอย่าง 404 คน
พบว่า เยาวชนมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง คือ เยาวชนส่วน
ใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความหมาย วัตถุประสงค์ และลักษณะทั่วไปของการท่อง
เที่ยวเชิงนิเวศมากกว่าในเรื่องการจัดการ หรือรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้าน
ต่างๆ สำหรับทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีทัศน
คติในระดับดีมากต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในบางเรื่อง เช่น เรื่องการศึกษาเรียนรู้จากธรรม
ชาติ เยาวชนกับการมีส่วนร่วมช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการอนุรักษ์รักษาสีเขียว
ในแหล่งท่องเที่ยว และจากการสำรวจด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชน พบว่า
เยาวชนส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่ง
ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทน้ำตกหรือแหล่งน้ำธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือ ชาย
ทะเล หมู่เกาะต่างๆ และภูเขา ยอดคอย ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์อันดับแรกคือ
ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และ
ต้องการชื่นชมความงามของแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ส่วนช่วงเวลาที่เยาวชนนิยมเดินทาง
มากที่สุดคือ วันหยุดปิดเทอมภาคปลาย (มีนาคม-เมษายน) รองลงมาคือ วันหยุดต่อเนื่อง
(เสาร์ อาทิตย์ และวันนักขัตฤกษ์) และวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ตามลำดับ ส่วน

¹¹ อัศวิน แสงพิบูล. “ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของเยาวชนในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ทุนวิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2545

ในระดับดีมากต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในบางเรื่อง เช่น เรื่องการศึกษาเรียนรู้จากธรรมชาติ เขาวชนกับการมีส่วนร่วมช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมใน แหล่งท่องเที่ยว และจากการสำรวจค่านิยมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเขาวชน พบว่า เขาวชนส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทน้ำตกหรือแหล่งน้ำธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือ ชายทะเล หมู่เกาะต่างๆ และภูเขา ยอดคอย ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์อันดับแรกคือ ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และ ต้องการชื่นชมความงามของแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ส่วนช่วงเวลาที่เขาวชนนิยมเดินทางมากที่สุดคือ วันหยุดปิดเทอมภาคปลาย (มีนาคม-เมษายน) รองลงมาคือ วันหยุดต่อเนื่อง (เสาร์ อาทิตย์ และวันนักขัตฤกษ์) และวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ตามลำดับ ส่วนบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางกับเขาวชนมากที่สุดคือ พ่อ-แม่ รองลงมาคือ ตัวเขาวชนเอง และเพื่อนตามลำดับ ในทำนองเดียวกัน บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับเขาวชนบ่อยที่สุดคือ พ่อแม่และครอบครัว รองลงมาคือ เพื่อนและญาติพี่น้อง ตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถแสดงขั้นตอนการศึกษาออกเป็นสองส่วนดังนี้

1. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงใช้ข้อมูลปฐมภูมิในการศึกษา ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยโดยใช้แบบสอบถาม โดยข้อมูลที่ได้มาประกอบด้วยคำถาม 3 ตอน ที่ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 10 ข้อ เช่น ลักษณะและรูปแบบการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว เป็นต้น

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวซึ่ง ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

2. ข้อมูลทฤษฎี

ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตัวเลขสถิติต่างๆ และเอกสารงานวิจัยที่จำเป็นในการศึกษา โดยรวบรวมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และผลงานทางวิชาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย สำหรับหลักเกณฑ์ในการเลือกนักท่องเที่ยวที่จะนำมาเป็นประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้

- ระยะเวลาทำน้กเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว (วัน)
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)

1.2 ขนาดตัวอย่าง

เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทของนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยโดย

กำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา = 400 ราย

1.3 สถานที่ในการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ได้แก่

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| - จังหวัดกระบี่ | - จังหวัดพระนครศรีอยุธยา |
| - จังหวัดภูเก็ต | - จังหวัดสุพรรณบุรี |
| - จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ | - จังหวัดชลบุรี |
| - จังหวัดนครศรีธรรมราช | - กรุงเทพมหานคร |
| - จังหวัดกาญจนบุรี | |

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

2.1 สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบัน

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ จะเป็นการรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

2.2 ลักษณะทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ต้องการท่องเที่ยวในประเทศไทยกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

เป็นการแสดงผลข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน โดยจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ความสนใจ กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท

2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยอาศัยจากการสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน โดยจะพิจารณาว่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีปัจจัยตัวใดบ้างที่ส่งผลต่อจำนวนวันพัก และค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย

โดยแบบจำลองพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว สามารถเขียนในรูปทั่วไปได้ดังนี้

$$\text{Day}_i = b_0 + b_1 \text{Inc}_i + b_2 \text{Dist}_i \quad \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{Exp}_i = b_0 + b_1 \text{Inc}_i + b_2 \text{Age}_i + b_3 \text{Time}_i + b_4 \text{Partner}_i \quad \dots\dots\dots(2)$$

จากแบบจำลองข้างต้น สามารถอธิบายความหมายของตัวแปรต่างๆ ได้ดังนี้

ตัวแปรตาม คือ

จำนวนวันพัก (Day_i)

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Exp_i)

ตัวแปรอิสระ คือ

รายได้ (Inc_i)

อายุ (Age_i)

ระยะทาง (Dist_i)

ระยะเวลาในการเดินทาง (Time_i)

ผู้ร่วมทาง (Partner_i)

โดยได้ทำการคาดคะเนความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ และแสดงรายละเอียดของตัวแปรที่คาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

$$\begin{array}{c} + \quad + \\ \text{Day}_i = f(\text{Inc}_i, \text{Dist}_i) \quad \dots\dots\dots(3) \end{array}$$

$$\begin{array}{c} + \quad - \quad + \quad + \\ \text{Exp}_i = f(\text{Inc}_i, \text{Age}_i, \text{Time}_i, \text{Partner}_i) \quad \dots\dots\dots(4) \end{array}$$

รายได้(Inc) เนื่องจากรายได้ต่อหัวเป็นตัวบ่งชี้สำคัญถึงความสามารถในการบริโภค โดยปกติ ถ้านักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น ความต้องการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มขึ้นเช่นกัน ดังนั้น รายได้จึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ประเภทต่างๆ ในทางบวก

อายุ(Age) ปัจจัยด้านอายุเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากอาจมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุน้อย ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยอาจมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าเช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะมีค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมต่างๆ ตลอดการเดินทางท่องเที่ยว หรือรวมถึงค่าใช้จ่ายในค่าน้ำมันแท็กซี่ที่นักท่องเที่ยวอายุน้อยมักนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ด้วยเช่นกัน

ระยะเวลาในการเดินทาง(Time) ปัจจัยด้านเวลาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพราะถ้านักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาในการเดินทางไปยังแหล่ง ท่องเที่ยวนั้นๆ นานหลายชั่วโมง ก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว โดยจะทำให้นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น เช่น ค่าเช่ารถ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยด้านระยะเวลาจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ระยะทาง(Dist) ในการเดินทางท่องเที่ยวปัจจัยด้านระยะทางมีส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หากสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้น มี ระยะทางไกลจะทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนวันพักในการเดินทางท่องเที่ยวสูง เพื่อความคุ้มค่า ในการเดินทาง และเพื่อที่จะสามารถสัมผัสกับธรรมชาติได้อย่างแท้จริง

ผู้ร่วมทาง(Partner) ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผู้ร่วมทางเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัวและนักท่องเที่ยวที่ เดินทางกับกลุ่มเพื่อน มีลักษณะการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่ เดินทางกับครอบครัวจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางกับกลุ่มเพื่อน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบัน
2. ลักษณะทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ กับพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว
3. การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบัน

ปัจจุบันประเทศไทยประสบความสำเร็จในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยสังเกตได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมชุมชน และการท่องเที่ยวในรูปแบบนันทนาการ ซึ่งเกิดจากความสำเร็จในการที่ภาครัฐณรงค์และส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ แทนการเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยที่ทางภาครัฐได้มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมาย รวมถึงการจัดกิจกรรมปีการท่องเที่ยวไทย เช่น Amazing Thailand และ Unseen in Thailand รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมทั้งการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้อยู่ในสภาพที่อยู่เสมอ รวมทั้งความพยายามที่จะส่งเสริมให้มีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยจะเห็นได้จากจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวที่ทางภาครัฐ เอกชน และชุมชนช่วยกันส่งเสริมให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวนตัวเลือกที่มากขึ้น และสามารถเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวตามความต้องการของคนอีกด้วย

โดยจำนวนตัวเลขของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นตัวเลขที่มีอัตราเพิ่มขึ้น เมื่อทำการวิเคราะห์ตัวเลขนักท่องเที่ยว จากตัวเลขเป้าหมายการท่องเที่ยวของประเทศไทยระหว่างปี 1995-2004 แล้ว¹² จะพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพยายามพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างที่ได้กล่าวไว้แล้วในตอนต้น ซึ่งอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น อาจเป็นเพราะการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก จึงทำให้การเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายสูง ประกอบกับประเทศไทยมีการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มากยิ่งขึ้น ทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีความน่าสนใจ มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมมากมาย จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หันมาเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่าการเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ

โดยปัจจุบันพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของคนไทยมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป จะเห็นได้จากลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยว คือ ในปัจจุบันก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจะมีการวางแผนการเดินทาง กิจกรรมการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายสำหรับกรท่องเที่ยวล่วงหน้า โดยจะมีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจนว่าจะไปกี่วัน พักที่ไหน ทำกิจกรรมอะไรบ้าง และมีค่าใช้จ่ายสำหรับกรท่องเที่ยวครั้งนี้เท่าไร โดยประมาณ ซึ่งแตกต่างจากรูปแบบการท่องเที่ยวในสมัยก่อน ที่มักจะท่องเที่ยวตามความสะดวกสบาย ไม่มีการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า คือ เมื่อมีเวลาว่างก็จะเดินทางท่องเที่ยวตามความสะดวกของแต่ละบุคคล โดยผ่านที่ไหนก็เที่ยวที่นั่น หรือจะเป็นกรท่องเที่ยวในสถานที่ใกล้ๆ ไม่ไกลมากนัก เนื่องจากในสมัยก่อนกรท่องเที่ยวถือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ที่ประชาชนยังไม่ให้ความสำคัญมากนัก แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไป โลกมีการพัฒนาในด้านต่างๆ มากขึ้น มีการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น จึงทำให้กรท่องเที่ยวเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ประชาชนหันมาให้ความสนใจ เพราะกรท่องเที่ยวทำให้เราได้รู้จักกับสิ่งต่างๆ รอบตัวมากยิ่งขึ้น รวมถึงการได้ศึกษาธรรมชาติ และรู้จักธรรมชาติมากขึ้นด้วย

¹² คุราชละเอียดตัวเลขเป้าหมายการท่องเที่ยวของประเทศไทยระหว่างปี 1995-2004 ในภาคผนวก ก.

แต่ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวจะเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ น้อยลง แต่จะใช้ระยะเวลาเกือบทั้งหมดในการเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยวเพียง 1 หรือ 2 สถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปนี้เอง ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คำนึงถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามความสนใจของคนและครอบครัว เช่น นักท่องเที่ยวมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ก็จะเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวตามทะเล ภูเขา น้ำตก เป็นต้น โดยจะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้เกือบทั้งหมด ซึ่งจะท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ และทำกิจกรรมต่างๆ ตามความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ เพื่อการได้พักผ่อนอย่างแท้จริง สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ก็จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวตามความสนใจของคน

ถ้าเปรียบเทียบระยะเวลาพำนักเฉลี่ยในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทแล้ว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมมากที่สุด โดยมีจำนวนวันพักเฉลี่ยสูงสุด โดยนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ 3-5 วัน รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน โดยนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ 1-2 วัน สำหรับแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์นั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ และจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวเฉลี่ย 1,370.61 บาท/คน/วัน และเมื่อพิจารณาสถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทแล้ว สามารถสรุปสถานการณ์ได้ดังต่อไปนี้

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีผลอย่างมากต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดย กระบี่ ภูเก็ต พังงา สมุย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ ของไทย

เสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นอกจากความสวยงามของธรรมชาติแล้ว ก็ยังมีกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ทำมากมาย เช่น ดำน้ำ ปีนเขา หรือกิจกรรมผจญภัย อื่นๆ โดยเฉพาะกิจกรรมการดำน้ำ ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวอยู่ในขณะนี้ จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับต้นๆ ที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม จุดแข็งอีกประการหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติคือ สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทั้งในฤดูท่องเที่ยวและนอกฤดูท่องเที่ยว

นอกจากแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลแล้ว ยังมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทป่าเขา น้ำตก ลำธารในอีกหลายจังหวัดให้ได้เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวกัน ไม่ว่าจะเป็น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ในจังหวัดนครนายก อุทยานแห่งชาติเขาลง จังหวัดนครศรีธรรมราช และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยสรุปแล้วแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ยังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันคืออยู่แล้วในหมู่นักท่องเที่ยวด้วยกัน ถึงแม้ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมบางแห่ง เช่น ภูเก็ต กระบี่ สมุย จะมีภาพลักษณ์ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีราคาแพง และเริ่มเสื่อมโทรม แต่ก็ยังมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างเร่งพัฒนาและปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพคืออยู่เสมอเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ และมีความน่าสนใจอีกที่หนึ่ง โดยเฉพาะอุทยานประวัติศาสตร์ และโบราณสถานต่างๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สุโขทัย กาญจนบุรี แต่แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ก็กลับไม่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมากนัก อันเนื่องมาจากการที่สถานที่ต่างๆ ขาดวิทยากรหรือเจ้าหน้าที่มาแนะนำและให้ความรู้ ประวัติความเป็นมาแก่นักท่องเที่ยว จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ขาดความน่าสนใจ อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ยังไม่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมชุมชน ที่เปิด

โอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการดำน้ำ หรือการใช้ชีวิตร่วมกับคนในท้องถิ่น ด้วยเหตุนี้เองที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มีจำนวนวันพักผ่อนที่ต่ำ อีกทั้งค่าใช้จ่ายที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ก็ไม่สูงมากนัก

อย่างไรก็ตามทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็พยายามเร่งประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ให้มากขึ้น โดยเร่งส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มสีสันให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะการแสดงแสง สี เสียง ซึ่งก็ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น แต่สิ่งที่ต้องเร่งพัฒนาโดยด่วนก็คือ การให้ความรู้ ความเข้าใจ แก่ นักท่องเที่ยวถึงที่มาที่ไปของโบราณสถานต่างๆ ของไทย ซึ่งจุดนี้เองอาจช่วยเพิ่มความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวในการเข้าไปเยี่ยมชมมากขึ้น

1.3 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มมากขึ้น โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จะเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ที่ต้องการศึกษาความเป็นอยู่ของชาวบ้านในท้องถิ่นต่างๆ ที่คนสนใจ

อย่างไรก็ตามการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มีแนวโน้มที่ลดลง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนบางแห่งที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัส มักจะอยู่ในรูปของการจัดแสดงเท่านั้น แต่ไม่ได้แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนนั้นจริงๆ อย่างที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง ถึงแม้จะมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับชาวบ้านจริงๆ ก็ตาม

1.4 แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและบันเทิง ยังคงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสถานบันเทิงยามราตรีประเภท Bar และ Night Show โดยครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ มักนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวสถานบันเทิงยามราตรีของจังหวัดนั้นๆ หรือสถานที่นั้นๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัด ภูเก็ต กระบี่ พัททยา สมุย ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงสุดในการท่องเที่ยว โดยร้อยละ 75 ของรายได้ที่แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมได้รับ เป็นรายได้จากสถานบันเทิงยามราตรี ส่วนแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมประเภทอื่นๆ เช่น สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ จะมีนักท่องเที่ยวเข้าไปใช้บริการประมาณ 1 ใน 4 โดยพิพิธภัณฑ์จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจรองจาก Bar และ Night Show

จากการวิเคราะห์ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและนันทนาการ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองประเภทนี้มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างๆ เช่น กระบี่ ภูเก็ต พัททยา สมุย ก็จะนิยมไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรีของสถานที่นั้นๆ ด้วย จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวทั้งสองประเภทนี้มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมชุมชน ได้รับความนิยมในระดับรองลงมา โดยเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาสถานที่ต่างๆ โบราณสถาน สถาปัตยกรรม ซึ่งอยู่ในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา แต่ก็ไม่เป็นที่นิยมมากนัก

2. ลักษณะทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

จากการสำรวจพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ในช่วงเดือนธันวาคม 2547 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.3 ของนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจทั้งหมด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน โดยคิดเป็นร้อยละ 8.3 , 5.0 และ 2.4 ตามลำดับ (ข้อมูลจากตารางที่ 7)

นอกจากนี้ยังสามารถแสดงลักษณะต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว กับ เพศ

เพศ	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์	วัฒนธรรมชุมชน	นันทนาการ	
ชาย (18.0%)	57 (79.2%)	6 (8.3%)	2 (2.8%)	7 (9.7%)	72 (100.0%)
หญิง (82.0%)	281 (85.7%)	14 (4.3%)	7 (2.1%)	26 (7.9%)	328 (100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง ร้อยละ 82.0 และอีกร้อยละ 18.0 เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย ทั้งนี้เนื่องจากแบบสอบถามที่เก็บได้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละเพศแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.7 ของนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่ทำการสำรวจทั้งหมด ใน

ขณะที่นักท่องเที่ยวนอกประเทศมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 79.2 ของนักท่องเที่ยวนอกประเทศที่ทำการสำรวจทั้งหมด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวนอกประเทศและนักท่องเที่ยวนอกประเทศ และจากการศึกษาทำให้ทราบอีกว่านักท่องเที่ยวนอกประเทศมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวนอกประเทศ

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว กับ อายุ

อายุของ นักท่องเที่ยวนอก(ปี)	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์	วัฒนธรรมชุมชน	นันทนาการ	
ต่ำกว่า 30 ปี (68.5%)	244 (89.1%)	7 (2.6%)	4 (1.5%)	19 (6.8%)	274 (100.0%)
31-50 ปี (26.5%)	81 (76.4%)	10 (9.4%)	4 (3.8%)	11 (10.4%)	106 (100.0%)
มากกว่า 50 ปี (5.0%)	6 (66.7%)	2 (22.2%)	1 (11.1%)	-	9 (100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 3 พบว่าร้อยละ 68.5 ของนักท่องเที่ยวนอกที่ทำการสำรวจเป็นนักท่องเที่ยวนอกที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวนอกที่มีวัยอยู่ในช่วงดังกล่าวเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวนอกที่เดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด จึงทำให้มีจำนวนตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี มากตามไปด้วย รองลงมาคือนักท่องเที่ยวนอกที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.5 แต่เมื่อทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนอกในแต่ละช่วงอายุแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวนอกที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.1 ของนักท่องเที่ยวนอกที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ที่ทำการสำรวจ รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการร้อยละ 6.9 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวนอกที่อยู่ในช่วงอายุดังกล่าวยังเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบกิจกรรมที่ท้าทายและผจญภัย เช่น ดำน้ำ ปีนเขา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในขณะที่นักท่องเที่ยวนอกที่มีอายุ 31-50 ปี ก็มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุดเช่นกัน แต่จะประทับใจกับทิวทัศน์และความสวยงาม

ของธรรมชาติมากกว่าการทำกิจกรรมที่ท้าทายและผจญภัยต่างๆ รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยว
นันทนาการ คิดเป็นร้อยละ 76.4 และร้อยละ 10.4 ตามลำดับ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม
อายุ และจากการศึกษายังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว
ทางประวัติศาสตร์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้
มักมีความสนใจในเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และศิลปวัฒนธรรมมากกว่า

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว กับ อาชีพ

กลุ่มของ อาชีพ	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์	วัฒนธรรมชุมชน	นันทนาการ	
กลุ่มที่ 1 (59.0%)	210 (89.0%)	4 (1.7%)	4 (1.7%)	18 (7.6%)	236 (100.0%)
กลุ่มที่ 2 (2.8%)	7 (63.6%)	2 (18.2%)	-	2 (18.2%)	11 (100.0%)
กลุ่มที่ 3 (9.8%)	30 (76.9%)	3 (7.7%)	1 (2.6%)	5 (12.8%)	39 (100.0%)
กลุ่มที่ 4 (19.6%)	60 (75.9%)	8 (10.1%)	4 (5.1%)	7 (8.9%)	79 (100.0%)
กลุ่มที่ 5 (1.8%)	6 (85.7%)	1 (14.3%)	-	-	7 (100.0%)
กลุ่มที่ 6 (7.0%)	25 (89.3%)	2 (7.1%)	-	1 (3.6%)	28 (100.0%)

ที่มา: จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

โดยกำหนดให้

กลุ่มที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักเรียน/นักศึกษา

กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ รับราชการ

- กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
 กลุ่มที่ 4 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 กลุ่มที่ 5 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
 กลุ่มที่ 6 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจอยู่ในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 59.0 ของนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจทั้งหมด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับกลาง ลำดับต่อมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพถูกจ้างทั่วไป รับราชการ และธุรกิจส่วนตัว โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.6 , 9.8 , 7.0 , 2.8 และ 1.8 ตามลำดับ เมื่อทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มอาชีพแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวในทุกกลุ่มอาชีพเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมมากมาย อีกทั้งมีธรรมชาติที่สวยงาม จึงพอสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา นิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในนันทนาการเป็นอันดับสอง โดยคิดเป็นร้อยละ 18.2 , 12.8 และ 7.6 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป นิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นอันดับสอง โดยคิดเป็นร้อยละ 10.1 , 14.3 และ 7.1 ตามลำดับ

จากการศึกษาจะสังเกตได้ว่า นักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มอาชีพรับราชการ มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มอาชีพรับราชการจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ประหยัด เดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มครอบครัว มีลักษณะการท่องเที่ยวที่เรียบง่ายไม่หรูหรามากนัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักจะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวค่อนข้างมาก ในขณะที่นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หรูหรากว่า ไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่ายมากนัก และมีจะเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนุกสนาน ทำท่าย และทันสมัยมากกว่า โดยจะเดินทางเป็นกลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อนร่วมงานมากที่สุด

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยว กับ ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา ของนักท่องเที่ยว	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์	วัฒนธรรมชุมชน	นันทนาการ	
กลุ่มที่ 1 (9.3%)	32 (83.8%)	2 (5.4%)	-	3 (8.1%)	37 (100.0%)
กลุ่มที่ 2 (18.8%)	64 (85.3%)	3 (4.0%)	1 (1.3%)	7 (9.3%)	75 (100.0%)
กลุ่มที่ 3 (27.3%)	96 (88.1%)	2 (1.8%)	3 (2.8%)	8 (7.3%)	109 (100.0%)
กลุ่มที่ 4 (32.8%)	103 (78.6%)	12 (9.2%)	5 (3.8%)	11 (8.4%)	131 (100.0%)
กลุ่มที่ 5 (3.5%)	14 (100.0%)	-	-	-	14 (100.0%)
กลุ่มที่ 6 (8.3%)	29 (85.3%)	1 (2.9%)	-	4 (11.8%)	34 (100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

โดยกำหนดให้

- กลุ่มที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น
- กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย
- กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส.
- กลุ่มที่ 4 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี
- กลุ่มที่ 5 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี
- กลุ่มที่ 6 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา คอร์สการศึกษาต่างๆ

จากตารางที่ 5 พบว่าร้อยละ 36.3 ของนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจทั้งหมด จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ในขณะที่ร้อยละ 55.4 จบการศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มแล้ว พบว่า มีพฤติกรรมคล้ายกัน คือ จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด แต่นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จะเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นอันดับสอง และรองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ คิดเป็นร้อยละ 9.3 และ 8.1 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีโอกาสที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สนใจจะเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ มากกว่าต้องการความเพลิดเพลิน ตรงข้ามกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ที่เน้นให้ความเพลิดเพลินในการเที่ยวชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า ซึ่งนักท่องเที่ยวที่สนใจเรียนรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์ และศึกษาถึงสถาปัตยกรรมโบราณ น่าจะเป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงมากกว่า แต่ไม่สามารถสรุปได้ชัดเจนนัก

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยว กับ รายได้

รายได้(บาท)	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์	วัฒนธรรมชุมชน	นันทนาการ	
ต่ำกว่า 10,000 (61.8%)	253 (87.9%)	7 (4.7%)	5 (2.0%)	21 (5.4%)	286 (100.0%)
10,001-20,000 (24.5%)	55 (71.2%)	6 (8.5%)	3 (5.1%)	10 (15.3%)	74 (100.0%)
20,001-30,000 (9.2%)	21 (68.2%)	5 (22.7%)	-	2 (9.1%)	28 (100.0%)
30,001-40,000 (3.3%)	7 (62.5%)	2 (25.0%)	1 (12.5%)	-	10 (100.0%)
มากกว่า 40,000 (1.2%)	2 (100.0%)	-	-	-	2 (100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 6 พบว่า นักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจทั้งหมด เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับสูง คืออยู่ในช่วง 30,001-40,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และมากกว่า 40,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับกลาง คืออยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และ 20,001-30,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ของนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจทั้งหมด ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับต่ำ คือน้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 61.8 ของนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มรายได้ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก โดยส่วนใหญ่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุดในทุกกลุ่มรายได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ในช่วงต่ำกว่า 20,000 บาท/เดือน เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางนันทนาการเป็นอันดับสอง ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท/เดือน เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นอันดับสอง จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง จะมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เพิ่มมากขึ้น โดยจะสังเกตได้จากตัวเลขที่เพิ่มขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในแต่ละระดับรายได้

ตารางที่ 7 แสดงแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย

ลำดับที่	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	337	84.3
2	แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม	33	8.3
3	แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	20	5.0
4	แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน	10	2.4
	รวม	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 7 พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 84.3 ของนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจทั้งหมด รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน โดยคิดเป็นร้อยละ 8.3 , 5.0 และ 2.4 ตามลำดับ

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด ดังนั้นทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ทราบอย่างทั่วถึง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์นั้นนักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสนใจมากนัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ยังขาดผู้ให้ความรู้ในเรื่องราวประวัติความเป็นมา รวมทั้งรายละเอียดต่างๆ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้น้อยลง เพราะฉะนั้นทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้าไปแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยการส่งเสริมหรือจัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวชมในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 8 แสดงความสำคัญของสื่อที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลในการท่องเที่ยว

