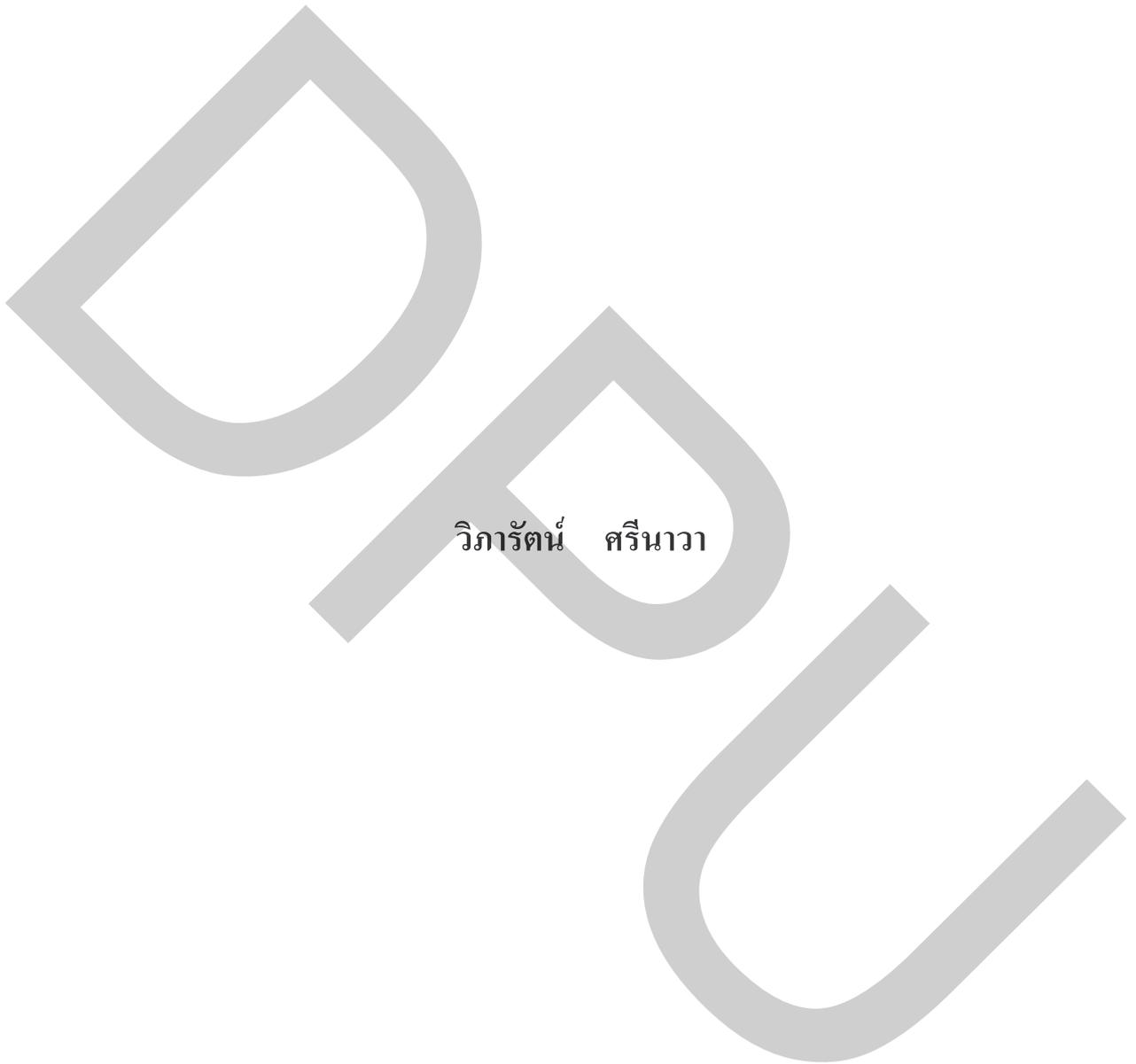


ความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



วิภารัตน์ ศรีนาวา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2552

Opinion on Tourism Policy



WIPARAT SRINAWA

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Business Administration

Department of Business Administration

Graduate School Dhurakij Pundit University

2009

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ชื่อนักศึกษา	วิภารัตน์ ศรีนาวา
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติลลดา พงศ์ยี่หล้า
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ (การตลาด)
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษากับนักท่องเที่ยวชาวไทย และเก็บขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน โดยช่วงระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก เดินทางโดยใช้รถส่วนตัว เลือกพักค้างคืนในโรงแรม มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 2,501-5,000 บาท
2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
3. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีความเห็นไม่แตกต่างกัน ยกเว้นนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ
4. นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าใช้ได้ผล โดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ
5. นักท่องเที่ยวที่มีวิธีเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมแตกต่างกัน เพื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวมีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง นโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะ

ความสามารถ และนโยบายการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยวิธีอื่น



Thesis Title : Opinion on Tourism Policy
Name : Wiparat Srinawa
Thesis Advisor : Asst. Prof. Dr. Adilla Pongyeela
Department : Business Administration (Marketing)
Academic Year : 2009

ABSTRACT

This research aims to study and compare the opinion of tourists in Bangkok area related to Tourism Authority of Thailand Policy. The population comprises of tourists in Bangkok area who traveled domestically during a year. The research aims to study the opinion of Thai tourists. The sample size of 400 is collected through the usage of closed-end questionnaires. Percentage, average, standard deviation, t-test, and F-test are used to calculate the results. The research findings are as follows:

1. Most tourists traveled domestically for relaxation. The schedule travel time would depend on the time of conveniences. Further, the tourists preferred mode of transportation is private vehicle. In addition, they preferred to stay in the hotel. Their traveling expenditure is between 2,501-5,000 Baht.

2. Overall, it is found that tourists in Bangkok area strongly agree with Tourism Authority of Thailand policy.

3. Overall, tourists who have different tourism behavior related to schedule travel time has no significant difference on the opinion about Tourism Authority of Thailand policy. When we consider income, it is found that most tourists have no different opinion about the policy.

4. Overall, tourists who have different purposes for traveling hold different opinion on the effective of Tourism Authority of Thailand Policy. This includes development and promotion of capacity building for its personnel.

5. Overall, tourists who uses different mode of transportation have significant different opinion about Tourism Authority of Thailand Policy. When we consider income, it is found that tourism policy has only secondary effects on tourism attractions. In addition, the

finding indicates that there are different in tourist opinions on policy of development and promotion of capacity building for its personnel as well as policy of provision for security and convenience of tourists. Tourists who travel by public transportation agree more with Tourism Authority of Thailand than other tourist groups who travel by other modes of transportation.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ ผู้เขียนได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติลล่ำ พงศ์ยี่ห้ำ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษา แนะนำ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยและกำลังใจในการดำเนินการวิจัย โดยตลอดทุกขั้นตอน รวมทั้งข้อเสนอแนะอันทรงคุณค่า จากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง ในความกรุณาและขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ พนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้ ข้อมูล และอำนวยความสะดวกต่างๆ

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้ให้ความรักและความเมตตา แก่ผู้วิจัย ขอบคุณญาติ พี่น้อง หลานทุกคน เพื่อนๆ และผู้มีส่วนร่วมทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและให้ กำลังใจมาโดยตลอด

วิภารัตน์ ศรีนาวา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฒ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์.....	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	6
2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน.....	10
2.3 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522.....	14
2.4 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	15
2.5 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.).....	20
2.6 นโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	22
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	23
2.8 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	35
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย.....	36
3.2 ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	37
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
3.4 เกณฑ์การแปลความของค่าเฉลี่ย.....	39
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้.....	39
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์.....	42
4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร.....	44
4.3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	47
4.4 การทดสอบสมมติฐาน.....	55
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	93
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	93
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	99
5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา.....	108
บรรณานุกรม.....	111
ภาคผนวก.....	116
แบบสอบถาม.....	117
ประวัติผู้เขียน.....	122

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางคำถาม 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภคร (7Os).....	27
3.2 ตารางแสดงสถานที่การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	42
4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร.....	44
4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานครต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	47
4.4 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานครต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวม.....	54
4.5 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศ.....	56
4.6 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศอายุ.....	57
4.7 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีอายุแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต.....	59
4.8 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีอายุแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน.....	60
4.9 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีอายุแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว.....	61

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามวุฒิการศึกษา.....	62
4.11 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต.....	63
4.12 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง.....	64
4.13 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน.....	65
4.14 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ.....	65
4.15 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว.....	66
4.16 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ.....	67
4.17 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต.....	68
4.18 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย.....	69

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย.....	70
4.20 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ.....	71
4.21 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว.....	72
4.22 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามสถานภาพ.....	73
4.23 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว.....	74
4.24 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามรายได้.....	75
4.25 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต.....	77
4.26 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย.....	78
4.27 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน.....	79

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านช่วงเวลาในการท่องเที่ยว (ท่องเที่ยวเมื่อไหร่ /เวลาใด) กับความคิดเห็น ด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร.....	80
4.29 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีช่วงเวลาในการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อนโยบาย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้านการพัฒนาและ ส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ.....	81
4.30 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว กับความคิดเห็นด้านเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) นโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร.....	82
4.31 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต.....	84
4.32 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์ ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แตกต่างกัน ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย.....	85
4.33 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แตกต่างกัน ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน.....	86

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.34 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แตกต่างกัน ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ.....	87
4.35 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว.....	88
4.36 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับวิถีเดินทางท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) กับความคิดเห็น ด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร.....	89
4.37 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) แตกต่างกัน ต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง.....	90
4.38 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) แตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ.....	91
4.39 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) แตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว.....	92

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 รูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค.....	25
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย.....	36