ลำดับที่	ประเภทของสื่อที่นักท่องเที่ยวได้รับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	เพื่อน/ญาติ	202	50.5
2	วิทยุ/โทรทัศน์	109	27.2
3	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	42	10.5
4	นิตยสาร/หนังสือพิมพ์	28	7.0
5	INTERNET	16	4.0
6	อื่นๆ	3	0.8
	รวม	400	100.0

ที่มา: จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 8 พบว่า สื่อที่ให้ข้อมูลในการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 50.5 ของนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจทั้งหมด รองลงมาคือ สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ Internet โดยคิดเป็นร้อยละ 27.2, 10.5, 7.0 และ 4.0 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าความประทับใจที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ นั้น จะมีการแนะนำบอกต่อกันไป เพื่อให้เพื่อนและญาติได้มีโอกาสไปสัมผัสความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่นกัน ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาใดๆ แต่กลับได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า รองลงมาคือสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ ที่สามารถให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรใช้สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนและครอบคลุมทุกพื้นที่ ในขณะที่เดิวก่อนบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังมีน้อย จึงควรพัฒนาให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวหรือประชาชนให้มากขึ้น เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและมีคุณภาพ และยังเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศให้พัฒนามากขึ้นอีกด้วย

ตารางที่ 9 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ลำดับที่	ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ราคาที่พัก ,ค่าอาหารและเครื่องดื่ม,ค่าเดินทาง	148	37.0
2	ความสะดวกในการเดินทาง	56	14.0
3	ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	85	21.3
4	ความสะดวกด้านเวลา	80	20.0
5	การบริการ และการรับรองที่ไม่ได้มาตรฐาน	31	7.7
	รวม	400	100.0

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 9 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ราคาที่พัก , ค่าอาหารและเครื่องดื่ม , ค่าเดินทาง โดยคิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และความสะดวกด้านเวลา คิดเป็นร้อยละ 21.3 และ 20.0 ตามลำดับ จากการสำรวจพบว่า ด้วยสภาพเศรษฐกิจของประเทศในขณะนี้ ที่ไม่มีความคลั่งตัว สินค้าและบริการต่างๆ มีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้ข้อจำกัดด้านราคา เป็นสาเหตุหลักในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สำหรับความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับสอง โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวหญิงต้องการความปลอดภัยในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นการท่องเที่ยวที่ประทับใจ และมีความสุขที่สุด

จากตารางที่ 2 – 9 ข้างต้นนี้เป็นตารางที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว จากข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถาม

3. การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ในการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐมิติ เพื่อแสดงถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยแบบจำลองพฤติกรรมการท่องเที่ยว สามารถเขียนในรูปทั่วไปได้ดังนี้

$$Day_i = b_0 + b_1 Inc_i + b_2 Dist_i$$

$$Exp_i = b_0 + b_1 Inc_i + b_2 Age_i + b_3 Time_i + b_4 Partner_i$$

จากแบบจำลองข้างต้น สามารถอธิบายความหมายของตัวแปรต่างๆ ได้ดังนี้

ตารางที่ 10 คำจำกัดความของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในแบบจำลองพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตัวแปร	สัญลักษณ์
จำนวนวันพัก (วัน)	Day _i
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (บาท)	Exp _i
รายได้ (บาท)	Inc _i
อายุ (ปี)	Age _i
ระยะทาง (กิโลเมตร)	Dist _i
ระยะเวลาในการเดินทาง (ชั่วโมง)	Time _i
ผู้ร่วมทาง (คน)	Partner _i

และเมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากแบบจำลองข้างต้นสามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์โดยหาค่าไคสแควร์

ในการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งจะใช้การทดสอบโดยวิธีไคสแควร์ (Chi-square technique) เพื่อทดสอบตัวแปรต่างๆ ว่ามีความเป็นอิสระหรือมีความสัมพันธ์กันต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยใช้สูตร

$$\chi^2 = \sum_i^r \sum_j^c (X_{ij} - E_{ij})^2 / E_{ij}$$

กำหนดให้

$$i = 1, 2, 3, \dots, r$$

$$j = 1, 2, 3, \dots, c$$

$$X_{ij} = \text{ความถี่สะสมของตัวแปรที่เกิดขึ้นจริง (Observed frequency)}$$

$$E_{ij} = \text{ความถี่ที่คาดคะเนไว้หรือตามทฤษฎี (Expected frequency)}$$

วิธีทดสอบข้อสมมติฐานต้องคำนวณค่า Expected frequency ก่อนโดยใช้สูตร

$$E_{ij} = (X_{i.})(X_{.j}) / X_{..}$$

กำหนดให้

$$X_{i.} = \text{จำนวนรวมของความถี่ตามสดมภ์ที่ } i$$

$$X_{.j} = \text{จำนวนรวมของความถี่ตามสดมภ์ที่ } j$$

$$X_{..} = \text{จำนวนของความถี่ทั้งหมด}$$

ข้อมูลที่ต้องการทดสอบมีลักษณะแบบแจก 2 ทาง (Two-variable of classification) ลักษณะหนึ่งมี r ประเภท และอีกลักษณะหนึ่งมี c ประเภท ดังนั้นชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom) คือ $d.f. = (r-1)(c-1)$

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ของนักท่องเที่ยวได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ระยะทาง ระยะเวลาในการเดินทาง กับจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ซึ่งปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยว กับ เพศ

เพศ	จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					รวม
	1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วันขึ้นไป	
ชาย	19	15	21	2	15	72
ร้อยละ	(26.4%)	(20.8%)	(29.2%)	(2.8%)	(20.8%)	(100.0%)
หญิง	102	54	85	16	71	328
ร้อยละ	(31.1%)	(16.5%)	(25.9%)	(4.9%)	(21.6%)	(100.0%)
รวม	121	69	106	18	86	400
ร้อยละ	(30.0%)	(17.3%)	(26.5%)	(4.5%)	(21.5%)	(100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับเพศของนักท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ คำนวณได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับ .751 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับเพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยว กับ อายุ

อายุ	จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					รวม
	1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วันขึ้นไป	
ต่ำกว่า 30 ปี	93	42	74	16	49	274
ร้อยละ	(33.9%)	(15.3%)	(27.0%)	(5.8%)	(17.9%)	(100.0%)
31-50 ปี	21	25	28	1	31	106
ร้อยละ	(19.8%)	(23.6%)	(26.4%)	(.9%)	(29.2%)	(100.0%)
มากกว่า 50 ปี	2	1	3	-	3	9
ร้อยละ	(22.2%)	(11.1%)	(33.3%)	-	(33.3%)	(100.0%)
รวม	116	68	105	17	83	389
	(29.8%)	(17.5%)	(27.0%)	(4.4%)	(21.3%)	(100.0%)

ที่มา: จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับอายุของนักท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ จำนวนได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับอายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งจากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะมีจำนวนวันพักที่สูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย เนื่องจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวไม่บ่อยมากนักเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย จึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งมีจำนวนวันพักสูง เพื่อการได้พักผ่อนอย่างแท้จริง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยจะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยครั้งกว่า ส่งผลให้มีจำนวนวันพักไม่สูงมากนัก เพราะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้อีก

ตารางที่ 13 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยว กับ อาชีพ

อาชีพ	จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					รวม
	1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วันขึ้นไป	
กลุ่มที่ 1	80	34	62	16	44	236
ร้อยละ	(33.9%)	(14.4%)	(26.3%)	(6.8%)	(18.6%)	(100.0%)
กลุ่มที่ 2	3	2	3	-	3	11
ร้อยละ	(27.3%)	(18.2%)	(27.3%)	-	(27.3%)	(100.0%)
กลุ่มที่ 3	11	7	13	1	7	39
ร้อยละ	(28.2%)	(17.9%)	(33.3%)	(2.6%)	(17.9%)	(100.0%)
กลุ่มที่ 4	16	18	16	1	28	79
ร้อยละ	(20.3%)	(22.8%)	(20.3%)	(1.3%)	(35.4%)	(100.0%)
กลุ่มที่ 5	2	1	4	-	-	7
ร้อยละ	(28.6%)	(14.3%)	(57.1%)	-	-	(100.0%)
กลุ่มที่ 6	9	7	8	-	4	28
ร้อยละ	(32.1%)	(25.0%)	(28.6%)	-	(14.3%)	(100.0%)
รวม	121	69	106	18	86	400
	(30.0%)	(17.3%)	(26.5%)	(4.5%)	(21.5%)	(100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

โดยกำหนดให้

- กลุ่มที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักเรียน/นักศึกษา
- กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ ราชการ
- กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
- กลุ่มที่ 4 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- กลุ่มที่ 5 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
- กลุ่มที่ 6 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ จำนวนได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับ .083 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 14 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยว กับ ระดับการศึกษา

อาชีพ	จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					รวม
	1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วันขึ้นไป	
กลุ่มที่ 1 ร้อยละ	11 (29.7%)	6 (16.2%)	10 (27.0%)	3 (8.1%)	7 (18.9%)	37 (100.0%)
กลุ่มที่ 2 ร้อยละ	27 (36.0%)	7 (9.3%)	24 (32.0%)	4 (5.3%)	13 (17.3%)	75 (100.0%)
กลุ่มที่ 3 ร้อยละ	39 (35.8%)	19 (17.4%)	23 (21.1%)	5 (4.6%)	23 (21.1%)	109 (100.0%)
กลุ่มที่ 4 ร้อยละ	29 (22.1%)	27 (20.6%)	38 (29.0%)	4 (3.1%)	33 (25.2%)	131 (100.0%)
กลุ่มที่ 5 ร้อยละ	2 (14.3%)	4 (28.6%)	4 (28.6%)	1 (7.1%)	3 (21.4%)	14 (100.0%)
กลุ่มที่ 6 ร้อยละ	13 (38.2%)	6 (17.6%)	7 (20.6%)	1 (2.9%)	7 (20.6%)	34 (100.0%)
รวม	121 (30.3%)	69 (17.3%)	106 (26.5%)	18 (4.5%)	86 (21.5%)	400 (100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

โดยกำหนดให้

- กลุ่มที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น
- กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย
- กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส.
- กลุ่มที่ 4 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี
- กลุ่มที่ 5 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี
- กลุ่มที่ 6 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา คอร์สการศึกษาต่างๆ เช่น การเรียนภาษาต่างๆ (ระยะสั้น) การฝึกวิชาชีพ เป็นต้น

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ คำนวณได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับ .592 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยว กับ รายได้

ระดับรายได้ (บาท)	จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					รวม
	1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วันขึ้นไป	
ต่ำกว่า 10,000 ร้อยละ	100 (35.0%)	44 (15.4%)	72 (25.2%)	16 (5.6%)	54 (18.9%)	286 (100.0%)
10,001-20,000 ร้อยละ	15 (20.3%)	18 (24.3%)	24 (32.4%)	1 (1.4%)	16 (21.6%)	74 (100.0%)
20,001-30,000 ร้อยละ	4 (14.3%)	5 (17.9%)	8 (28.6%)	1 (3.6%)	10 (35.7%)	28 (100.0%)
30,001-40,000 ร้อยละ	1 (10.0%)	2 (20.0%)	2 (20.0%)	-	5 (50.0%)	10 (100.0%)
มากกว่า 40,000 ร้อยละ	1 (50.0%)	-	-	-	1 (50.0%)	2 (100.0%)
รวม	121 (30.3%)	69 (17.3%)	106 (26.5%)	18 (4.5%)	86 (21.5%)	400 (100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจแบบสอบถาม

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสมแควร์ จำนวนได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับ .077 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับรายได้ของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยว กับ ค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่าย (บาท/วัน)	จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					รวม
	1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วันขึ้นไป	
ต่ำกว่า 500	72	20	41	10	31	174
ร้อยละ	(41.4%)	(11.5%)	(23.6%)	(5.7%)	(17.8%)	(100.0%)
501-1,000	22	20	20	2	22	86
ร้อยละ	(25.6%)	(23.3%)	(23.3%)	(2.3%)	(25.6%)	(100.0%)
1,001-2,000	14	18	25	4	18	79
ร้อยละ	(17.7%)	(22.8%)	(31.6%)	(5.1%)	(22.8%)	(100.0%)
มากกว่า 2,000	13	11	19	1	15	59
ร้อยละ	(22.0%)	(18.6%)	(32.2%)	(1.7%)	(25.4%)	(100.0%)
รวม	121	69	105	17	86	398
ร้อยละ	(30.4%)	(17.3%)	(26.4%)	(4.3%)	(21.6%)	(100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ คำนวณได้ค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการสำรวจพบว่า หากการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูง จะมีผลต่อจำนวนวันพักในการท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายมีผลอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน เพราะอย่างที่ทราบกันคืออยู่แล้วว่าปัจจุบันประเทศไทยกำลังประสบปัญหาทางเศรษฐกิจภายในประเทศ สินค้าและบริการต่างๆ มีราคาเพิ่มสูงขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวโดยตรง เพราะเมื่อราคาสินค้าและบริการต่างๆ เพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวน้อยลง หรือหากมีการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็จะมีจำนวนวันพักที่ไม่สูงมากนัก เพราะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