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน “ การท่องเที่ยว ” เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งในหลายๆ ประเทศทั่วโลกโดยเฉพาะประเทศไทย การท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมด้านการให้บริการที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ ประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศมีจำนวนเพิ่มขึ้นทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพภายในประเทศและเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศแต่ในขณะเดียวกัน คนไทยก็เริ่มนิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการที่จะชักจูงให้คนไทยได้ท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เพื่อป้องกันเงินตรารั่วไหลออกนอกประเทศ โดยการรณรงค์ประกาศให้ปี 2551 เป็นปี “ไทยเที่ยวไทยให้สนุกเต็มความสุขให้ชีวิต” อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดเป้าหมายทางการท่องเที่ยวโดยการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย ซึ่งนโยบายการท่องเที่ยวนั้นจะเป็นการพัฒนาขีดความสามารถการจัดทำกลยุทธ์ เพื่อดำเนินการไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ภายใต้กรอบพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ดังนั้นรัฐบาลจึงได้หันมาให้ความสนใจและให้การสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยถือเป็นนโยบายที่สำคัญของการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ภัตตาคาร ธุรกิจการค้า และของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้จะขายบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมประกอบด้วย การผลิตสินค้าเกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรม พื้นบ้านต่างๆ ส่งผลิตรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกระจายออกไปสู่หลายอาชีพ และหลายท้องถิ่น โดยเฉพาะท้องถิ่นที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว และจากการที่รัฐบาลให้การสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ มีการลงทุน และขยายกิจการอันเป็นผลให้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมแต่ก็ไม่ได้เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงโดยตรง การเปลี่ยนแปลงของ

วัฒนธรรมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของผู้ประสบกับวัฒนธรรมและเป็นการตัดสินใจจากความคิดที่เกิดจากความรู้สึก

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการวัดระดับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว เพื่อเปรียบเทียบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นหรือไม่ ซึ่งการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวไทยมีการพัฒนาในด้านต่างๆ และมีวิถีทางสู่ความก้าวหน้าไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวมีคุณภาพ มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการกระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัด และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านอันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาคในตลาดท่องเที่ยวระดับโลก

ทั้งนี้ รัฐบาลได้กำหนดนโยบายด้านการบริการ และการท่องเที่ยว ให้การท่องเที่ยวเป็นหนทางสำคัญของการนำรายได้ที่เป็นกระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ รัฐบาลยังมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพ และมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการ รวมทั้งยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการ ทั้งด้านการพัฒนาภาคบริการ และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นเรื่องหลัก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงเร่งปรับกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยภาพสถานการณ์ที่ตอกย้ำเรื่องท่องเที่ยวตลอดช่วงต้นปีจนถึงกลางปี อาทิ การเกิดความร่วมมือกันของ 6 ประเทศ ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงรวมทั้งไทย ซึ่งร่วมกันวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยมีการวางเป้าหมายเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คือ ประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และพัฒนา 3 เส้นทางถนนสู่เวียงคานาม

การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัจจัยหลักที่เป็นแรงผลักดันให้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศขยายตัวมากขึ้นจากอดีตถึงปัจจุบัน คือการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร และการเพิ่มขึ้นของรายได้ต่อหัวของประชากรในแต่ละประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่มีรายได้ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงจะเป็นกลุ่มที่มีการเติบโตของการท่องเที่ยวสูงตามไปด้วย ส่วนการตัดสินใจเลือกจะไปเที่ยวที่ไหน เส้นทางไหน ช่วงเวลาไหน งบประมาณเท่าไร จึงเป็นเรื่องที่นักท่องเที่ยวต้องคิดให้รอบคอบถี่ถ้วนเพราะนอกเหนือจากราคา คุณภาพของสินค้าและบริการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อีกทั้งคุณลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยว เช่น รายได้ อายุ

เพศ การศึกษา เชื้อชาติ รสนิยม และทัศนคติเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรม และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว แต่สิ่งที่กำลังกลายเป็นปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก็คือ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีมากกว่า 700 แห่งทั่วประเทศ กิจกรรมต่างๆ วัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนวิถีชีวิตอันน่าสนใจ สะท้อนให้เห็นอารยธรรมทางคุณค่า มีลักษณะเด่นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มีการจัดการท่องเที่ยวที่ใช้เส้นทางลัดไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ ประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศต่างพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดเงินตราต่างประเทศ เพื่อสร้างรายได้และการจ้างงานให้กับคนท้องถิ่น แม้กระทั่งประเทศสังคมนิยมที่เพิ่งจะเริ่มเปิดประเทศอย่างเช่น อินโดจีนและยุโรปตะวันออก ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นภาคบุกเบิกที่จะนำผลมาสู่ระบบเศรษฐกิจด้วยการลงทุนที่ไม่สูงนัก และอีกหลายประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในระดับ 1-3 ของ 10 ลำดับ อุตสาหกรรมสำคัญของประเทศ

การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากรัฐบาลมาตั้งแต่ปี 2522 เป็นต้นมาได้มีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 ถึงฉบับที่ 7 นั้น รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยต่างก็ให้ความสำคัญกับแผนการท่องเที่ยว ซึ่งมีประโยชน์ในด้านการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ทั้งด้านวัตถุดิบ และเทคโนโลยี สร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินภายในประเทศ ก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ สร้างการจ้างงานให้กับประเทศ สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศนับว่ามีความสำคัญไม่น้อย เพราะนอกจากจะเป็นการปูพื้นฐาน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างประชาติแล้ว ยังให้ประโยชน์ในแง่การสงวนเงินตราไม่ให้รั่วไหลออกนอกประเทศ ช่วยปลูกฝังความรัก ความภาคภูมิใจในความเป็นคนไทย หวงแหนทรัพยากรของชาติ และประโยชน์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่างๆ เป็นผู้ที่มีหูตากว้างไกลได้รับประสบการณ์ความรู้ในหลายๆ ด้าน อันอาจก่อให้เกิดแนวความคิดที่จะกลับมาแก้ไขปัญหาท้องถิ่นตน และพัฒนาให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

ดังนั้น นโยบายที่จะใช้ในการชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางภายในประเทศจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่ง ททท. ก็ได้กำหนดขึ้นมาแล้วข้างต้น การศึกษาครั้งนี้จึงต้องสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรับทราบข้อมูลย้อนกลับว่านโยบายถูกตอบสนองในระดับใด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 สมมติฐานของงานวิจัย

1. นักท่องเที่ยวมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

1. ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย กำหนดให้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งชายและหญิง ที่ภายใน 1 ปี เคยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
2. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้เน้นศึกษา

 - ความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - พฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย
3. ขอบเขตเวลา

ศึกษาในปี พ.ศ. 2551 (เดือนกันยายน)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เป็นข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะนำไปใช้วางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป
2. เป็นข้อมูลสำหรับผู้ทำวิจัยในครั้งต่อไป ที่มีเนื้อหาเป็นไปในแนวทางเดียวกัน
3. เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวประเทศไทย (ททท.) ทำการปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องจากข้อค้นพบจากการที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1.6 นิยามศัพท์ทางปฏิบัติการ

ททท. ย่อมาจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นโยบายการท่องเที่ยว เป็นนโยบายที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางผลักดันทางด้านความคิดผ่านนโยบายและแผน โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพเป็นหลัก เพื่อเป็นแนวทางสู่ความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวของไทย ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้คัดเลือกเฉพาะประเด็นต่อไปนี้

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนา คุณภาพชีวิตของประชาชน
2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น
5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน
6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะ และขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว
7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e-Tourism)
8. ส่งเสริมการอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางชาวไทยที่ไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว ในที่นี้หมายถึงนักท่องเที่ยวไทย และเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง “ความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ได้นำแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์เพื่อความเข้าใจถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยกรอบในการศึกษาวิเคราะห์ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน
- 2.3 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522
- 2.4 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.5 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
- 2.6 นโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2550 – 2554
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.8 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศ จึงสมควรให้มีการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้น เพื่อเป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งหลาย อันก่อให้เกิดการประสานงานอย่างมีระบบกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่า ภาครัฐหรือภาคเอกชนเสนอแนวนโยบายที่สำคัญส่งเสริมให้มีระบบการรับรองคุณภาพระบบมาตรฐาน และระบบประกันคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยวและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้มีการดำเนินการอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรม และมีจรรยาบรรณ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมประเภทรนี้ให้มีการพัฒนาก้าวหน้าต่อไป

Hunziker and Krapf (อ้างถึง วิชัย เทียนน้อย, 2540 : 1) ได้ให้ความหมาย ท่องเที่ยว คือ ปรากฏการณ์หรือความสัมพันธ์ที่เกิดจากการเดินทาง และพักค้างคืนที่อื่นเป็นการชั่วคราวโดยมิได้ประกอบอาชีพ

การท่องเที่ยว (Tourism) คำว่าการท่องเที่ยวนี้มีความหมายกว้างขวางมาก แต่สามารถกำหนดได้โดยมีเงื่อนไขที่สำคัญ 3 ประการ ซึ่งเป็นเงื่อนไขตามหลักสากลโดยเฉพาะขององค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548 : 12) คือ

1. ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในกรณีนั้น

องค์การสหประชาชาติ (อ้างถึงในยุพดี เสตพรรณ, 2543 : 287) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิง รื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุม แต่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐานหรือไปพักผ่อนอยู่เป็นการถาวร

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไข (ปรีชา แดงโรจน์, 2544 : 29) ที่เกี่ยวข้องกับอยู่ 3 ประการ คือ

1. ต้องมีการเดินทาง
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมชม
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการเดินทางไปพักผ่อนของบุคคลใดๆ ณ สถานที่ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยตามปกติ โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่าง เพื่อพักผ่อน ทำธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ โดยระยะเวลาที่ไปเยือนนั้นต้องไม่เป็นเวลาที่ต่อเนื่องกันเกิน 1 ปี (World Tourism Organization, 1998) นอกจากนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544 : 58) ยังได้กล่าวถึง Mc Intosh (1972) ซึ่งได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยว ว่าเป็นกระบวนการนั้นหนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างซึ่งมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ้างถึงในยุพดี เสตพรรณ, 2543 : 287) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขที่กำหนดเป็นสากล 3 ประการ ได้แก่

1. เดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นชั่วคราว
2. เดินทางโดยสมัครใจ
3. มีค่าใช้จ่ายไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และไม่ใช่นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในจังหวัดที่เดินทางไป โดยที่จุดประสงค์ของการเดินทางไม่เฉพาะเพื่อการพักผ่อน หรือสนุกสนาน

รื่นเรียง แต่รวมถึงเพื่อประชุมสัมมนา ศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา ติดต่อธุรกิจหรือเยี่ยมญาติ ซึ่งจำแนกรูปแบบของการท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

ประเภทที่ 1 การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น การศึกษาธรรมชาติ การพักผ่อนหย่อนใจ ชื่นชมธรรมชาติ การผจญภัย ฯลฯ

ประเภทที่ 2 การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น การท่องเที่ยววิถีชีวิต ชุมชนการชมการแสดงทางศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม และการเยี่ยมชมแหล่งประวัติศาสตร์

ประเภทที่ 3 การท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ การประชุมสัมมนา ธุรกิจ และการบันเทิง การกีฬา เป็นต้น (ดร.ชนันท์ เอ็มพันธุ์, 2546 : 119)

2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย

2.1.2.1 ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก

2.1.2.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผล ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น

2.1.2.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค

2.1.2.4 การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดผลดีในรูปการผลิตสินค้าพื้นเมือง สินค้าของที่ระลึก ตลอดจนบริการในท้องถิ่น

2.1.2.5 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ และผลผลิตขายได้ทุกเวลา

2.1.2.6 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อมลดการว่างงานประชากรมีรายได้เพิ่ม

2.1.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศ หรือต่างประเทศ ในที่นี้จะกล่าวถึงการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1.3.1 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

2.1.3.2 จำนวนสมาชิกในการเดินทางท่องเที่ยว

2.1.3.3 จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละปี

2.1.3.4 การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ

2.1.3.5 การเลือกสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนั้นๆ โดยจะต้องมีการพักแรมระยะเวลาอย่างน้อย 1 คืน

เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอันเป็นรายได้หลักแหล่งหนึ่งของไทย โดยการศึกษาคูคนักท่องเที่ยวในระยะยาว ควรมีการส่งเสริมการลงทุนอันเป็น โครงสร้างพื้นฐาน และอำนวยความสะดวกที่เกี่ยข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว ที่รองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยข้องกับการบริการนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวในประเทศเดินทางท่องเที่ยวให้มากขึ้น

2.1.4 หลักการตลาดในธุรกิจการท่องเที่ยว

การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง แนวความคิด หรือปรัชญาทางด้านการจัดการที่มุ่งเน้น ไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากร การท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการ เพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้จะเห็นได้ว่าจากคำจำกัดความข้างต้นนี้ การตลาดของการท่องเที่ยวมีจุดเด่นที่สำคัญ 3 ประการ คือ

2.1.4.1 มุ่งเน้นที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.1.4.2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวทราบได้โดยการวิจัยตลาด และการพยากรณ์ความต้องการของตลาดในอนาคต

2.1.4.3 แนวความคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของทรัพยากรการท่องเที่ยว ความชอบหรือไม่ชอบของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากต่อการนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายของธุรกิจการท่องเที่ยว นอกจากนี้ตลาดการท่องเที่ยวยังหมายถึงสิ่งต่อไปนี้ด้วย

- การกำหนดความต้องการของสินค้าและบริการ
- กำหนดความต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ
- กำหนดราคาตามอัตราการแข่งขันของตลาดและกำไรที่ต้องการจะได้
- คัดเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดเพื่อการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยข้องกับการท่องเที่ยว ไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
- การขาย (การท่องเที่ยว)

2.1.5 รูปแบบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวเป็น 4 รูปแบบ

2.1.5.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยเนื่องกับระบบนิเวศวิทยา โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึก ต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2.1.5.2 การท่องเที่ยวทางทะเล (MARINE Ecotourism) คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน กิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเล อาทิ เดินป่าชมธรรมชาติ ป่าบนเกาะ ป่าชายหาด ป่าชายเลน การดำน้ำดูปะการัง

2.1.5.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาหรือศิลาสัญจร (LITHO TRAVEL) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของ การเปลี่ยนแปลงพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหินประเภทต่างๆและซากบรรพชีวินหรือฟอสซิล ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.1.5.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Ago tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตร สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อจิตสำนึกการรักษาสภาพแวดล้อมของ สถานที่แห่งนั้น

2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน

สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน ภายใต้การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมเศรษฐกิจการเมือง และพฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการยอมรับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การดำเนินงานด้านตลาดในประเทศ จึงมุ่งเน้นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ ไปสู่พื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศโดยสร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยวตลอดทั้งปี และให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ภายใต้แคมเปญ “ไทยเที่ยวไทยให้สนุกเต็มความสุขให้ชีวิต” ด้วยโปรแกรมพิเศษต่างๆ สำหรับตลาดทั่วไป และตลาดเฉพาะกลุ่ม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมมือแก้ไขสถานการณ์ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมาก เป็นโอกาสในการสร้างรายได้และการจ้างงาน จากประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2551 ของททท. พบว่าการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2551 อยู่ที่ร้อยละ 8.4 ต่อปี ซึ่งเป็นการชะลอตัวลงจากปี 2550 ที่ขยายตัวได้ถึงร้อยละ 21.9 ต่อปี และจะมีรายได้จากการท่องเที่ยว 547.5 พันล้านบาท และคาดว่านักท่องเที่ยวจะเดินทางในแต่ละครั้งจำนวนเฉลี่ย 36,993.24 บาท เพิ่มขึ้นจากปี

2550 การท่องเที่ยวในปี 2551 อาจเผชิญกับปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองซึ่งอาจกระทบต่อความมั่นใจของนักท่องเที่ยวได้ สถานการณ์ต่างๆ ที่มีผลต่อความมั่นใจของนักท่องเที่ยวนั้น จะกระทบต่อตัวเลขนักท่องเที่ยวในระยะสั้นเท่านั้น เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว ในด้านเทคนิคการตลาด จะประยุกต์ให้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ร่วมสมัย E-marketing ในการทำการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการตลาดในปัจจุบัน และขยายการเข้าถึงนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง รวมถึงการเพิ่มจุดเดินให้กับการประชาสัมพันธ์ และสร้างความน่าเชื่อถือจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งจะเป็นสื่อบุคคลในการบอกเล่าจากปากต่อปาก (Word of Mouth) ควบคู่ไปกับการทำการตลาดในลักษณะดั้งเดิม (Traditional) เช่น การจัดงาน Trade Show หรือการจัดงาน Road Show เข้าสู่พื้นที่ตลาดใหม่ การจัดรายการชิงรางวัลต่างๆ เป็นต้น โดยจะผสมความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร อาทิ ร้านอาหาร สายการบิน บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ เพื่อส่งเสริมการตลาดร่วมกันอย่างเข้มแข็ง ททท. จึงมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายตลาดและจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ โดยหวังผลภายใน 5 ปี จากปัจจุบันจนถึงปี 2551 ให้มีนักท่องเที่ยวจาก 10 ล้านคน เป็น 30 ล้านคน การทำการตลาดในประเทศนั้น ได้วางเป้าหมายรายได้ไว้ประมาณ 378,800 ล้านบาท เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ เข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น และยกระดับประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การดำเนินงานด้านการตลาดจึงเน้นการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ มุ่งเน้นรายได้มากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว โดยจะขยายตลาดไปสู่กลุ่มคุณภาพ ด้วยการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หรือจัดรูปแบบสินค้าใหม่ที่น่าสนใจในรูปแบบของการท่องเที่ยว ส่งผลให้ปี 2551 เป็นสุดยอดแห่งความท้าทายอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเพราะนอกจากแรงกดดันจากปัจจัยค่าเงินบาท ภาพลักษณ์ความปลอดภัยแล้ว ยังมีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทั้งคนไทยและต่างชาติต่างก็เปลี่ยนไป บริษัททัวร์ โรงแรม สายการบิน ธุรกิจที่เกี่ยวข้องต้องปรับตัวกับสถานะที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

2.2.1 ประเภทของการจัดนำเที่ยว

2.2.1.1 การจัดการนำเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Ecotourism) เป็นการนำเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ซาบซึ้งกับความงาม ความยิ่งใหญ่หรือความพิศวงของธรรมชาติ เช่น การชมนก การเดินป่า เป็นต้น

2.2.1.2 การจัดนำเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) เป็นการนำเที่ยวเชิงเกษตร อาทิ สวนผลไม้ ไร่ร่องนุ ฟาร์มโคนม ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ การทำนาทุ่ง การเลี้ยงปลา เป็นต้น

2.2.1.3 การนำเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational Tourism) เป็นการนำเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการศึกษา เรียนรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การเยี่ยมชมศูนย์ทดลองด้านการเกษตร

โครงการในพระราชดำริ หรือฝึกทักษะอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การเรียนภาษา หรือ การเรียนศิลปหัตถกรรม เป็นต้น

2.2.1.4 การจ้ดนำเที่ยวเชิงสุขภาพ และกีฬา (Health and Sport Tourism) เป็นการนำเที่ยวที่เสริมสร้างความสมบูรณ์ทางร่างกาย และจิตใจของนักท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การบำรุงผิวการนวดตัว การเล่นกีฬา การฝึกสมาธิ การอาบน้ำแร่ การอบสมุนไพร เป็นต้น

2.2.1.5 การจ้ดนำเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม (Religious and Cultural Tourism) เป็นการนำเที่ยวที่มีจุดประสงค์ให้นักท่องเที่ยว ได้ทำบุญไหว้พระ ได้รับความรู้ และความเพลิดเพลินจากการชมและสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ศิลปะหรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

2.2.1.6 การจ้ดนำเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และชีวิตวัฒนธรรมพื้นท้องถิ่น (Ethnic Tourism) การนำเที่ยวประเภทนี้มุ่งตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มคน ที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างใกล้ชิด เช่น การไปท่องเที่ยวโดยอาศัยอยู่กับคนต่างวัฒนธรรมในช่วง เวลาหนึ่ง (Home Stay)