ตารางที่ 17 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยว กับ ระยะทาง

ระยะทาง(กิโลเมตร)	จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					รวม
	1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วันขึ้นไป	
ต่ำกว่า 300	94	44	57	6	18	219
ร้อยละ	(42.9%)	(20.1%)	(26.0%)	(2.7%)	(8.2%)	(100.0%)
301-500	6	8	15	2	15	46
ร้อยละ	(13.0%)	(17.4%)	(32.6%)	(4.3%)	(32.6%)	(100.0%)
501-1,000	11	7	18	5	41	82
ร้อยละ	(13.4%)	(8.5%)	(22.0%)	(6.1%)	(50.0%)	(100.0%)
มากกว่า 1,000	2	3	6	3	1	15
ร้อยละ	(13.3%)	(20.0%)	(40.0%)	(20.0%)	(6.7%)	(100.0%)
รวม	113	62	96	16	75	362
ร้อยละ	(31.2%)	(17.1%)	(26.5%)	(4.4%)	(20.7%)	(100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ คำนวณได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับศูนย์ ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการสำรวจพบว่าหากแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว นั้นมีระยะทางไกล นักท่องเที่ยวจะกำหนดจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวไว้สูง เพื่อความคุ้มค่าในการเดินทาง เนื่องจากหากต้องเดินทางเป็นระยะทางไกลควรมีเวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ ให้นานขึ้น เพื่อการพักผ่อน สัมผัสกับธรรมชาติและความสะดวกสบายได้อย่างเต็มที่ สมกับที่ต้องเดินทางมาเป็นระยะทางไกล

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยว กับ ระยะเวลาในการเดินทาง

ระยะเวลา (ชั่วโมง)	จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					รวม
	1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วันขึ้นไป	
ต่ำกว่า 5 ชม.	100	52	72	5	32	261
ร้อยละ	(38.3%)	(19.9%)	(27.6%)	(1.9%)	(12.3%)	(100.0%)
6-10 ชม.	12	8	16	8	31	75
ร้อยละ	(16.0%)	(10.7%)	(21.3%)	(10.7%)	(41.3%)	(100.0%)
มากกว่า 10 ชม.	2	4	9	3	14	32
ร้อยละ	(6.3%)	(12.5%)	(28.1%)	(9.4%)	(43.8%)	(100.0%)
รวม	114	64	97	16	77	368
ร้อยละ	(31.0%)	(17.4%)	(26.4%)	(4.3%)	(20.9%)	(100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ จำนวนได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับศูนย์ ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการสำรวจพบว่า หากการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งต้องใช้เวลาในการเดินทางนานหลายชั่วโมง จะส่งผลให้จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเวลาส่วนหนึ่งในการพักผ่อนหลังจากการเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทาง และหากสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางหลายชั่วโมงนักท่องเที่ยวก็มักจะต้องการความคุ้มค่าในการเดินทาง โดยการอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อการสัมผัสกับธรรมชาติและความสะดวกสบายนั้นได้เต็มที่

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กับ เพศ

เพศ	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว				รวม
	ต่ำกว่า 500	501-1,000	1,001-2,000	มากกว่า 2,000	
ชาย	27	17	20	8	72
ร้อยละ	(37.5%)	(23.6%)	(27.8%)	(11.1%)	(100.0%)
หญิง	147	69	59	51	326
ร้อยละ	(45.1%)	(21.2%)	(18.1%)	(15.6%)	(100.0%)
รวม	174	86	79	59	398
ร้อยละ	(43.7%)	(21.6%)	(19.8%)	(14.8%)	(100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับเพศของนักท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ คำนวณได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับ .209 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับเพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กับ อายุ

อายุของ นักท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว				รวม
	ต่ำกว่า 500	501-1,000	1,001-2,000	มากกว่า 2,000	
ต่ำกว่า 30 ปี	136	49	46	41	272
ร้อยละ	(50.0%)	(8.0%)	(16.9%)	(15.1%)	(100.0%)
31-50 ปี	32	30	29	15	106
ร้อยละ	(30.2%)	(28.3%)	(27.4%)	(14.2%)	(100.0%)
มากกว่า 50 ปี	2	3	2	2	9
ร้อยละ	(22.2%)	(33.3%)	(22.2%)	(22.2%)	(100.0%)
รวม	170	82	77	58	387
ร้อยละ	(43.9%)	(21.2%)	(19.9%)	(15.0%)	(100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับอายุของนักท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ คำนวณได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับอายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่สูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย เนื่องจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักมีความสะดวกในเรื่องของรายได้มากกว่า เพราะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ที่แน่นอนและค่อนข้างสูง ส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการสูงตามไปด้วย สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยส่วนใหญ่มักจะอยู่ในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้ที่แน่นอนหรือมีรายได้ในระดับต่ำ จึงส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ต่ำตามไปด้วย โดยส่วนใหญ่แก่นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ประหยัดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กับ อาชีพ

กลุ่มอาชีพ	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว				รวม
	ต่ำกว่า 500	501-1,000	1,001-2,000	มากกว่า 2,000	
กลุ่มที่ 1	120	40	36	38	234
ร้อยละ	(51.3%)	(17.1%)	(15.4%)	(16.2%)	(100.0%)
กลุ่มที่ 2	2	3	5	1	11
ร้อยละ	(18.2%)	(27.3%)	(45.5%)	(9.1%)	(100.0%)
กลุ่มที่ 3	13	11	9	6	39
ร้อยละ	(33.3%)	(28.2%)	(23.1%)	(15.4%)	(100.0%)
กลุ่มที่ 4	18	27	23	11	79
ร้อยละ	(22.8%)	(34.2%)	(29.1%)	(13.9%)	(100.0%)
กลุ่มที่ 5	4	3	-	-	7
ร้อยละ	(57.1%)	(42.9%)	-	-	(100.0%)
กลุ่มที่ 6	17	2	6	3	28
ร้อยละ	(60.7%)	(7.1%)	(21.4%)	(10.7%)	(100.0%)
รวม	174	86	79	59	398
ร้อยละ	(43.7%)	(21.6%)	(19.8%)	(14.8%)	(100.0%)

ที่มา: จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

โดยกำหนดให้

- กลุ่มที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นักเรียน/นักศึกษา
- กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ รัฐบาล
- กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
- กลุ่มที่ 4 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- กลุ่มที่ 5 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
- กลุ่มที่ 6 คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพ รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ กำหนดได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับศูนย์ ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับอาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการสำรวจพบว่าปัจจัยด้านอาชีพเป็นตัวสะท้อนถึงรายได้ และรสนิยมในการบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ เมื่อนักท่องเที่ยวมีอาชีพที่แน่นอนและรายได้อยู่ในระดับสูง ก็จะส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักต้องการความสะดวกสบายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และมีรสนิยมในการบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ดี จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่สูง เพื่อซื้อสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนได้

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กับ ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว				รวม
	ต่ำกว่า 500	501-1,000	1,001-2,000	มากกว่า 2,000	
กลุ่มที่ 1 ร้อยละ	12 (34.3%)	6 (17.1%)	9 (25.7%)	8 (22.9%)	35 (100.0%)
กลุ่มที่ 2 ร้อยละ	37 (49.3%)	16 (21.3%)	10 (13.3%)	12 (16.0%)	75 (100.0%)
กลุ่มที่ 3 ร้อยละ	58 (53.2%)	22 (20.2%)	24 (22.0%)	5 (4.6%)	109 (100.0%)
กลุ่มที่ 4 ร้อยละ	43 (32.8%)	37 (28.2%)	27 (20.6%)	24 (18.3%)	131 (100.0%)
กลุ่มที่ 5 ร้อยละ	4 (28.6%)	2 (14.3%)	7 (50.0%)	1 (7.1%)	14 (100.0%)
กลุ่มที่ 6 ร้อยละ	20 (58.8%)	3 (8.8%)	2 (5.9%)	9 (26.5%)	34 (100.0%)
รวม ร้อยละ	174 (43.7%)	86 (21.6%)	79 (19.8%)	59 (14.8%)	398 (100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

โดยกำหนดให้

- กลุ่มที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น
 กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย
 กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส.
 กลุ่มที่ 4 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี
 กลุ่มที่ 5 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี
 กลุ่มที่ 6 คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา คอร์สการศึกษาต่างๆ เช่น
 การเรียนภาษาต่างๆ (ระยะสั้น) การฝึกวิชาชีพ เป็นต้น

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ คำนวณได้ค่า Sig.(2-sided) เท่ากับศูนย์ ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการสำรวจพบว่าปัจจัยด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวเป็นค้ำสะท้อนถึงรายได้และรสนิยมในการบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการศึกษาที่ดีจะส่งผลกระทบต่ออาชีพและรายได้ที่อยู่ในระดับสูง ก็จะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักต้องการความสะดวกสบายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และมีรสนิยมในการบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ดี จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่สูง เพื่อซื้อสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนได้

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กับ รายได้

รายได้ (บาท)	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว				รวม
	ต่ำกว่า 500	501-1,000	1,001-2,000	มากกว่า 2,000	
ต่ำกว่า 10,000	143	51	47	43	284
ร้อยละ	(50.4%)	(18.0%)	(16.5%)	(15.1%)	(100.0%)
10,001-20,000	17	23	23	11	74
ร้อยละ	(23.0%)	(31.1%)	(31.1%)	(14.9%)	(100.0%)
20,001-30,000	9	9	7	3	28
ร้อยละ	(32.1%)	(32.1%)	(25.0%)	(10.0%)	(100.0%)
30,001-40,000	5	3	1	1	10
ร้อยละ	(50.0%)	(30.0%)	(10.0%)	(10.0%)	(100.0%)
มากกว่า 40,000	-	-	1	1	2
ร้อยละ	-	-	(50.0%)	(50.0%)	(100.0%)
รวม	174	86	79	59	398
ร้อยละ	(43.7%)	(21.6%)	(19.8%)	(14.8%)	(100.0%)

ที่มา: จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับ รายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ คำนวณได้เท่ากับ Sig.(2-sided) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับรายได้ของ นักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เนื่องจากปัจจัยด้านรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อการบริโภค โดยปกติเมื่อ บุคคลมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้มีอำนาจในการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ มากขึ้นตาม ไปด้วย จากการสำรวจพบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น ก็จะมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รวมถึงมีความสามารถในการใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กับ ระยะทาง

ระยะทาง (กิโลเมตร)	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว				รวม
	ต่ำกว่า 500	501-1,000	1,001-2,000	มากกว่า 2,000	
ต่ำกว่า 300	100	48	42	29	219
ร้อยละ	(45.7%)	(21.9%)	(19.2%)	(13.2%)	(100.0%)
301-500	21	13	10	2	46
ร้อยละ	(45.7%)	(28.3%)	(21.7%)	(4.3%)	(100.0%)
501-1,000	28	15	22	17	82
ร้อยละ	(34.1%)	(18.3%)	(26.8%)	(20.7%)	(100.0%)
มากกว่า 1,000	6	4	-	3	13
ร้อยละ	(46.2%)	(30.8%)	-	(23.1%)	(100.0%)
รวม	155	80	74	51	360
ร้อยละ	(43.1%)	(22.2%)	(20.6%)	(14.2%)	(100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ คำนวณได้ค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ .100 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กับ ระยะเวลาในการเดินทาง

ระยะเวลา(ชั่วโมง)	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า 500	501-1,000	1,001-2,000	มากกว่า 2,000	
ต่ำกว่า 5 ชม.	120	60	50	31	261
ร้อยละ	(46.0%)	(23.0%)	(19.2%)	(11.9%)	(100.0%)
6-10ชม.	26	11	21	17	75
ร้อยละ	(34.7%)	(14.7%)	(28.0%)	(22.7%)	(100.0%)
มากกว่า 10 ชม.	12	8	3	7	30
ร้อยละ	(40.0%)	(26.7%)	(10.0%)	(23.3%)	(100.0%)
รวม	158	79	74	55	366
ร้อยละ	(43.2%)	(21.6%)	(20.2%)	(15.0%)	(100.0%)

ที่มา : จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของผู้วิจัย

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการศึกษากับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่าทางสถิติโดยใช้ค่าไคสแควร์ คำนวณได้ค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านระยะเวลาในการเดินทางมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จากการสำรวจพบว่าหากการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งต้องใช้เวลาในการเดินทางนานหลายชั่วโมง จะส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มขึ้น เช่น ค่าน้ำมัน ค่าเช่ารถ รวมถึงค่าใช้จ่ายในด้านอาหารและเครื่องดื่มตามมาอีกด้วย

3.1 การวิเคราะห์สมการปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนวันพัก

$$\text{Day}_i = 1.664 + 0.00001590 \text{ Inc} + 0.002757 \text{ Dist}$$

(8.614)* (1.517) (8.768)*

R-Square = 0.272

Adjust R-Square = 0.266

F - statistic = 40.828*

() = ค่า t - stat

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

จากผลการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของความเชื่อถือได้ของตัวแปรอิสระทั้งหมด ปรากฏว่ามีค่าทางสถิติ F-statistic เท่ากับ 40.828 ซึ่งมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการคำนวณ $R^2 = 0.272$ ซึ่งยอมรับค่านี้ในการทำการวิเคราะห์ เนื่องจากเป็นค่าที่ได้จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว โดยผู้ศึกษาได้ลองนำข้อมูลที่ได้ มาทำการวิเคราะห์ในรูปแบบต่างๆ แล้ว ปรากฏว่าค่าที่ได้ไม่เป็นที่น่าพอใจนัก จึงยอมรับและใช้ค่าที่ได้จากการทดสอบโดยแบบจำลองข้างต้นนี้เพื่อทำการวิเคราะห์ เนื่องจากเป็นค่าที่ดีที่สุดในการคำนวณ โดยตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 27.2 โดย

- จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกและคำนวณได้เท่ากับ 0.00001590 ซึ่งมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 87

- จำนวนวันพักในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกและคำนวณได้เท่ากับ 0.002757 ซึ่งมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากการสำรวจพบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนวันพักในการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะมีจำนวนวันพักสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ เนื่องจากปัจจัยด้านรายได้มีผลโดยตรงต่ออำนาจในการซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยว รวมถึงรูปแบบการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวก็จะสูงตามไปด้วยเช่นกัน สำหรับระยะทางในการเดินทางมีผลต่อจำนวนวันพักในการท่องเที่ยวเช่นกัน คือ เมื่อแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้นมีระยะทางไกล จะส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวมีจำนวนวันพักที่สูงเพื่อความสะดวกในการเดินทาง และเพื่อที่จะสามารถสัมผัสกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยการพักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวให้นานที่สุดเท่าที่สามารถจะทำได้

การวิเคราะห์ความยืดหยุ่น

1. การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของจำนวนวันพักต่อรายได้

$$E_{\text{รายได้, จำนวนวันพัก}} = \frac{1.42}{2.70} \times .0000159 = 0.0000084$$

จากการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของจำนวนวันพักต่อรายได้ คำนวณได้เท่ากับ 0.0000084 ซึ่งมีค่าสัมบูรณ์ต่ำกว่า 1 แสดงว่า เมื่อรายได้(Inc) เพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้จำนวนวันพัก(Day) เพิ่มขึ้นเพียง 0.0000084% เมื่อให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ลักษณะนี้เรียกว่า “ค่าความยืดหยุ่นต่ำ (Inelastic)”

2. การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของจำนวนวันพักต่อระยะทาง

$$E_{\text{ระยะทาง, จำนวนวันพัก}} = \frac{1.70}{2.70} \times .002757 = 0.001737$$

จากการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของจำนวนวันพักต่อระยะทาง คำนวณได้เท่ากับ 0.001737 ซึ่งมีค่าสัมบูรณ์ต่ำกว่า 1 แสดงว่า เมื่อระยะทาง(Dist) เพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้จำนวนวันพัก(Day) เพิ่มขึ้นเพียง 0.001737% เมื่อให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ลักษณะนี้เรียกว่า “ค่าความยืดหยุ่นต่ำ (Inelastic)”

3.2 การวิเคราะห์สมการปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

$$\text{Exp}_t = 440.150 + 0.06070 \text{ Inc} - 29.967 \text{ Age} + 78.936 \text{ Time} + 479.286 \text{ Partner}$$

(0.969) (3.439)*** (-1.873)* (2.181)** (6.346)***

R-Square = 0.227

Adjust R-Square = 0.212

F – statistic = 14.787***

() = ค่า t – stat

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90%

จากผลการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของความเชื่อถือได้ของตัวแปรอิสระทั้งหมดปรากฏว่ามีค่าทางสถิติ F-statistic เท่ากับ 14.787 ซึ่งมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการคำนวณ $R^2 = 0.227$ ซึ่งยอมรับค่าที่ได้นี้ในการทำการวิเคราะห์ เนื่องจากเป็นค่าที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว โดยผู้ศึกษาได้ลองนำข้อมูลที่ได้ มาทำการวิเคราะห์ในรูปแบบต่างๆ แล้ว ปรากฏว่าค่าที่ได้ไม่เป็นที่น่าพอใจนัก จึงยอมรับและใช้ค่าที่ได้จากการทดสอบ โดยแบบจำลองข้างต้นนี้เพื่อทำการวิเคราะห์ เนื่องจากเป็นค่าที่ดีที่สุดในการคำนวณ โดยตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 22.7 โดย

- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกและคำนวณได้เท่ากับ 0.06070 ซึ่งมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอายุของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบและคำนวณได้เท่ากับ -29.967 ซึ่งมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระยะเวลาในการเดินทาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกและคำนวณได้เท่ากับ 78.936 ซึ่งมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผู้ร่วมทาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกและคำนวณได้เท่ากับ 479.286 ซึ่งมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากการสำรวจพบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น ก็จะใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน สำหรับอายุของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวอายุน้อยจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะมีค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมต่างๆ ตลอดการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงค่าใช้จ่ายในด้านบันเทิงด้วยเช่นกัน ส่วนระยะเวลาในการเดินทางพบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาในการเดินทางนานเท่าไร ก็จะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น เช่น ค่าเช่ารถ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสูง สุดท้ายคือผู้ร่วมทางก็มีผลต่อค่าใช้จ่ายเช่นกัน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัวจะมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางกับกลุ่มเพื่อน

การวิเคราะห์ความยืดหยุ่น

1. การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อรายได้

$$E_{\text{รายได้, ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว}} = \frac{1.42}{2.06} \times 0.06070 = 0.042$$

จากการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อรายได้ คำนวณได้เท่ากับ 0.042 ซึ่งมีค่าสัมบูรณ์ต่ำกว่า 1 แสดงว่า เมื่อรายได้(Inc) เพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว(Exp) เพิ่มขึ้นเพียง 0.042% เมื่อให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ลักษณะนี้เรียกว่า “ค่าความยืดหยุ่นต่ำ (Inelastic)”

2. การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ออายุ

$$E_{\text{อายุ, ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว}} = \frac{1.32}{2.06} \times (-29.967) = -19.18$$

จากการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ออายุ คำนวณได้เท่ากับ -19.18 ซึ่งมีค่าสัมบูรณ์มากกว่า 1 แสดงว่า เมื่ออายุ(Age) เพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว(Exp) ลดลง 19.18% เมื่อให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ลักษณะนี้เรียกว่า “ค่าความยืดหยุ่นสูง (Elastic)”

3. การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อระยะเวลา

$$E_{\text{ระยะเวลา, ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว}} = \frac{1.38}{2.06} \times 78.936 = 52.89$$

จากการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อระยะเวลา คำนวณได้เท่ากับ 52.89 ซึ่งมีค่าสัมบูรณ์มากกว่า 1 แสดงว่า เมื่อระยะเวลา(Time) เพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว(Exp) เพิ่มขึ้น 52.89% เมื่อให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ลักษณะนี้เรียกว่า “ค่าความยืดหยุ่นสูง (Elastic)”

4. การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อผู้ร่วมทาง

$$E_{\text{ผู้ร่วมทาง, ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว}} = \frac{1.74}{2.06} \times 479.286 = 402.60$$

จากการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อผู้ร่วมทาง คำนวณได้เท่ากับ 402.60 ซึ่งมีค่าสัมบูรณ์มากกว่า 1 แสดงว่า เมื่อผู้ร่วมทาง(Partner) เพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว(Exp) เพิ่มขึ้น 402.60% เมื่อให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ลักษณะนี้เรียกว่า “ค่าความยืดหยุ่นสูง (Elastic)”

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

ความน่าสนใจและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ นอกจากความน่าสนใจและความสวยงามแล้ว แหล่งท่องเที่ยวของไทยยังมีความหลากหลาย ซึ่งยังเป็นการเพิ่มเสน่ห์และสร้างสีสันให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมมีความต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวบางคนอาจประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บางคนอาจหลงใหลชื่นชมกับอารยธรรมโบราณในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรมชุมชน แต่บางคนอาจสนุกสนานไปกับแหล่งท่องเที่ยวบันเทิงการ

การศึกษาครั้งนี้จึง ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เพื่อนำผลการศึกษามาคาดการณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ค่าใช้จ่าย ความสนใจ ระยะเวลา และระยะเวลาในการเดินทาง

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลจากการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ รายได้ อายุ ระยะเวลาในการเดินทาง ระยะเวลา และผู้ร่วมทาง สำหรับความสนใจของนักท่องเที่ยวพบว่าไม่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

รายได้ รายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ เพราะเป็นตัวกำหนดความต้องการของตลาดและอำนาจในการซื้อสินค้าและบริการ จึงเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจสำคัญที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถในการเดินทางของบุคคล กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้สูงย่อมมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้ไกลและบ่อยครั้งกว่านักท่องเที่ยวที่มี

รายได้ต่ำกว่า รวมทั้งมีความสามารถที่จะเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวได้หลากหลายตามความต้องการของตนเองและครอบครัวอีกด้วย ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอำนาจซื้อต่ำ ย่อมมีข้อจำกัดในการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว รวมทั้งความสามารถในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวก็จะลดลง

อายุ อายุถือว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อสนิยม และแบบแผนพฤติกรรมการบริโภค โดยส่วนใหญ่ผู้ท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะมีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักมีรายได้ที่สูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย จึงส่งผลให้ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ระยะทาง ในการเดินทางท่องเที่ยวปัจจัยด้านระยะทางมีส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หากสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้นมีระยะทางไกล ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง ก็จะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจท่องเที่ยว เพราะต้องมีการพักค้างแรม และมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ดังนั้นปัจจัยด้านระยะทางจึงมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการเดินทาง ปัจจัยด้านเวลาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพราะถ้านักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ นานหลายชั่วโมง ก็จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

ผู้ร่วมทาง ในการเดินทางท่องเที่ยวปัจจัยด้านผู้ร่วมทางเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลโดยตรงต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มครอบครัว ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าการเดินทางกับกลุ่มเพื่อน

จากผลการศึกษาที่ได้ ทำให้สามารถคาดการณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบาย เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวอายุน้อย หรือกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งชื่นชอบกิจกรรมกีฬาผจญภัยต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ดำน้ำ ปีนเขา ปีนจักรยาน และกิจกรรมผจญภัยอื่นๆ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเพราะชื่นชอบความท้าทายของกิจกรรมผจญภัยต่างๆ แล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวก็นับเป็นกลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติด้วยเช่นกัน เพราะนอกจากกิจกรรมการผจญภัยต่างๆ แล้ว ทัศนียภาพ ความสงบ และความสวยงามของธรรมชาติก็เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนกับครอบครัวในช่วงวันหยุด ด้วยเหตุนี้เองทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นที่นิยมสูงสุดของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมควรเป็นไปในลักษณะของการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมผจญภัยต่างๆ ควบคู่ไปกับการเสนอภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับเป็นสถานที่พักผ่อนของครอบครัว เพราะจะทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายข้างต้น อยากที่จะเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ที่ต้องการศึกษาประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมโบราณต่างๆ ของชาติ เพื่อนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษา นอกจากกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพ ผู้จัดการ-ผู้บริหาร/นักวิชาการ/ข้าราชการ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มคือ ควรมีการจัดเจ้าหน้าที่มาให้คำแนะนำ และให้ความรู้ เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และโบราณสถานต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้มีความเข้าใจในสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุน้อย ที่ต้องการหาความแปลกใหม่ให้กับชีวิต โดยการเดินทางไปศึกษาความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ที่คนไม่เคยสัมผัส ทำกิจกรรมร่วมกับชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ และนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ที่ต้องการความเงียบสงบ ในการพักผ่อนกับครอบครัวในวันหยุด

กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งเที่ยวนันทนาการ เป็นกลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มวัยทำงาน ที่ต้องการหาความสนุกสนาน ผ่อนคลายความเมื่อยล้า และความเครียด จาก

การเรียนและการทำงาน สำหรับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวไม่นิยมแหล่งท่องเที่ยว นันทนาการเท่าไรนัก อาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยว นันทนาการในความคิดของนักท่องเที่ยว กลุ่มนี้ จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภท Bar และ Night Show ซึ่งอาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจับคู่รัก และมาจับเพื่อน มากกว่าที่จะเดินทางมา กับครอบครัว

ปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 37.0 ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเดินทาง เพราะในปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาราคาสินค้าและบริการเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะถ้าหากการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูง ก็จะส่งผลต่อนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ที่มีงบประมาณในการท่องเที่ยวต่ำ

2. ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 21.3 ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว สาเหตุนี้เป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เพราะอย่างที่ทราบกันดีว่าขณะนี้ประเทศไทยประสบปัญหาความไม่สงบภายในประเทศ ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว จึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ เพื่อความปลอดภัยของตนเองและครอบครัว และเพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีความสุข และประทับใจที่สุด โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงจะให้ความสำคัญในความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย

3. ความสะดวกด้านเวลา คิดเป็นร้อยละ 20.0 ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกด้านเวลา เนื่องจากนักท่องเที่ยวทุกคนมีภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ ความสะดวกด้านเวลาจึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่มีความสำคัญไม่แพ้กัน เพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีลักษณะการทำงานและเวลาการทำงานที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้จึงมีผลต่อรูปแบบการพักผ่อน และรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแตกต่างกัน