2.2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548 : 44-45)

2.2.2.1 ปัจจัยภายใน

- ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเทศไทยอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวกิจกรรม และวัฒนธรรม ประเพณี ที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่น

- ความปลอดภัย นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน เป็นสำคัญ

- โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถโดยสาร ไฟฟ้า ประปา ระบบสื่อสารที่ทันสมัย

- สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การคมนาคม พืชการ เข้าเมืองและบริการข่าวสาร ที่พัก ร้านอาหาร บริการนำเที่ยว

- สินค้าของที่ระลึก ต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา ส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบที่มีเอกลักษณ์ การบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

- การโฆษณา การเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์

- ภาพลักษณ์ของประเทศไทย เป็นประเทศที่อุดมไปด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

2.2.2.2 ปัจจัยภายนอก

- สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การเดินทางท่องเที่ยวจะอ่อนตัวลง
- ความนิยมในการท่องเที่ยว
- การขยายเส้นทางคมนาคม เช่น ท่าอากาศยานเครื่องบิน ส่งผลให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยและประหยัด
- การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเมือง การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของพี่น้องประชาชนอย่างยิ่ง

2.2.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่ส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และก่อนที่ จะเกิดการเดินทาง มี 2 ประการ คือ สภาพที่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว (Enable Condition หรือ Travel Facilitator) และแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว (Travel Motivation)

2.2.3.1 สภาพที่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว (Enable Condition หรือ Travel Facilitator) เป็นเงื่อนไขของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ได้แก่ เวลา (Time) และรายได้ (Income)

ปัจจัยด้านเวลา หมายถึง บุคคลใดที่จะเดินทางท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีเวลาว่าง ปัจจัยด้านรายได้เป็นส่วนที่สำคัญ เพราะถ้าบุคคลใดขาดรายได้ก็ไม่สามารถที่จะเดินทางได้ ซึ่งรายได้ในส่วนนี้ หมายถึง รายได้หลักหักค่าใช้จ่าย (Disposable Income) ในการดำรงชีวิต ส่วนที่เหลือจึงจะใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ดังนั้น เวลา และรายได้จึงเป็นมูลเหตุปัจจัยให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

2.2.3.2 แรงจูงใจที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว (Travel Motivation) แรงกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก (Travel Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกที่จะกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การขนส่งซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออก นักท่องเที่ยวต้องการ การขนส่งที่รวดเร็ว ปลอดภัย สะดวกสบาย และราคาที่เหมาะสมกับการบริการ ถ้าราคาแพง แรงกระตุ้นก็จะลดลง แรงจูงใจที่มีความสำคัญเท่าเทียมกับการขนส่ง คือ สถานที่พักผ่อน (Accommodation) เมื่อมีระบบขนส่งและมีการเดินทางเกิดขึ้น จึงเป็นแรงผลักดันให้เกิดการก่อสร้างที่พักอาศัยตามรายทาง และตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีปัจจัยอยู่ที่สิ่งอำนวยความสะดวกด้านระบบขนส่งคมนาคม และสถานที่พักผ่อน

2.2.4 ทฤษฎีทางจิตวิทยาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ทฤษฎีทางจิตวิทยาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ประเภทที่ 2 ความชอบ/ความพึงพอใจในของบุคคล

ประเภทที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม

ประเภทที่ 4 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและแหล่งประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว

2.2.5 ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยว

2.2.5.1 ต้องมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ว่าเป็นสถานที่แบบใด และจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วยวิธีใด

2.2.5.2 ต้องศึกษาถึงฤดูกาลของธรรมชาติ ให้เหมาะสมในการเดินทาง เช่น ถ้าจะไปเที่ยวชมนกต้องรู้ว่าช่วงไหนที่มีนกอพยพ

2.2.5.3 ในการท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต้องช่วยรักษาทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

2.2.5.4 ต้องเชื่อฟังคำแนะนำ และปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่

2.2.5.5 ต้องเชื่อฟังคำแนะนำ และปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่

2.2.5.6 ต้องเคารพในวัฒนธรรมประเพณี ของคนในท้องถิ่น ไม่ประพฤติปฏิบัติที่ขัดต่อวิถีชีวิต ของชาวพื้นเมืองนั้นๆ และเพื่อความปลอดภัยในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวไม่ควรประมาท

2.3 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522

ตามมาตรา 6 ทพท. มีฐานะเป็นนิติบุคคล (มาตรา 7) มีภารกิจหลัก ดังนี้

2.3.1 ส่งเสริมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.3.2 เผยแพร่ประเทศไทยในแง่ความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬาและวิวัฒนาการของเทคโนโลยีตลอดจนกิจการอย่างอื่น อันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

2.3.3 อำนวยความสะดวกความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

2.3.4 ส่งเสริมความเข้าใจอันดีงามและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชน และระหว่างประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยว

3.5.5 ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและเพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

2.4 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว

จากคำจำกัดความที่ได้รับจากการสัมมนาทางวิชาการด้านการเดินทาง และการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติ เมื่อปี 1963 ที่กรุงโรม และ International Union Official Travel Organization ให้การยอมรับในปี 1968 คำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitor) หมายถึง บุคคลใดก็ตามที่ไปเยือนประเทศหนึ่งประเทศใดที่ไม่ใช่ประเทศที่เขาพำนักอยู่ เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการทำงาน เพื่อหารายได้จากประเทศที่ไปเยือนนั้น “ผู้มาเยือนสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม เพื่อประโยชน์ในการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยว และผลกระทบทางเศรษฐกิจ” ดังนี้

2.4.1.1 นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้มาเยือนที่พำนักอยู่ในประเทศนั้น อย่างน้อย 1 คืน หรือพักอยู่อย่างน้อย 24 ชั่วโมง

2.4.1.2 นักทัศนจร (Excursionists) หมายถึง ผู้มาเยือนที่ไม่ได้ค้างคืน แต่เดินทางผ่านประเทศหรือภูมิภาคนั้น และพักอยู่เป็นเวลาน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

2.4.1.3 ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง นักท่องเที่ยวและนักทัศนจร

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงเป็นการแสดงออกซึ่งความต้องการส่วนบุคคลในการแสวงหาความสุขทั้งทางด้านร่างกาย/จิตใจ/อารมณ์/หรือทุกอย่างประกอบกัน ซึ่งพฤติกรรมเป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล (Individual) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมักเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychological Theories) โดยมีความแตกต่างด้านบุคลิกภาพ ลักษณะพื้นฐานภายในและการรับรู้หรือการรับอิทธิพลของปัจจัยภายนอกของแต่ละปัจเจกบุคคล ส่งผลให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เยี่ยมเยือนที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนั้นโดยวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน หรืออยู่เกิน 24 ชั่วโมงขึ้นไป (ยุพดี เสตพรธรรม, 2543 : 287) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ ชาวต่างประเทศที่เดินทางมาพำนักในประเทศไทยครั้งหนึ่งไม่น้อยกว่า 1 คืน (24 ชั่วโมง) และไม่เกินกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์มาพักผ่อน เยี่ยมญาติ ประชุม เป็นตัวแทนสมาคมหรือหน่วยงาน ติดต่อธุรกิจ หรือมากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอดไม่น้อยกว่า 1 คืน

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวในประเทศที่ค้างคืน คือ คนไทยหรือต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางจากที่อยู่อาศัยเป็นปกติไปยังจังหวัดอื่น โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อหารายได้ และพักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

2.4.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในโลกมีมากมาย การที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกเดินทางไปไหนขึ้นอยู่กับปัจจัย 5 ประการ (ชลธิชา บุญนาค, 2544 : 10) ได้แก่

2.4.2.1 ค่าใช้จ่าย เป็นเงื่อนไขอันดับแรกที่ใช้ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่าจะเดินทางไปไหน การคำนวณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะถูกคำนวณรวมกันตั้งแต่ค่าเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทางในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมอื่นๆ นักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวว่าคุ้มกับราคาที่ต้องจ่ายหรือไม่ นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลต่างๆ พร้อมทั้งราคา เพื่อนำมาเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจ

2.4.2.2 สุขภาพ หมายถึง ความสามารถทางร่างกายของนักท่องเที่ยวซึ่งอายุของนักท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวสูงอายุจะไม่สามารถเดินทางไปในสถานที่ที่ห่างไกล ซึ่งมีสภาพแวดล้อมทางอากาศแตกต่างจากประเทศของตนอย่างมากได้ เพราะเป็นความเสี่ยงที่จะทำให้เจ็บป่วยได้ และอาจรักษาได้ยากหากเกิดการเจ็บป่วยขึ้น

2.4.2.3 ความต้องการความพอใจส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความต้องการ และความพร้อมพอใจไม่เหมือนกัน บางคนชอบป่า บางคนชอบทะเล บางคนก็ชอบผจญภัย บางคนชอบนอนเฉยๆ ความต้องการและความพอใจนี้ขึ้นอยู่กับพื้นเพดั้งเดิมที่ผ่านมาของตน

2.4.2.4 ทักษะคดีที่มีต่อจุดหมายปลายทาง ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีสิ่งดึงดูดใจมากมายสำหรับนักท่องเที่ยว แต่ทักษะคดีที่ไม่ดีของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มีต่อสถานที่นั้น หรือประเทศนั้นก็จะเป็นปัจจัยทำให้นักท่องเที่ยวไม่เลือกเดินทางไปก็ได้ แต่หากว่าถึงแม้ไม่มีสิ่งที่น่าสนใจนักท่องเที่ยวยังอาจจะตัดสินใจเลือกด้วยทักษะคดีที่ดีส่วนตัวก็ได้

2.4.2.5 ค่านิยมของคนในสังคม การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอาจเกิดจากความต้องการให้สังคมยอมรับในตัวเองว่ามีความสามารถทำได้

2.4.3 รูปแบบนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับช่วงอายุ

ลักษณะพื้นฐานทั่วไปในแต่ละช่วงอายุ เกิดรูปแบบของการประกอบกิจกรรม นันทนาการ และการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีรูปแบบกิจกรรมนันทนาการ/การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองกับความต้องการพื้นฐานในแต่ละช่วงอายุ ดังนี้

วัยเด็กตอนต้น (6-8 ปี)

ลักษณะทั่วไป

- มีช่วงความสนใจสั้น คับข้องใจง่าย
- ชอบเล่นสิ่งแปลกใหม่ มหัศจรรย์
- ต้องการสร้างความประทับใจในหมู่เพื่อน
- พัฒนาทางสรีระเริ่มต้นจากส่วนศีรษะไปจนถึงบริเวณส่วนกลางของร่างกาย
- เริ่มพัฒนาอารมณ์ขัน และพัฒนาการทางสังคมส่วนอื่นๆ

กิจกรรมที่ควรส่งเสริม

- กิจกรรมที่เน้นให้ได้รับประสบการณ์จากการเล่นที่หลากหลาย ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน การพัฒนาทางด้านสรีระร่างกาย
- ผู้นำกิจกรรมเป็นต้นแบบของเด็กในทุกเรื่อง
- เน้นให้มีกิจกรรมที่ออกกำลัง และพัฒนาทักษะ
- ส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม-มักจะจับกลุ่มอยู่ในเพศเดียวกัน มีการพัฒนาเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม

วัยเด็กตอนปลาย (9-12 ปี)

ลักษณะทั่วไป

- เด็กหญิงจะโตเร็วกว่าเด็กชายประมาณ 1 ปี
- ความสมบูรณ์ทางด้านร่างกายพัฒนามากขึ้น
- มีพัฒนาการความสนใจในสิ่งแปลกใหม่มากขึ้น จำและมีพัฒนาการเชิงเหตุผลมากขึ้น
- แบบอย่างมีความสำคัญอย่างมาก มีความใกล้ชิดกับเพื่อนมากขึ้น
- เริ่มเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงในร่างกายตนเอง

กิจกรรมที่ควรส่งเสริม

- กิจกรรมที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ส่งเสริมการเล่น/การประกอบกิจกรรมเป็น ทีม ส่งเสริมความเป็นตัวของตัวเอง ส่งเสริมการใช้ชีวิตโดยที่ผู้ปกครองไม่ต้องให้ความช่วยเหลือ เช่น การเล่นกีฬา การเข้าค่ายพักแรม

วัยรุ่น (13-18 ปี)

ลักษณะทั่วไป

- รอยต่อ/ช่วงเปลี่ยนระหว่างวัยเด็ก กับวัยรุ่น
- มักประสบปัญหาเกี่ยวกับบทบาทของตนเองต่อสังคม
- มองหาเอกลักษณ์เฉพาะตัว และต้องการเป็นอิสระจากการดูแลของพ่อแม่ มีตัวเองเป็นศูนย์กลาง
- มีความสับสนเกี่ยวกับการให้คุณค่าสิ่งต่างๆ
- ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงจากวัยเด็กค่อนข้างมาก ซึ่งอาจส่งผลต่ออารมณ์
- สนใจเพศตรงข้าม
- มีเวลาสำหรับประกอบกิจกรรมยามว่างมากขึ้น

กิจกรรมที่ควรส่งเสริม

- กิจกรรมที่พัฒนาความเป็นตัวของตัวเอง พึ่งพาตัวเอง เชื่อมั่นในตัวเอง เคารพตัวเอง
- กิจกรรมที่ควรส่งเสริมควรหลากหลาย เปิดโอกาสให้เลือกอย่างอิสระ

วัยรุ่นตอนต้น (19-30 ปี)

ลักษณะทั่วไป

- เป็นอิสระจากพ่อแม่ ผู้ปกครอง แต่ยังคงรักษาระดับความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด
- เริ่มพัฒนาโครงสร้างของชีวิต (การแต่งงาน ครอบครัว มิตรภาพ)
- จากการศึกษาระดับปกติ เข้าสู่อาชีพ และเริ่มมองหาความสำเร็จจากงานอาชีพ
- เริ่มมีกลุ่มสังคมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
- พัฒนาความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด และสร้างข้อผูกพัน
- มีความคิดฝันเกี่ยวกับอนาคต

กิจกรรมยามว่าง/ที่ควรส่งเสริม

- โอกาสสำหรับกิจกรรมทุกประเภท
- กิจกรรมที่บุคคลสามารถประกอบร่วมกับครอบครัว
- กิจกรรมที่ต้องใช้ทักษะ พลังกายมากๆ เช่น การปีนเขา สกีน้ำ การเดินป่า ระยะไกล กีฬาที่เล่นเป็นทีม
- กิจกรรมทางสังคมอื่นๆ

วัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (31-50 ปี)

ลักษณะทั่วไป

- มีครอบครัว และอาชีพที่มั่นคง
- การตัดสินใจ เป้าหมายชีวิต แสดงความเป็นตัวของตัวเองชัดเจนขึ้น
- เริ่มจะต้องปรับตัวเกี่ยวกับความสูงอายุของพ่อ-แม่
- ให้ความสำคัญกับอาชีพ และความก้าวหน้าในอาชีพมาก
- อาจมีการเปลี่ยนอาชีพ การหย่าร้าง
- วุฒิภาวะ/ความสมบูรณ์ด้านร่างกายจะถึงขีดสูงสุดในช่วง 30 ตอนต้น แล้วจะค่อยๆ ลดน้อยลง
- เริ่มถ่ายทอดการให้คุณค่ากับสิ่งต่างๆ และการปฏิบัติตามวัฒนธรรมประเพณี
- เริ่มกิจกรรมเพื่อประโยชน์กับสังคม

กิจกรรมยามว่าง/ที่ควรส่งเสริม

- เน้นกิจกรรมที่สมาชิกในครอบครัวสามารถประกอบรวมกันได้
- กิจกรรมที่ต้องใช้พลังกำลัง/กำลังกายมีความสำคัญน้อยลง
- เน้นกิจกรรมที่ให้กระทำด้วยตัวเองโดยไม่มีผู้นำ
- กีฬาที่ควรส่งเสริม ได้แก่ กอล์ฟ เทนนิส จักรยาน การออกกำลังกายในศูนย์กีฬา
- การพักผ่อนด้วยรถ การตกปลา การท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่

วัยผู้ใหญ่ตอนปลาย (51-65 ปี)

ลักษณะทั่วไป

- มีความเหงา เนื่องจากบุตรหลานแยกครอบครัว
- ประสบความสำเร็จสูงสุด หรือล้มเหลวที่สุดในชีวิต
- จุดเปลี่ยนจากกิจกรรมในการประกอบอาชีพเข้มข้น เข้าสู่วัยเกษียณอายุ
- มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมเข้มข้นขึ้น

กิจกรรมยามว่าง/กิจกรรมนันทนาการที่ความส่งเสริม

- กิจกรรมในลักษณะที่ใกล้เคียงกับวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ลดกิจกรรมที่ใช้พลังกำลังเพิ่ม กิจกรรมทางสังคมที่เข้าร่วมในลักษณะผู้ดู/ผู้ชม กิจกรรมการพักผ่อน และการเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างๆ ที่มีความสะดวกสบายพอควร

วัยแก่ (มากกว่า 65 ปี)

ลักษณะทั่วไป

- เวลาส่วนใหญ่ในชีวิตจะเป็นเวลาว่าง
- ต้องการที่จะมีอายุยืนยาวและมีสุขภาพที่ดี
- มีความเหงา และอาจจะต้องอยู่อย่างโดดเดี่ยว
- มีปัญหาสุขภาพ
- ไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง

กิจกรรมยามว่าง/กิจกรรมนันทนาการที่ควรส่งเสริม

- เน้นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้มีการพบปะกับคนในวัยเดียวกัน กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ได้ช่วยเหลือส่งเสริมกัน
- กิจกรรมที่ส่งเสริมให้มีการเคลื่อนไหวกล้ามเนื้อ

2.5 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (Tourism Authority of Thailand : TAT) สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริม เผยแพร่ การอำนวยความสะดวก ในรูปแบบของหน่วยงานต่างๆ ในประเทศไทยดำเนินงานโดยหน่วยงานในสังกัดของสำนักนายกรัฐมนตรี ในปี พ.ศ. 2492 ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ในปี พ.ศ. 2502 ขึ้นเป็นหน่วยงานอิสระ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้จัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางรวดเร็ว จำเป็นต้องปรับปรุงอำนาจหน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้มีขอบเขตการปฏิบัติงานกว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งในด้านการพัฒนา อนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการส่งเสริมเผยแพร่ จึงได้มีการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐมีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่ และดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วยจึงมีพระราชบัญญัติการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 ได้รับการเปลี่ยนฐานะเป็น "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" (Tourism Authority of Thailand : TAT) จัดตั้ง ขึ้น มีชื่อย่อว่า "ททท."