ข้อจำกัดในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

1. นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเท่าที่ควร
2. อาจมีปัจจัยบางตัวที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แต่ในการศึกษาครั้งนี้มิได้มีการเก็บข้อมูล
3. เนื่องจากข้อจำกัดในด้านเวลาและงบประมาณที่ใช้ในการศึกษา การเก็บข้อมูลจึงเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในภาคกลาง และภาคใต้เท่านั้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาพฤติกรรมทางเลือกแหล่งท่องเที่ยว สามารถนำมาใช้วางนโยบายเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. ประเด็นที่น่าสังเกตของสถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยก็คือ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย แต่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งหมายความว่า ประเทศไทยมีความพร้อมด้านอุปทาน แต่ยังขาดการพัฒนาในด้านอุปสงค์นั่นเอง และหากได้ศึกษานโยบายการท่องเที่ยวปัจจุบัน พบว่า นโยบายหลักคือการพัฒนาและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย โดยคาดหวังว่านโยบายดังกล่าวจะเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว แต่ไม่มีการวางนโยบายเกี่ยวกับการกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทอย่างจริงจัง การกำหนดนโยบายที่เน้นด้านอุปทานแต่เพียงอย่างเดียวนั้น ไม่สามารถทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสัมฤทธิ์ผลได้ ดังนั้นจึงควรวางนโยบายด้านอุปสงค์ไปพร้อมๆ กัน นั่นคือ ต้องทำการศึกษาว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มใดต้องการสินค้าท่องเที่ยวประเภทใด เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาด้านประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายอย่างถูกต้อง ซึ่งจากผลการศึกษาครั้งนี้คาดว่า จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านอุปสงค์ เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ เพราะผล

การศึกษาที่ได้สามารถบอกถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทได้ ดังนี้

(1) กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ กลุ่มเยาวชน และกลุ่มครอบครัว

(2) กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มสตรี และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพ ผู้จัดการ ผู้บริหาร/นักวิชาการ/ข้าราชการ ยกเว้นกลุ่มครอบครัว และกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไปที่มักไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มากนัก

(3) กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน คือ กลุ่มเยาวชน กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มครอบครัว

(4) กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมการ คือ กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มวัยทำงาน ยกเว้นกลุ่มครอบครัว ที่ไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้

2. จากผลการศึกษาพบว่า สื่อวิทยุ / โทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 27.3 ดังนั้นทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นการ โฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3. จากการสัมภาษณ์ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุด ซึ่งผู้ศึกษาพบว่า สาเหตุของปัญหาดังกล่าวคือ นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าร่องรอยของโบราณสถานที่พบเห็น บอกเล่าเรื่องราวอะไร และมีความสำคัญอย่างไร ความไม่รู้นี้เองที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ดังนั้น ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

โดยการนำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ควบคู่ไปกับการขายความสวยงามทางสถาปัตยกรรมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยในแหล่งท่องเที่ยวอาจมีการบรรยายเรื่องราวให้หลากหลาย แจกคู่มือการเข้าชม ซึ่งแม้ในปัจจุบันจะมีการดำเนินการอยู่บ้าง แต่ก็มีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ดังนั้นจึงควรมีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุปสงค์ ให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หันมาสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เพิ่มมากขึ้น

4. จากการสัมภาษณ์ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลพบว่า ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันคือ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มยังคิดภาพความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งมีผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวซ้าลดลง ดังนั้นจึงควรเสนอภาพและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาและปรับปรุงให้อยู่ในสภาพที่ดีและสวยงาม ควบคู่ไปกับการพัฒนาปรับปรุงและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่อยู่เสมอ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

5. จากการศึกษาพบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้ว ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวก็ไปที่ท่องเที่ยวในแหล่งเที่ยวนันทนาการด้วย เช่นกัน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในสมัย กระบี่ ภูเก็ต พัทยา จะมีการเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานบันเทิงยามราตรีในจังหวัดนั้นๆ ด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะ Bar และ Night Show เป็นต้น ดังนั้นทางภาครัฐจึงควรมีนโยบายการควบคุมระดับการให้บริการที่ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งเคร่งครัดในการตรวจจัดการใช้สารเสพติดเพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาสุขภาพ เสพติด อาชญากรรม และยังเป็นส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยเพิ่มขึ้นด้วย

6. จากการศึกษาพบว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับ และตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดคือ จากการบอกเล่าของเพื่อน/ญาติ ที่บอกเล่าความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่คนได้สัมผัสและประทับใจให้เพื่อน/ญาติฟัง คิดเป็นร้อยละ 50.5 จึงเป็นการประชาสัมพันธ์โดยปากต่อปากที่ได้ผลคืออย่างเห็นได้ชัด ฉะนั้นทางภาครัฐจึงควรเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ เพราะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต้องลงทุนด้วยเงินตรา แต่ได้รับผลตอบแทน

แทนกลับมาอย่างคุ้มค่า สิ่งหนึ่งที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปฏิบัติคือ พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ โดยพร้อมที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวในทุกครั้งที่มาเยือน สิ่งนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวมีการบอกต่อความประทับใจที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้นักคนอื่นได้ฟัง และชักชวนให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

7. จากการศึกษาพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งมีความเสื่อมโทรม ซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่พบในแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น ภูเก็ต สมุย พัทยา ซึ่งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรรีบเร่งแก้ไขและปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้อยู่ในสภาพดีโดยเร็ว และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงการปรับปรุงฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีแล้ว

3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากข้อจำกัดในด้านเวลาและงบประมาณที่ใช้ในการศึกษา ขนาดตัวอย่างที่ใช้จึงมีขนาดเล็ก ซึ่งอาจทำให้ค่าที่ได้มีความเอนเอียง และเกิดความผิดพลาดขึ้นได้ และในส่วนของประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้จะประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเท่านั้น ดังนั้นถ้าผู้สนใจมีเวลาและงบประมาณเพียงพอ ควรเพิ่มขนาดตัวอย่างให้มากขึ้น และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้เป็นตัวอย่างของประชากรในการศึกษาให้ครอบคลุมมากขึ้นด้วย

2. ระยะเวลาที่เก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนธันวาคม 2547 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2548 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่คาบเกี่ยวระหว่างฤดูท่องเที่ยว และนอกฤดูท่องเที่ยว แต่ในการศึกษานี้ผู้ศึกษาไม่ได้ศึกษาพฤติกรรมทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวโดยแยกเป็นช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งผู้สนใจที่จะทำการศึกษาต่อไป ควรแยกช่วงเวลาที่ทำการศึกษา เพื่อจะได้แยกความแตกต่างของพฤติกรรมทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวในช่วงฤดูท่องเที่ยว และนอกฤดูท่องเที่ยว

3. เนื่องจากเกิดเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยคลื่นยักษ์สึนามิ พัดเข้าถล่มพื้นที่ชายฝั่งทะเลทางภาคใต้ 6 จังหวัด จึงทำให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของภาคใต้ และมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทะเลทางภาคใต้ของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับการจัดเก็บข้อมูล ดังนั้นในการศึกษานี้จึงไม่ได้รับข้อมูลที่ครอบคลุมมากเพียงพอ ซึ่งถ้าจะมีการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการจัดเก็บข้อมูลในพื้นที่ชายฝั่งทะเลทางภาคใต้ทั้ง 6 จังหวัด หลังเกิดเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและครอบคลุมทุกพื้นที่

กรม
พัฒนา
การค้า

กรมพัฒนาการค้า

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กัลยา วาณิชย์บัญชา. การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows.

กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

จริยา เปรมศิลป์. การท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมและแนวโน้ม. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542

ดารา-เอกสารวิชาการ ฉบับที่ 30. ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ. กรุงเทพมหานคร : หน่วยศึกษานิเทศก์ (กรมการฝึกหัดครู), 2533

นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไอเอสพรีนติ้ง เฮ้าส์, 2536

บัณฑิต ผังนิรันดร์. เศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพมหานคร : บริษัทธรรมสาร จำกัด, 2545

เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545

เอกสารอื่นๆ

เนาวรัตน์ ปลายน้อย และคณะ. “พฤติกรรมกรการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย” คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2538

อัศวิน แสงพิบูล. “ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ทุนวิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2545

วิทยานิพนธ์

- ฉรงค์ มีนวล. “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน
จังหวัดกาญจนบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรี
นครินทรวิโรฒ, 2548
- ฉัฐกานต์ โรจนุคมะ. “ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพ
มหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542
- ทักษิณา คุมารักษ์. “ปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของเยาวชนไทย” วิทยา
นิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543
- บุณณนิกา โสคา. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาว
ต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหา
บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544
- ปวีณา โทนแก้ว. “ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคน
ไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542
- สมกมล พวงพรหม. “ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
เที่ยวต่างชาติ ในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2548

เว็บไซต์

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. <http://www.tat.or.th>.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. <http://www.tat.or.th>.

๑๒๓

ภาคผนวก



**ภาคผนวก ก.
แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา**

**แบบสอบถามเพื่อความครบถ้วนของการวิจัย
เพื่อปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต**

**เรื่อง : ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทย
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ คณะเศรษฐศาสตร์ กรุงเทพมหานคร**

แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของประชากรที่มีต่อการท่องเที่ยว

โปรดกรอกข้อความหรือขีดเครื่องหมายถูก (✓) ลงในคำตอบตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ ปี

3. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส 3. ม่าย / หย่าร้าง

4. สถานภาพการทำงาน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน / นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. รับราชการ |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 5. ธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (ระบุ)..... |

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

ประมาณ บาท

6. ระดับการศึกษาสูงสุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ประถมศึกษาและต่ำกว่าประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษาตอนต้น |
| <input type="checkbox"/> 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย | <input type="checkbox"/> 4. อนุปริญญา / ปวส. |
| <input type="checkbox"/> 5.ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> 6. สูงกว่าปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (ระบุ)..... | |

ส่วนที่ 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านมักจะเลือกในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน (เรียงลำดับความชอบ)

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> 1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เกาะแก่ง แม่น้ำ ป่าไม้ และกิจกรรมผจญภัย เช่น ล่องแก่ง ดำน้ำ ปีนเขา เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑน์ เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน เช่น หมู่บ้านชาวเขา ไร่/สวน ตลาดน้ำ หมู่บ้านชาวเล เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 4. แหล่งท่องเที่ยวทางนันทนาการ เช่น ศูนย์แสดงสินค้า สวนสนุก สถานบันเทิง โรงมหรสพ ร้านอาหาร เป็นต้น |

2. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว.....วัน

3. ระยะทางในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....กิโลเมตร

ใช้เวลาในการเดินทาง.....ชั่วโมง

4. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 2. รถประจำทาง |
| <input type="checkbox"/> 3. รถไฟ | <input type="checkbox"/> 4. รถนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 5. เครื่องบิน | <input type="checkbox"/> 6. เรือ |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (ระบุ)..... | |

5. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เดินทางคนเดียว | <input type="checkbox"/> 2. เดินทางกับครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 3. เดินทางกับกลุ่มเพื่อน | <input type="checkbox"/> 4. เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 5. เดินทางกับหน่วยงานหรือบริษัทที่ทำงาน | |
| <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (ระบุ)..... | |

6. ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน ท่านพักค้างแรมที่ใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่ได้ค้างแรม | <input type="checkbox"/> 2. โรงแรม/รีสอร์ท |
| <input type="checkbox"/> 3. โฮมสเตย์ (Home-stay) | <input type="checkbox"/> 4. บ้านพัก |
| <input type="checkbox"/> 5. บ้านญาติ/บ้านเพื่อน | |
| <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (ระบุ)..... | |

7. ในระยะเวลาหนึ่งปี ท่านเดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้ง
ประมาณ.....ครั้ง

8. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. โทรทัศน์/วิทยุ | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อน/ญาติ |
| <input type="checkbox"/> 3. INTERNET | <input type="checkbox"/> 4. นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ |
| <input type="checkbox"/> 5. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (ระบุ)..... |

9. ท่านคิดว่า อะไรเป็นปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน (เรียงลำดับความสำคัญ)

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ราคาค่าที่พัก , ค่าอาหารและเครื่องดื่ม , ค่าเดินทาง |
| <input type="checkbox"/> 2. ความสะดวกในการเดินทาง |
| <input type="checkbox"/> 3. ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 4. ความสะดวกด้านเวลา |
| <input type="checkbox"/> 5. การบริการ และการรับรองที่ไม่ได้มาตรฐาน |

10. ทำไมถึงเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่สถานที่นี้.....
.....
.....
.....

11. ท่านใช้จ่ายในการเดินทางครั้งนี้เฉลี่ยวันละ.....บาท สำหรับ.....คน
รายการค่าใช้จ่ายข้างต้นแยกเป็น

ค่าใช้จ่าย	บาท
1. ค่าที่พัก	
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	
3. ค่าพาหนะ	
4. ค่าใช้จ่ายด้านบันเทิง	
5. ค่าของที่ระลึก	

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของประชากรที่มีต่อการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	พอใช้	ไม่ดี
ด้านที่พัก					
-ราคาที่พักเหมาะสม					
-ที่พักมีปริมาณเพียงพอ					
-ความสะดวกในการจองห้องพัก					
-ความสะอาดของที่พัก , ห้องน้ำ , ถังขยะ					
-ความปลอดภัยของที่พัก					
-การให้บริการ และการรับรองนักท่องเที่ยว					
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม					
-ราคาอาหารและเครื่องดื่ม					
-ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม					
ด้านการเดินทาง					
-ค่าเดินทาง					
-ความสะดวกในการจองตั๋ว					
-ระยะทางในการเดินทาง					
-ระยะเวลาในการเดินทาง					
-ความสะดวกในการเดินทาง					
-ความปลอดภัยในการเดินทาง					
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
-การบริการ , การรับรองนักท่องเที่ยว					
-ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว , ห้องน้ำ					
-ห้องน้ำมีเพียงพอกับความต้องการ					
-ถังขยะมีเพียงพอกับความต้องการ					
-ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว					
-ความไม่แออัดไม่พลุกพล่านของนักท่องเที่ยว					
-การประชาสัมพันธ์ให้ทราบตามสื่อต่างๆ					

ท่านมีข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างไร

ด้านที่พัก.....