2.5.1 บทบาทและหน้าที่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย และต่างประเทศ โดยเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวให้มากที่สุด โดยใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ ในการให้ข้อมูล ข่าวสาร แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และความพร้อมที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวได้

การท่องเที่ยว จึงเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญ เนื่องจากประเทศไทยได้รับรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมหาศาลในแต่ละปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ จึงมีอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ ในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่และดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย

2.5.2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ถือได้ว่าเป็นการส่งออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้า หรือบริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศ และจะช่วยให้เกิดงาน หรืออาชีพอีกหลายแขนง นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวถือเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมๆ กับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมมือแก้ไขสถานการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งหวังว่าจะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสินค้าการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม แนวโน้มของการท่องเที่ยวไทย เป็นการท่องเที่ยวในภูมิภาคเป็นหลัก หากเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวจะทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นซึ่งแผนดังกล่าวจะต้องมีการทำตลาดทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศ โดยการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้ก้าวสู่มาตรฐานที่มีคุณภาพ (Quality) ได้มาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งความสุข รื่นรมย์ ปลอดภัยอย่างแท้จริง และเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainability) ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (Competitiveness) อันจะนำไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia จึงมีการต่อยอดและสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งมีการนำเสนอ

สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวสู่ตลาดโลกในปีนี้ จึงนำเสนอในลักษณะรวมกลุ่มของสินค้าให้กับแต่ละกลุ่ม

2.6 นโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เป้าหมายสำคัญที่สุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น คือ ความพยายามที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (โกวิท ผกามาศ, 2542 : 8) ได้ให้ความหมายของนโยบายไว้ดังนี้

นโยบาย หมายถึง หลักและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวทาง ดำเนินการ เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย ทั้งในรูปของพระราชบัญญัติ กฎหมาย กฎ ระเบียบ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในปัจจุบันนโยบายในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว มุ่งเน้นให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกระดับ ทั้งด้านการวางแผนและการจัดทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และเกิดสมดุลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อมโดยตรง นโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้กำหนดไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาค ของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้าง และกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะ

นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะ และขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้ หลักธรรมาภิบาลรวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ

8. ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.7.1 ความหมายของผู้บริโภค

ผู้บริโภค คือ ผู้ใช้เครื่องอุปโภคต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์และบริการทุกชนิด ซึ่งอาจเป็นส่วนบุคคลหรือของสาธารณะ (ปริญ ลักขิตานนท์, 2544 : 82)

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิ์ในการได้มา และใช้ไปซึ่งสินค้าและบริการที่ได้มีการเสนอขาย โดยสถาบันทางการตลาด (สุภร เสรีรัตน์, 2544 : 7)

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (Ultimate Consumer) หมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ส่วนตัว และครอบครัวหรือการใช้ขั้นสุดท้ายสำหรับตลาดสินค้าบริโภค (Consumer Market) และเป็นผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using Behavior)

ลักษณะผู้บริโภคลักษณะดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 : 30-31)

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Need) หมายถึง การที่ถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้นบุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการการผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่มีความต้องการก็จะไม่ใช่ผู้บริโภค

2. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) หมายถึง ผู้บริโภคจะต้องมีความต้องการเพียงอย่างเดียวไม่ได้แต่จะต้องมีอำนาจซื้อด้วย ถ้ามีความต้องการแล้วไม่มีอำนาจซื้อก็ยัง

ไม่ใช่ผู้บริโภคของสินค้านั้น เพราะฉะนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะต้องวิเคราะห์ไปที่ตัวเงินของผู้บริโภคด้วย

3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) หมายถึง ผู้บริโภคมีความต้องการและมีอำนาจซื้อ เป็นต้นว่า ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ ซื้อมากน้อยแค่ไหน

4. พฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) หมายถึง ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้สินค้าอย่างไร

จากการรวบรวมความหมายของผู้บริโภคตามแนวคิดของนักวิชาการที่กล่าวมาข้างต้นนี้สรุปได้ว่า ผู้บริโภคนั้น หมายถึง ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจเป็นผู้ที่มีอำนาจในการซื้อ หรือผู้บริโภคอาจไม่ได้เป็นผู้ซื้อสินค้านั้นเอง

2.7.2 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

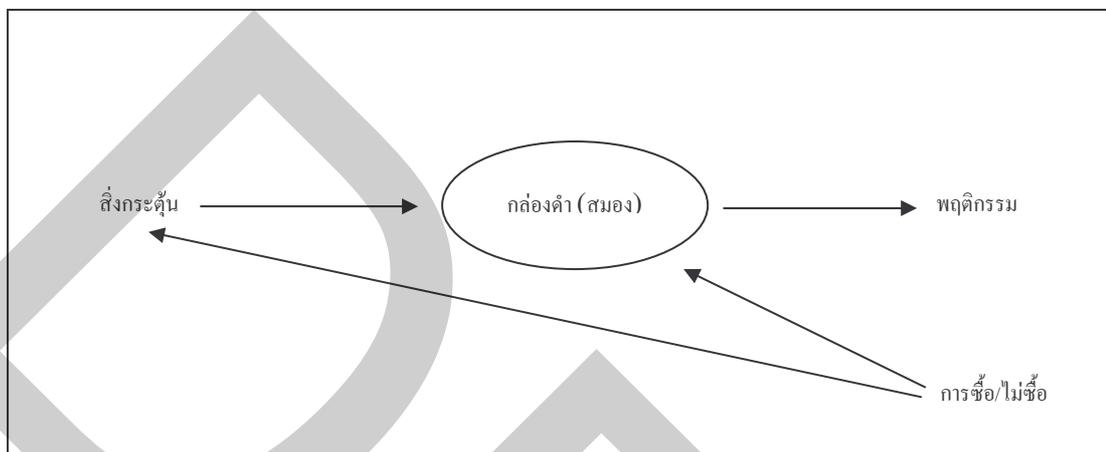
พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจในทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว (สุกร เสรีรัตน์, 2544 : 7)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา และการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ (ปริญ ลักษิตานนท์, 2544 : 54)

จากคำนิยามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค อาจสรุปเพื่อง่ายต่อการเข้าใจว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นกระบวนการภายในของผู้บริโภคที่ถูกสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าจากปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกพร้อมกันก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้นว่า ทำไมบุคคลจึงปฏิบัติดังที่ผู้บริโภคกระทำอยู่นั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องทำการพิจารณาผู้บริโภคหลายๆ มุมมอง ซึ่งเรียกกันว่า “พฤติกรรมศาสตร์” (Behavioral Sciences) พฤติกรรมศาสตร์ดังกล่าวนี้ รวมถึงแง่ที่ว่ามาด้วยมานุษยวิทยา จิตวิทยา สังคมวิทยา และเศรษฐศาสตร์ ซึ่งก็จะทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมความคิดที่ว่าด้วยการใช้เหตุผล (Rationality) เพราะผู้บริโภคใช้จ่ายเงินในวิถีทางที่แตกต่างกันไป

วิธีการสรุปที่ง่ายก็คือ วิธีการที่นักพฤติกรรมศาสตร์มีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ซึ่งอาจจะแสดงให้เห็นได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 รูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: ปริญ ลักขิตานนท์ (2544 : 97)

รูปแบบจำลองดังกล่าวนี้เรียกว่ารูปแบบจำลองเกี่ยวกับตัวกระตุ้น และการปฏิบัติตอบแบบเดิม เป็นการศึกษาเพื่อต้องการที่จะหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติในทางประชากรศาสตร์ (ของผู้บริโภคในกล่องดำ) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ (ตัวกระตุ้น) กับพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค (ปฏิกิริยาตอบ) นักการตลาดได้พบความสัมพันธ์บางอย่าง แต่ต้องการที่จะรู้ให้ลึกซึ้งไปกว่านี้ ซึ่งการที่จะรู้ลึกซึ้งไปกว่านี้จะต้องทำความเข้าใจ และศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

การตัดสินใจเกี่ยวกับการบริโภค การใช้จ่ายของคนไทย โดยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลอยู่เหนือการเปลี่ยนแปลงในปริมาณความต้องการซื้อ ได้แก่ รายได้และราคา ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้น (ปริญ ลักขิตานนท์, 2544 : 63-64)

2.7.3 รูปแบบจำลองที่สมบูรณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

นักวิชาการมากมายต่างมุ่งศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ในฐานะที่เป็นกระบวนการตัดสินใจ ในขณะที่ John Dewey (อ้างในอดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล, 2545 : 22) พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการในการแก้ไขปัญหา (Problem Solving) นอกจากนี้ยังมีการค้นพบอีกว่ามีปัจจัยอื่นๆ หลายประการกระทบต่อผลขั้นสุดท้าย ซึ่งรวมไปถึงแรงจูงใจที่เกิดจากภายในตัวบุคคลเองด้วย ดังจะกล่าวโดยละเอียดต่อไป

จากรูปแบบจำลองการแก้ปัญหาสู่กระบวนการตัดสินใจที่สมบูรณ์กระบวนการแก้ไขปัญหามีรูปแบบของการแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ (อคุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล, 2545 : 22)

1. การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) เป็นลักษณะของการรับรู้หรือมองเห็นภาพของความแตกต่างเป็นอย่างมากระหว่างสภาพที่ปรารถนาจะให้มีหรือเกิดขึ้น (Desired State of Affairs) กับสภาพแท้จริงที่เป็นอยู่ (Actual State of Affairs) ช่องว่างของความแตกต่างดังกล่าว สามารถทำให้ผู้บริโภคตื่นตัวหรือตระหนักถึงความต้องการต่างๆ ขึ้นมาได้ ในที่นี้อาจเปรียบสภาพที่ปรารถนาจะให้มี (หรือเกิดขึ้น) ได้กับตัวปัญหา (Problem)

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Search for Information) เป็นการเสาะแสวงหาข่าวสารของบุคคล ซึ่งสามารถหาได้จากข้อมูลที่บุคคลนั้นเก็บไว้ในความทรงจำ หรือจากสิ่งแวดล้อมภายนอก

3. การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ (Pre-Purchase Alternative Evaluation) เป็นการประเมินแต่ละทางเลือกก่อนที่จะทำการซื้อ โดยพิจารณาถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4. การซื้อ (Purchase) เป็นการได้ตัวแก้ปัญหาหรือสินค้าที่นิยมชมชอบหรือสิ่งทดแทนที่ยอมรับได้

5. การบริโภคหรืออุปโภค (Consumption) เป็นการอุปโภคบริโภคทรัพย์สินที่ซื้อมา

6. การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ (Post-Purchase Alternative Evaluation) เป็นการประเมินระดับการอุปโภคบริโภคว่ามีความพอใจแค่ไหน

7. การจัดการกับสิ่งเหลือใช้ (Divestment) เป็นการจัดการผลิตภัณฑ์ที่มีได้บริโภคหรือเป็นเศษของไปแล้ว