.....

.....

.....

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม.....

.....

.....

.....

ด้านการเดินทาง.....

.....

.....

.....

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว.....

.....

.....

.....

ด้านการบริการและการให้ความสะดวก.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

ภาคผนวก ข.
องค์การท่องเที่ยวโลก
(World Tourism Organization : WTO)

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO)

นับเป็นองค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่สำคัญที่สุด มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงมาดริด ประเทศสเปน องค์การท่องเที่ยวโลกเป็นตัวแทนของรัฐบาลของประเทศที่เป็นสมาชิกและรวมทั้งผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวใดๆ ที่อาจมี องค์การท่องเที่ยวโลกยังได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการ ให้เป็นองค์กรที่ปรึกษาในด้านการท่องเที่ยวแก่องค์การสหประชาชาติ (United Nations)

วัตถุประสงค์ขององค์การท่องเที่ยวโลกมีดังต่อไปนี้ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมุ่งหวังที่จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ ความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ สันติภาพ ความมั่งคั่งสมบูรณ์ การเคารพและรักษาสีทิมมนุษยชน ตลอดจนเสริมสภาพขั้นมูลฐานของประชาชนทั่วโลก โดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างทางเชื้อชาติ เพศ ภาษา และศาสนา

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ องค์การท่องเที่ยวโลกได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษกับผลประโยชน์ของประเทศที่กำลังพัฒนาในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องกับองค์การสหประชาชาติ ตลอดจนทบวงชำนาญพิเศษต่างๆ ขององค์การสหประชาชาติ

ความช่วยเหลือขององค์การท่องเที่ยวโลกต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่

1. ให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศกำลังพัฒนาในด้านการท่องเที่ยว
2. ปฏิบัติงานในฐานะหน่วยงานแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างประเทศสำหรับข้อมูลการท่องเที่ยว
3. สนับสนุนการนำความรู้ใหม่ๆ ไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ ในทางวิชาการที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

5. ผสมผสานนโยบายการท่องเที่ยวระหว่างประชาชาติต่างๆ โดยการจัดทำและประยุกต์ใช้หลักการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
6. กำหนดมาตรฐานเครื่องมืออุปกรณ์ คำศัพท์ ตรา และสัญลักษณ์เพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว
7. ให้คำแนะนำที่จูงใจต่อเครื่องวัดทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาระบบอำนวยความสะดวก หรือบริการใหม่ๆ แก่นักท่องเที่ยว
8. ส่งเสริมการท่องเที่ยวและสนับสนุนให้เกิดความรู้สึกรักชาติซึ่งต่อผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
9. ทำการสำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกเป็นระยะๆ
10. สร้างวิธีการในการพยากรณ์ การประเมินผล และการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถนำไปใช้โดยองค์การท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ
11. สนับสนุนและกระตุ้นให้มีการวิจัยที่จะนำไปใช้เพื่อการเปรียบเทียบตัวเลขสถิติทางการท่องเที่ยว
12. ส่งเสริมการท่องเที่ยวโลก โดยสนับสนุนให้รัฐบาลของประเทศต่างๆ ลดหรือยกเลิกมาตรการควบคุมต่างๆ ของรัฐบาลที่มีต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยว และโดยวิธีการเดียวกันนี้ ก็ให้มีการกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนในการปฏิบัติของรัฐบาลเกี่ยวกับหนังสือเดินทาง และหนังสืออนุญาตเข้าเมือง (Passports and Visas) และระเบียบปฏิบัติในแนวพรมแดนระหว่างประเทศ

ภาคผนวก ก.
ตัวเลขสถิติของนักท่องเที่ยว

เป้าหมายการท่องเที่ยวของประเทศไทยระหว่างปี 1995-2004 (ล้านบาท)

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวไทย	รายจ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวไทยเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	รายได้จากนักท่องเที่ยว ชาวไทย (ล้านบาท)
1995	52.26 (+22.53)	1,248 (-)	148,112 (-)
1996	52.47 (+0.40)	1,314 (+6.41)	157,323 (+6.20)
1997	52.05 (-0.78)	1,466 (+11.58)	180,388 (+14.66)
1998	51.68 (-0.72)	1,513 (+3.18)	187,898 (+4.16)
1999	53.62 (+3.02)	1,523 (+2.26)	203,179 (+7.42)
2000	54.74 (+2.08)	1,718 (+12.79)	210,516 (+3.61)
2001	58.62 (+7.09)	1,703 (-0.89)	223,732 (+6.28)
2002	61.82 (+5.45)	1,690 (-0.77)	235,337 (+5.19)
2003	65.10 (+5.31)	1,750 (+3.58)	301,900 (+28.28)
2004	67.12 (+3.10)	2,000 (+14.29)	362,500 (+20.07)

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ตามแผนแม่บทฯ

	ปี 2548	ปี 2553
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		
จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)	16.02	22.46
รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	538,592	859,095
วันพักเฉลี่ย (วัน)	8.2	8.5
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	4,100	4,500
นักท่องเที่ยวชาวไทย		
จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคนครั้ง)	63	72
รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	315,850	413,670

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เป้าหมายและผลการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

	แผนฯ 9		
	2545	2546	เป้าหมาย
อัตราการขยายตัวของ GDP (ณ ราคาคงที่) (%)	5.4	6.7	4.0-5.0
อัตราการขยายตัวของสาขาเกษตรกรรม (%)	3.0	6.8	2.0
อัตราการขยายตัวของสาขาอุตสาหกรรม (%)	6.8	10.3	4.5
อัตราการขยายตัวของการส่งออก (%)	12.2	8.8	6.0
ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทย (%)	1.05	-	1.1
ผลิตภาพแรงงาน (%)	2.59	-	3.0
ภาคเกษตร (%)	4.04	-	-
ภาคอุตสาหกรรม (%)	1.66	-	-
อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (%)	5.45	5.31	3.0
อัตราการขยายตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	8.17	-10.47	7.0-8.0
งบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนา (ล้านบาท)	9,721.72	8,256.50	-
ร้อยละของงบประมาณรายจ่าย	0.95	0.83	1.5
ร้อยละของ GDP	0.18	0.15	0.4

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



ภาคผนวก ง.
ผลการคำนวณด้วย Program SPSS

การคำนวณค่า Chi-Square

การคำนวณค่า Chi-Square ของเพศต่อจำนวนวันพัก

เพศ * จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว Crosstabulation

			จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					Total
			1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วัน ขึ้นไป	
เพศ	ชาย	Count	19	15	21	2	15	72
		% within เพศ	26.4%	20.8%	29.2%	2.8%	20.8%	100.0%
	หญิง	Count	102	54	85	16	71	328
		% within เพศ	31.1%	16.5%	25.9%	4.9%	21.6%	100.0%
Total		Count	121	69	106	18	86	400
		% within เพศ	30.3%	17.3%	26.5%	4.5%	21.5%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.919 ^a	4	.751
Likelihood Ratio	1.970	4	.741
Linear-by-Linear Association	.005	1	.945
N of Valid Cases	400		

a. 1 cells (10.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.24.

การคำนวณค่า Chi-Square ของอายุต่อจำนวนวันพัก

อายุ * จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว Crosstabulation

		จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					Total	
		1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วัน ขึ้นไป		
อายุ	ต่ำกว่า 30 ปี	Count	93	42	74	16	49	274
	% within อายุ		33.9%	15.3%	27.0%	5.8%	17.9%	100.0%
	31-50 ปี	Count	21	25	28	1	31	106
	% within อายุ		19.8%	23.6%	26.4%	.9%	29.2%	100.0%
	มากกว่า 50 ปี	Count	2	1	3		3	9
	% within อายุ		22.2%	11.1%	33.3%		33.3%	100.0%
Total	Count		116	68	105	17	83	389
	% within อายุ		29.8%	17.5%	27.0%	4.4%	21.3%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18.478 ^a	8	.018
Likelihood Ratio	20.028	8	.010
Linear-by-Linear Association	5.577	1	.018
N of Valid Cases	389		

a. 6 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .39.

การคำนวณค่า Chi-Square ของอาชีพต่อจำนวนวันพัก

สถานภาพการจ้างงาน * จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว Crosstabulation

		จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					Total	
		1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วัน ขึ้นไป		
สถานภาพการจ้างงาน	นักเรียน/นักศึกษา	Count	80	34	62	16	44	236
	% within สถานภาพการจ้างงาน		33.9%	14.4%	26.3%	6.8%	18.6%	100.0%
	รับราชการ	Count	3	2	3		3	11
	% within สถานภาพการจ้างงาน		27.3%	18.2%	27.3%		27.3%	100.0%
	พนักงานบริษัทเอกชน	Count	11	7	13	1	7	39
	% within สถานภาพการจ้างงาน		28.2%	17.9%	33.3%	2.6%	17.9%	100.0%
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	Count	16	18	16	1	28	79
	% within สถานภาพการจ้างงาน		20.3%	22.8%	20.3%	1.3%	35.4%	100.0%
	ธุรกิจส่วนตัว	Count	2	1	4			7
	% within สถานภาพการจ้างงาน		28.6%	14.3%	57.1%			100.0%
	อื่นๆ	Count	9	7	8		4	28
	% within สถานภาพการจ้างงาน		32.1%	25.0%	28.6%		14.3%	100.0%
Total	Count		121	69	106	18	86	400
	% within สถานภาพการจ้างงาน		30.3%	17.3%	26.5%	4.5%	21.5%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29.271 ^a	20	.083
Likelihood Ratio	31.782	20	.046
Linear-by-Linear Association	.528	1	.467
N of Valid Cases	400		

a. 14 cells (46.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .32.

การคำนวณค่า Chi-Square ของระดับการศึกษาต่อจำนวนวันพัก

ระดับการศึกษา * จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว Crosstabulation

ระดับการศึกษา		จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					Total
		1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วัน ขึ้นไป	
มัธยมศึกษาตอนต้น	Count	11	6	10	3	7	37
	% within ระดับการศึกษา	29.7%	16.2%	27.0%	8.1%	18.9%	100.0%
มัธยมศึกษาตอนปลาย	Count	27	7	24	4	13	75
	% within ระดับการศึกษา	36.0%	9.3%	32.0%	5.3%	17.3%	100.0%
อนุปริญญาโทศ.	Count	39	19	23	5	23	109
	% within ระดับการศึกษา	35.8%	17.4%	21.1%	4.6%	21.1%	100.0%
ปริญญาตรี	Count	29	27	38	4	33	131
	% within ระดับการศึกษา	22.1%	20.6%	29.0%	3.1%	25.2%	100.0%
สูงกว่าปริญญาตรี	Count	2	4	4	1	3	14
	% within ระดับการศึกษา	14.3%	28.6%	28.6%	7.1%	21.4%	100.0%
อื่นๆ	Count	13	6	7	1	7	34
	% within ระดับการศึกษา	38.2%	17.6%	20.6%	2.9%	20.6%	100.0%
Total	Count	121	69	106	18	86	400
	% within ระดับการศึกษา	30.3%	17.3%	26.5%	4.5%	21.5%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.933 ^a	20	.592
Likelihood Ratio	18.606	20	.548
Linear-by-Linear Association	.236	1	.627
N of Valid Cases	400		

a. 9 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .63.

การคำนวณค่า Chi-Square ของรายได้ต่อจำนวนวันพัก

รายได้ * จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว Crosstabulation

			จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					Total
			1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วัน ขึ้นไป	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	Count	100	44	72	16	54	286
		% within รายได้	35.0%	15.4%	25.2%	5.6%	18.9%	100.0%
	10,001-20,000 บาท	Count	15	18	24	1	16	74
		% within รายได้	20.3%	24.3%	32.4%	1.4%	21.6%	100.0%
	20,001-30,000 บาท	Count	4	5	8	1	10	28
		% within รายได้	14.3%	17.9%	28.6%	3.6%	35.7%	100.0%
	30,001-40,000 บาท	Count	1	2	2		5	10
		% within รายได้	10.0%	20.0%	20.0%		50.0%	100.0%
	มากกว่า 40,000 บาท	Count	1				1	2
		% within รายได้	50.0%				50.0%	100.0%
Total		Count	121	69	106	18	86	400
		% within รายได้	30.3%	17.3%	26.5%	4.5%	21.5%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24.599 ^a	16	.077
Likelihood Ratio	25.904	16	.055
Linear-by-Linear Association	9.326	1	.002
N of Valid Cases	400		

a. 13 cells (52.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .09.

การคำนวณค่า Chi-Square ของค่าใช้จ่ายต่อจำนวนวันพัก

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง * จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว Crosstabulation

		จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					Total
		1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วัน ขึ้นไป	
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง: ต่ำกว่า 500 บาท	Count	72	20	41	10	31	174
	% within ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	41.4%	11.5%	23.6%	5.7%	17.8%	100.0%
501-1,000 บาท	Count	22	20	20	2	22	86
	% within ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	25.6%	23.3%	23.3%	2.3%	25.6%	100.0%
1,001-2,000 บาท	Count	14	18	25	4	18	79
	% within ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	17.7%	22.8%	31.6%	5.1%	22.8%	100.0%
มากกว่า 2,000 บาท	Count	13	11	19	1	15	59
	% within ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	22.0%	18.6%	32.2%	1.7%	25.4%	100.0%
Total	Count	121	69	105	17	86	398
	% within ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	30.4%	17.3%	26.4%	4.3%	21.6%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.013 ^a	12	.008
Likelihood Ratio	27.689	12	.006
Linear-by-Linear Association	6.101	1	.014
N of Valid Cases	398		

a. 3 cells (15.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.52.

การคำนวณค่า Chi-Square ของระยะทางต่อจำนวนวันพัก

ระยะทางในการเดินทางไปยังห้องเที่ยว - จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว Crosstabulation

		จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					Total
		1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วัน ขึ้นไป	
ระยะทางในการเดินทางไปยังห้องเที่ยว < 300 กิโลเมตร	Count	94	44	57	6	18	219
	% within ระยะทางในการเดินทางไปยังห้องเที่ยว	42.9%	20.1%	26.0%	2.7%	8.2%	100.0%
301-500 กิโลเมตร	Count	6	8	15	2	15	46
	% within ระยะทางในการเดินทางไปยังห้องเที่ยว	13.0%	17.4%	32.6%	4.3%	32.6%	100.0%
501-1,000 กิโลเมตร	Count	11	7	18	5	41	82
	% within ระยะทางในการเดินทางไปยังห้องเที่ยว	13.4%	8.5%	22.0%	6.1%	50.0%	100.0%
มากกว่า 1,000 กิโลเมตร ขึ้นไป	Count	2	3	6	3	1	15
	% within ระยะทางในการเดินทางไปยังห้องเที่ยว	13.3%	20.0%	40.0%	20.0%	6.7%	100.0%
Total	Count	113	62	96	16	75	362
	% within ระยะทางในการเดินทางไปยังห้องเที่ยว	31.2%	17.1%	26.5%	4.4%	20.7%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	96.587 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	91.856	12	.000
Linear-by-Linear Association	60.073	1	.000
N of Valid Cases	362		

a. 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .66.

การคำนวณค่า Chi-Square ของระยะเวลาต่อจำนวนวันพัก

ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง * จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว Cross tabulation

		จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว					Total
		1 วัน	2 วัน	3 วัน	4 วัน	5 วัน ขึ้นไป	
ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง ต่ำกว่า 5 ชั่วโมง	Count	100	52	72	5	32	261
	% within ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง	38.3%	19.9%	27.6%	1.9%	12.3%	100.0%
6-10 ชั่วโมง	Count	12	8	16	8	31	75
	% within ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง	16.0%	10.7%	21.3%	10.7%	41.3%	100.0%
มากกว่า 10 ชั่วโมง	Count	2	4	9	3	14	32
	% within ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง	6.3%	12.5%	28.1%	9.4%	43.8%	100.0%
Total	Count	114	64	97	16	77	368
	% within ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง	31.0%	17.4%	26.4%	4.3%	20.9%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	65.100 ^a	8	.000
Likelihood Ratio	64.299	8	.000
Linear-by-Linear Association	51.352	1	.000
N of Valid Cases	368		

a. 2 cells (13.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.39.

การคำนวณค่า Chi-Square ของเพศต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

เพศ * ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ Crosstabulation

			ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้				Total
			ต่ำกว่า 500 บาท	501-1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	มากกว่า 2,000 บาท	
เพศ	ชาย	Count	27	17	20	8	72
		% within เพศ	37.5%	23.6%	27.8%	11.1%	100.0%
	หญิง	Count	147	69	59	51	326
		% within เพศ	45.1%	21.2%	18.1%	15.6%	100.0%
Total		Count	174	86	79	59	398
		% within เพศ	43.7%	21.6%	19.8%	14.8%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.542 ^a	3	.209
Likelihood Ratio	4.392	3	.222
Linear-by-Linear Association	.323	1	.570
N of Valid Cases	398		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.67.

การคำนวณค่า Chi-Square ของอายุต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

อายุ * ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ Crosstabulation

			ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้				Total
			ต่ำกว่า 500 บาท	501-1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	มากกว่า 2,000 บาท	
อายุ	ต่ำกว่า 30 ปี	Count	136	49	46	41	272
		% within อายุ	50.0%	18.0%	16.9%	15.1%	100.0%
	31-50 ปี	Count	32	30	29	15	106
		% within อายุ	30.2%	28.3%	27.4%	14.2%	100.0%
	มากกว่า 50 ปี	Count	2	3	2	2	9
		% within อายุ	22.2%	33.3%	22.2%	22.2%	100.0%
Total		Count	170	82	77	58	387
		% within อายุ	43.9%	21.2%	19.9%	15.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.828 ^a	6	.010
Likelihood Ratio	16.956	6	.009
Linear-by-Linear Association	6.033	1	.014
N of Valid Cases	387		

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.35.

การคำนวณค่า Chi-Square ของอาชีพต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

สถานภาพการทำงาน * ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ Crosstabulation

		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้				Total	
		ต่ำกว่า 500 บาท	501-1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	มากกว่า 2,000 บาท		
สถานภาพการทำงาน	นักเรียน/นักศึกษา	Count	120	40	36	38	234
	% within สถานภาพการทำงาน		51.3%	17.1%	15.4%	16.2%	100.0%
	รับราชการ	Count	2	3	5	1	11
	% within สถานภาพการทำงาน		18.2%	27.3%	45.5%	9.1%	100.0%
	พนักงานบริษัทเอกชน	Count	13	11	9	6	39
	% within สถานภาพการทำงาน		33.3%	28.2%	23.1%	15.4%	100.0%
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	Count	18	27	23	11	79
	% within สถานภาพการทำงาน		22.8%	34.2%	29.1%	13.9%	100.0%
	ธุรกิจส่วนตัว	Count	4	3			7
	% within สถานภาพการทำงาน		57.1%	42.9%			100.0%
	อื่นๆ	Count	17	2	6	3	28
	% within สถานภาพการทำงาน		60.7%	7.1%	21.4%	10.7%	100.0%
Total	Count		174	86	79	59	398
	% within สถานภาพการทำงาน		43.7%	21.6%	19.8%	14.8%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	41.825 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	44.796	15	.000
Linear-by-Linear Association	.796	1	.372
N of Valid Cases	398		

a. 9 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.04.

การคำนวณค่า Chi-Square ของระดับการศึกษาต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา * ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ Crosstabulation

			ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้				Total
			ต่ำกว่า 500 บาท	501-1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	มากกว่า 2,000 บาท	
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	Count	12	6	9	8	35
		% within ระดับการศึกษา	34.3%	17.1%	25.7%	22.9%	100.0%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	Count	37	16	10	12	75
		% within ระดับการศึกษา	49.3%	21.3%	13.3%	16.0%	100.0%
	อนุปริญญาปวศ.	Count	58	22	24	5	109
		% within ระดับการศึกษา	53.2%	20.2%	22.0%	4.6%	100.0%
	ปริญญาตรี	Count	43	37	27	24	131
		% within ระดับการศึกษา	32.8%	28.2%	20.6%	18.3%	100.0%
	สูงกว่าปริญญาตรี	Count	4	2	7	1	14
		% within ระดับการศึกษา	28.6%	14.3%	50.0%	7.1%	100.0%
	อื่นๆ	Count	20	3	2	9	34
		% within ระดับการศึกษา	58.8%	8.8%	5.9%	26.5%	100.0%
Total		Count	174	86	79	59	398
		% within ระดับการศึกษา	43.7%	21.6%	19.8%	14.8%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	41.890 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	44.276	15	.000
Linear-by-Linear Association	.183	1	.669
N of Valid Cases	398		

a. 3 cells (12.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.08.

การคำนวณค่า Chi-Square ของรายได้ต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

รายได้ * ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ Crosstabulation

			ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้				Total
			ต่ำกว่า 500 บาท	501-1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	มากกว่า 2,000 บาท	
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	Count	143	51	47	43	284
		% within รายได้	50.4%	18.0%	16.5%	15.1%	100.0%
	10,001-20,000 บาท	Count	17	23	23	11	74
		% within รายได้	23.0%	31.1%	31.1%	14.9%	100.0%
	20,001-30,000 บาท	Count	9	9	7	3	28
		% within รายได้	32.1%	32.1%	25.0%	10.7%	100.0%
	30,001-40,000 บาท	Count	5	3	1	1	10
		% within รายได้	50.0%	30.0%	10.0%	10.0%	100.0%
	มากกว่า 40,000 บาท	Count			1	1	2
		% within รายได้			50.0%	50.0%	100.0%
Total		Count	174	86	79	59	398
		% within รายได้	43.7%	21.6%	19.8%	14.8%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29.192 ^a	12	.004
Likelihood Ratio	30.114	12	.003
Linear-by-Linear Association	3.580	1	.058
N of Valid Cases	398		

a. 9 cells (45.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .30.

การคำนวณค่า Chi-Square ของระยะทางต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ระยะทางในการเดินทางไปยังพื้นที่ - ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ Cross-tabulation

		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้				Total
		ต่ำกว่า 500 บาท	501-1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	มากกว่า 2,000 บาท	
ระยะทางในการเดินทางไปยังพื้นที่ < 300 กิโลเมตร	Count	100	48	42	29	219
	% within ระยะทางในการเดินทางไปยังพื้นที่	45.7%	21.9%	19.2%	13.2%	100.0%
301-500 กิโลเมตร	Count	21	13	10	2	46
	% within ระยะทางในการเดินทางไปยังพื้นที่	45.7%	28.3%	21.7%	4.3%	100.0%
501-1,000 กิโลเมตร	Count	28	15	22	17	82
	% within ระยะทางในการเดินทางไปยังพื้นที่	34.1%	18.3%	26.8%	20.7%	100.0%
มากกว่า 1,000 กิโลเมตร ขึ้นไป	Count	6	4		3	13
	% within ระยะทางในการเดินทางไปยังพื้นที่	46.2%	30.8%		23.1%	100.0%
Total	Count	155	80	74	51	360
	% within	43.1%	22.2%	20.6%	14.2%	100.0%
	ระยะทางในการเดินทางไปยังพื้นที่					

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.681 ^a	9	.100
Likelihood Ratio	18.005	9	.035
Linear-by-Linear Association	3.100	1	.078
N of Valid Cases	360		

a. 3 cells (18.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.84.

การคำนวณค่า Chi-Square ของระยะเวลาต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการเดินทาง * ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ Crosstabulation

		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้				Total
		ต่ำกว่า 500 บาท	501-1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	มากกว่า 2,000 บาท	
ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง ต่ำกว่า 5 ชั่วโมง	Count	120	60	50	31	261
	% within ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง	46.0%	23.0%	19.2%	11.9%	100.0%
6-10 ชั่วโมง	Count	26	11	21	17	75
	% within ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง	34.7%	14.7%	28.0%	22.7%	100.0%
มากกว่า 10 ชั่วโมง	Count	12	8	3	7	30
	% within ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง	40.0%	26.7%	10.0%	23.3%	100.0%
Total	Count	158	79	74	55	366
	% within ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง	43.2%	21.6%	20.2%	15.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.017 ^a	6	.029
Likelihood Ratio	13.938	6	.030
Linear-by-Linear Association	4.830	1	.028
N of Valid Cases	366		

a. 1 cells (8.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.51.

ผลการ Run Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ระยะทางการเดินทางไปที่ชว, รายได้ ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.522 ^a	.272	.266	1.53207

a. Predictors: (Constant), ระยะทางการเดินทางไปที่ชว, รายได้

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191.666	2	95.833	40.828	.000 ^a
	Residual	511.701	218	2.347		
	Total	703.367	220			

a. Predictors: (Constant), ระยะทางการเดินทางไปที่ชว, รายได้

b. Dependent Variable: จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.664	.193		8.614	.000
	รายได้	1.590E-05	.000	.088	1.517	.131
	ระยะทางการเดินทางไปที่ชว	2.757E-03	.000	.508	8.768	.000

a. Dependent Variable: จำนวนวันพักในการท่องเที่ยว

ผลการ Run Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	อายุ, เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับที่ท่า, ระยะเวลาในการเดินทาง, รายได้		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.477 ^a	.227	.212	1785.58828

a. Predictors: (Constant), อายุ, เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับที่ท่า, ระยะเวลาในการเดินทาง, รายได้

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188587776.226	4	47146944.057	14.787	.000 ^a
	Residual	640853426.128	201	3188325.503		
	Total	829441202.354	205			

a. Predictors: (Constant), อายุ, เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับที่ท่า, ระยะเวลาในการเดินทาง, รายได้

b. Dependent Variable: ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	440.150	454.103		.969	.334
	รายได้	6.070E-02	.018	.301	3.439	.001
	เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับที่ท่า	479.286	75.529	.395	6.346	.000
	ระยะเวลาในการเดินทาง	78.936	36.186	.139	2.181	.030
	อายุ	-29.967	16.002	-.164	-1.873	.063

a. Dependent Variable: ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

นางสาวประทานพร สัจจ์นุกุล เกิดวันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2521 ที่จังหวัด นครศรีธรรมราช สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีบัญชีบัณฑิต คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย์ ในปีการศึกษา 2545 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เมื่อ พ.ศ. 2545