2.7.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who What Why Whom When Where และ How เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants Objects Objectives Organizations Occasions Outlet & Operations ดังตารางที่แสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1 คำถาม 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม (6Ws และ 1H)	ตารางที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in The target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ 2. จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ 3. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับการตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภค (Object) หรือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อตราสินค้า รูปแบบสินค้า บริการคุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม ฯลฯ 3. ผลิตภัณฑ์ควบ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ การบริการพนักงานและภาพพจน์
3. ทำไมผู้บริโภคถึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (objectives) ของผู้บริโภค ต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายนอก 2. ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้ คือ กลยุทธ์ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2. กลยุทธ์การส่งเสริมตลาด : กลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 2.1 คำถาม 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os) (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	ตารางที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	องค์กร (Organizations) บทบาทของบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย	กลยุทธ์ที่ใช้ คือ กลยุทธ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
(Who participates in the buying/)	1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิจารณาหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้ คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อของผู้บริโภค
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	แหล่ง (Outlets) หรือช่องทาง (Channel) ที่ผู้บริโภคซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ ฯลฯ	กลยุทธ์ที่ใช้ คือ กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทผลิตผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ในการพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ซึ่งประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาความต้องการ 3. การประเมินผลพฤติกรรม 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้ คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์การตลาดโดยตรง

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 126)

จากตารางสามารถอธิบายรายละเอียดของทฤษฎี ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงส่วนประกอบของกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยการวิเคราะห์ตามทฤษฎีทางด้านประชากรศาสตร์ จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ และพฤติกรรมศาสตร์ เช่น ตลาดเป้าหมายมีรายได้ตั้งแต่ระดับกลาง ถึงระดับสูง ประกอบอาชีพประเภทใด

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดซื้อ ซึ่งก็คือผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการจากตัวผลิตภัณฑ์ เช่น คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ ซึ่งต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยภายนอก ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม ปัจจัยเฉพาะบุคคล โดยผลิตภัณฑ์ สามารถมีเหตุจูงใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น ความสะดวกในการใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น หรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคนั้นอาจเป็นกลุ่มเพื่อน กลุ่มอิทธิพลผู้แสดง ในการโฆษณา กลุ่มบุคคลในครอบครัว เป็นต้น

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ทราบถึงโอกาสในการซื้อ โดยทั่วไปผู้บริโภคมักใช้โอกาสในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ช่วงเทศกาลต่างๆ หรือผลิตภัณฑ์เดิมใช้การไม่ได้ ความพึงพอใจของผู้บริโภคในเรื่องของเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำมากขึ้น

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคจะไปทำการซื้อ ซึ่งนักการตลาดจะต้องศึกษาเพื่อจัดช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ตรงกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคเป้าหมาย

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ เช่น ในกรณีที่ผู้ขายต้องการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดจำเป็นต้องศึกษาถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ กล่าวคือเพื่อให้ผู้บริโภคเกิด

การรับรู้ถึงความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ (Problem Recognition) เช่น การโฆษณาที่ชี้ให้เห็นถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตหากไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์

การค้นหาข้อมูล (Information Search) ว่าผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีกี่บริษัทที่ผลิตออกมาจัดจำหน่าย โดยผู้ขายต้องกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์การตลาดโดยตรง

การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) โดยผู้บริโภคจะพิจารณาจากคุณสมบัติและบริการต่างๆ ที่จะมอบให้แก่ผู้บริโภคต้องมีจุดเด่นพอที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

การเกิดการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decisions) โดยผู้ขายอาจตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์การส่งเสริมการขายหรือการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายต่างๆ ตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

การเกิดพฤติกรรมที่ดีภายหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) ถ้าได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์แล้วเกิดความพอใจทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำ หรือมีการบริโภคผลิตภัณฑ์นั้นๆ ต่อไป

จากบทความใน http://www.keepwalkingsociety.com/getsmart_00030.php ได้กล่าวถึงพฤติกรรม “6W+1H” ว่าเป็น การวางแผนหรือการเขียนแผนธุรกิจด้วยตนเอง เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขัน ในการเขียนแผนธุรกิจนั้น ก่อนอื่นต้องตอบคำถามในการทำการตลาด “6W+1H” ก่อน

1. WHO ใครคือลูกค้าของท่าน ลูกค้าของท่านอยู่ที่ไหน และจะเข้าถึงลูกค้าได้อย่างไร องค์ความรู้ด้านการตลาดจะถูกนำมาใช้ ทั้งกลยุทธ์ STP (Segmentation, Target & Positioning) และกลยุทธ์ 4 C's (Customer Need, Cost, Convenience, & Communication) ต้องทำความเข้าใจ และต้องตอบคำถามเหล่านี้ให้ได้

2. WHAT เขาซื้ออะไร ลูกค้าต้องการซื้อสินค้า หรือบริการอะไร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ปัจจัยอะไรที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ ราคา หรือความทนทาน หรือความสวยงาม หรือประโยชน์ในการใช้งาน ต้องทำการศึกษาวิจัยคุณลักษณะของลูกค้าให้ได้

3. WHEN เขาซื้อเมื่อไร ลูกค้าจะซื้อเมื่อไร เช่น ซื้อเมื่อของหมด ซื้อเมื่อรับรู้จากการโฆษณา หรือเมื่อถูกกระตุ้นด้วยการส่งเสริมการขาย หรือเมื่อเห็นหน้าร้านสวยงาม เมื่อถึงเวลาต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ประจำเดือน เป็นต้น

4. WHERE ซื้อที่ไหน ลูกค้าจะหาซื้อสินค้าที่เขาพอใจได้จากที่ไหน ซื้อเพราะสินค้าตั้งอยู่ร้านค้าใกล้ตัวใกล้บ้าน หรือเพราะมีคนมาเสนอขายโดยตรง คนขายขายเก่ง พูดจน่าฟัง อธิบายเข้าใจง่ายจึงซื้อ

5. WHY ทำไมลูกค้าถึงซื้อ ลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือบริการเพราะอะไร บริการหลังการขายดี ซ่อมเร็ว สินค้ามีความคงทน มีการรับประกันใช่หรือไม่ หรือมีการให้เครดิตจึงซื้อ

6. WHOM ใครบ้างที่เกี่ยวข้องในการซื้อ มีใครบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการซื้อบ้าง เช่น คู่แข่งชั้นภายในอุตสาหกรรม ผู้ผลิตรายใหม่ อำนาจต่อรองของลูกค้า สินค้าทดแทน หรือผู้จัดส่งวัตถุดิบ

7. HOW ซื้ออย่างไร วิธีการที่ลูกค้าซื้อนิยมใช้ซื้อสินค้าและบริการ เช่น ซื้อด้วยเงินสด ซื้อด้วยบัตรเครดิต ให้ผ่อนชำระเป็นงวดๆ อัตราดอกเบี้ยที่คิดจากลูกค้าในอัตราที่เหมาะสม

เมื่อท่านตอบคำถามเหล่านี้ได้แล้ว ก็จะทำให้เข้าใจในเรื่องของการที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ในระดับหนึ่ง (Pongprayoon Termtechatipong. มาเขียนแผนธุรกิจแบบ SME ด้วยตนเองกันเถอะ. ก้าวสู่ความสำเร็จ. ฉลาดก้าว. สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2551)

2.8 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้นำแนวคิด สาระกระบวนการดำเนินการ และวิธีการวิจัยมาใช้ มีดังต่อไปนี้

ก้องชาติ เลี้ยงสมทรัพย์ (2549) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาจากจังหวัดนครราชสีมา” ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันอย่างไร การวิจัยนี้ได้แจกแบบสอบถามไปยังนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาจากอำเภอปากช่อง และอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 11 โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test, ANOVA และ Chi Square ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลให้นักการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นำไปประยุกต์ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแต่ละกลุ่ม รวมทั้งการจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนครราชสีมา

จารุวรรณ แสงจันทร์ (2545) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” ได้ศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรคที่เกิดจากการท่องเที่ยว ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยกลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในเชิงปริมาณคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปที่มาเที่ยว จำนวน 400 ราย ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจ ประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมจัดการท่องเที่ยวให้เป็น พื้นที่ปราศจากมลพิษ ส่งเสริมการใช้วัสดุธรรมชาติ ควรจัดกิจกรรมหรือโครงการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมโดยให้นักท่องเที่ยวและชุมชนมีส่วนร่วมโดยตรง ควรจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้เข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสามารถให้ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว และมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ประอบการจัดทำสื่อที่เข้าใจและพบเห็นได้ง่าย นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่หลากหลายเพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

ณัฐกานต์ โรจนุตมะ (2542) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ของชาวกรุงเทพมหานคร” จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว โดยพบว่ารายได้ของครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยสะท้อนออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุค่อนข้างมาก รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่ประกอบ

อาชีพแม่บ้าน จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่าผู้ประกอบการอาชีพอื่นๆ และยังคงดีกว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

นิภาพร โชติสุคนธ์ (2545) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย” การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยเชิงเหตุที่เกี่ยวข้องกับ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัย จำนวน 400 คน จากมหาวิทยาลัยที่เป็นส่วนราชการ ประเภทจำกัดรับนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง จำนวน 2 สถาบัน แต่ละสถาบันเป็นนักศึกษาคณะวิชาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมาก 2 คณะ และคณะวิชาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมน้อย 2 คณะ โดยเป็นนักศึกษาที่เรียนชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 โดยแบ่งกลุ่มตัวแปรเป็น 5 ประเภท คือ 1) กลุ่มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 2) กลุ่มลักษณะสถานการณ์ 3) กลุ่มจิตลักษณะเดิม 4) กลุ่มจิตลักษณะตามสถานการณ์ และ 5) ลักษณะทางชีวสังคมของนักศึกษา เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบวัดมาตรฐานประเมินรวมค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสามทาง (Three-way Analysis of Variance) การวิเคราะห์แบบ ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Z-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

พิชญ์ วัลลุณี (2542) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย” จากการศึกษาพบว่า อายุ อาชีพ ระดับรายได้ ถิ่นที่พักอาศัยปัจจุบันและสัญชาติของนักท่องเที่ยว มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนในเรื่องของคุณภาพการให้บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการบริการกับราคาค่าบริการมีความสัมพันธ์สูงกว่าด้านอื่น ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าคุณภาพมาตรฐานบริการ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันเพราะว่าในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับความประทับใจในด้านบริการต่างๆ ทั้งพาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่พักเหมาะสม ได้รับประทานอาหารเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งเมื่อเทียบกับเงินที่เสียค่าใช้จ่ายไป ก็ย่อมต้องการความคุ้มค่าด้วย เพราะเนื่องจากปัญหาสภาพเศรษฐกิจ ผู้คนส่วนใหญ่ต้องการใช้จ่ายอย่างประหยัด

ศกลวรรณ พาเรือง (2540) ทำการศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับการใช้เวลาว่าง รสนิยมการท่องเที่ยว ลักษณะการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน ผลวิจัยพบว่า

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ตามตัวแปรเพศ อายุ ชั้นปี สาขาวิชา รายได้ครอบครัวต่อเดือน เขต
ภูมิภาค บุคคลที่พ่อกอาศัยด้วย มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ยกเว้นตัวแปรรายได้ต่อเดือนของนิสิตนักศึกษา ส่วนการใช้เวลาว่าง รสนิยม ลักษณะการท่องเที่ยว
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้ในประเด็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต่างก็ม
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

บทที่ 3

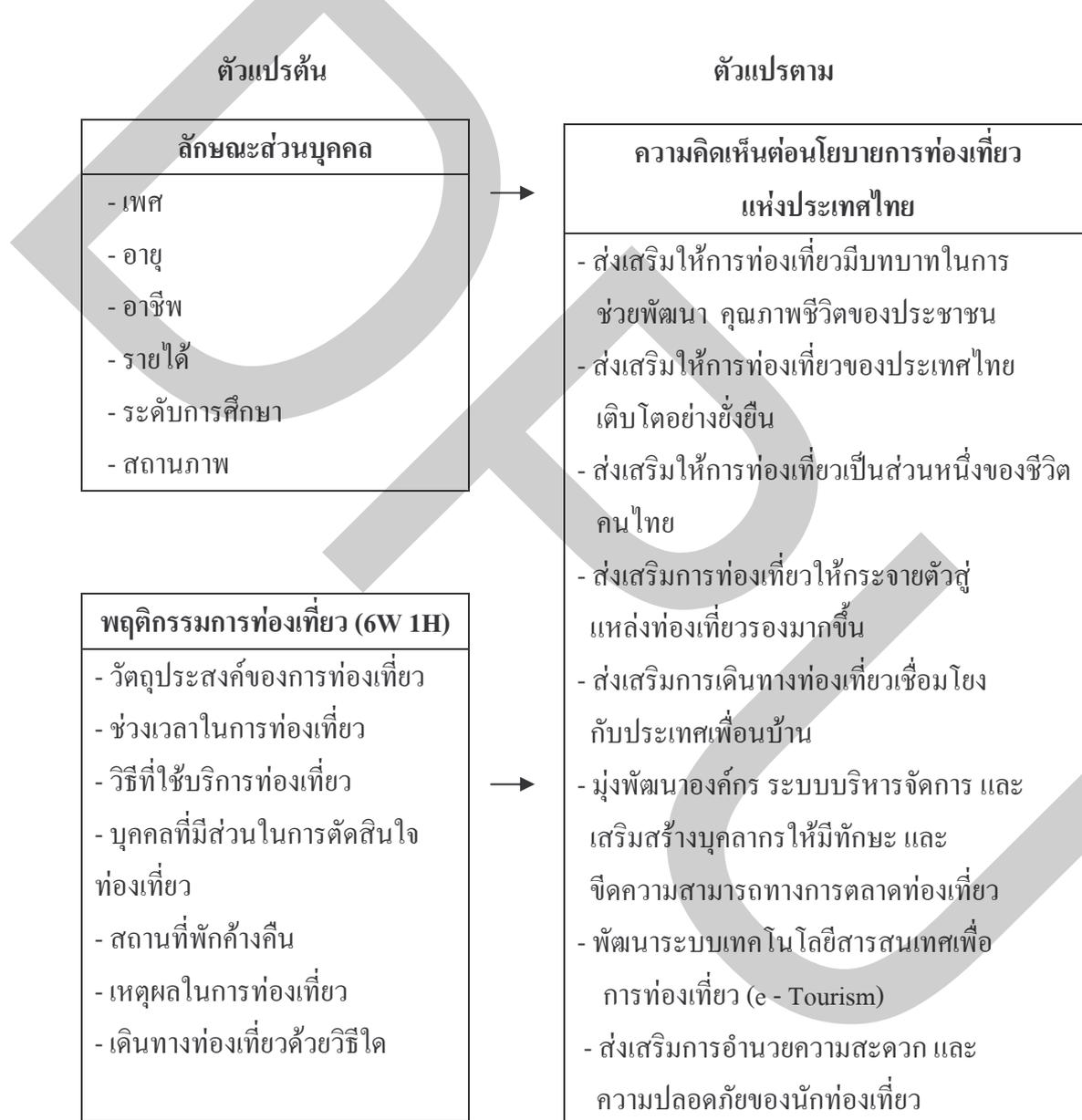
ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเปรียบเทียบกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าใช้ได้ผลหรือไม่

ในบทนี้จะนำเสนอ กรอบแนวคิดในการวิจัย ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เกณฑ์การแปลความของค่าเฉลี่ย การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

3.2 ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่สามารถหาจำนวนนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดประชากร ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งชายและหญิง ที่ภายใน 1 ปี เคยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมุ่งศึกษาความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยใช้จำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามปลายปิด เพื่อรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว และนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจากหนังสือ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นจึงได้ปรับปรุงเป็นแบบสอบถามขึ้นมา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน โดยมีลักษณะตามแนวคิดด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยว และความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ดังนี้ 1) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว 2) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว 3) วิธีใช้บริการท่องเที่ยว 4) บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจท่องเที่ยว 5) สถานที่พักค้างคืน 6) เหตุผลในการท่องเที่ยว 7) เส้นทางท่องเที่ยวด้วยวิธี ความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งออกเป็น 8 ข้อ ดังนี้ 1) ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน 2) ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน 3) ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย 4) ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น 5) ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน 6) มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะ และขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว 7) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) 8) ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์กำหนดให้เลือกตอบจำนวน 6 ข้อ คือ ข้อที่ 1 ถึงข้อที่ 6

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำนวน 9 ข้อ คือ ข้อที่ 7 ถึงข้อที่ 15

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีทั้งหมด 41 ข้อ คือ ข้อ 16 ถึงข้อที่ 56 เพื่อต้องการวัดระดับความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวใน 8 ด้าน ได้แก่ 1) การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต 2) ความยั่งยืนของการ

ท่องเที่ยวไทย 3) การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย 4) การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง 5) การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน 6) การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ 7) การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว 8) การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยเป็นแบบสอบถามวัด

- การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 16 ถึงข้อที่ 20
- ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 21 ถึงข้อที่ 26
- การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 27 ถึงข้อที่ 32
- การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 33 ถึงข้อที่ 37
- การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 38 ถึงข้อที่ 42
- การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 43 ถึงข้อที่ 47
- การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 48 ถึงข้อที่ 52
- การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 53 ถึงข้อที่ 56

ลักษณะคำถามในแบบสอบถามประกอบด้วยข้อความซึ่งผู้ตอบจะประเมินความรู้สึกของผู้ตอบเอง การประเมินแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง ไม่เห็นด้วยน้อย และไม่เห็นด้วยน้อยที่สุด โดยจะกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

3.4 เกณฑ์การแปลความของค่าเฉลี่ย

ในการแปลความหมายของคะแนนที่ใช้ในการการตีความของคะแนนเฉลี่ยที่ใช้กับการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยแบ่งช่วงระดับคะแนนได้ 5 ระดับ โดยใช้ค่าเฉลี่ยจากข้อมูลเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาโดยการหาความกว้างอันตรภาคชั้นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ทั้งนี้การนำคะแนนดังกล่าวไปอธิบายเพื่อจำแนกกลุ่มใช้คะแนนที่ได้จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ กล่าวคือ

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้

ผู้วิจัยได้ทำการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ตามขั้นตอนดังนี้

การหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ไปเสนอต่อประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาของคำถาม (Content Validity) ความชัดเจน ความถูกต้องด้านภาษา เพื่อความเข้าใจง่ายต่อการตอบแบบสอบถาม ในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยในครั้งนี้หรือไม่ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อหาความน่าเชื่อถือ (Reliability)

แล้วจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมถึงเรื่องที่ทำการศึกษา

3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ ดังนี้

3.6.1 ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ไปเก็บข้อมูล ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบบังเอิญใน 10 เขตที่สุ่มมา (ตาราง 3.2) โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเอง แล้วทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัส แล้วนำไปบันทึกเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ และประมวลผล

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงสถานที่การเก็บรวบรวมข้อมูล

ลำดับที่	สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล	จำนวนแบบสอบถาม
1.	เขตบางกะปิ	40
2.	เขตแจ้งวัฒนะ	40
3.	เขตดอนเมือง	40
4.	เขตยานนาวา	40
5.	เขตศรีนครินทร์	40
6.	เขตบางกอกน้อย	40
7.	เขตบางบอน	40
8.	เขตจตุจักร	40
9.	เขตบางพลัด	40
10.	เขตรามอินทรา	40
รวม		400

3.6.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำราวิชาการ วิทยานิพนธ์ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และประกอบวิเคราะห์สรุปผล

เมื่อทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการด้วยวิธีทางข้อมูลเพื่อเสนอผลการวิจัยครั้งนี้

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการที่ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบตามจำนวนแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดรหัสข้อมูล จากแบบสอบถาม ลงในสมุด หลังจากนั้นทำการคีย์ข้อมูลและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งใช้ค่าทางสถิติ โดยพิจารณาความเหมาะสมของข้อมูลดังต่อไปนี้

3.7.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ การอธิบายถึงลักษณะของข้อมูลตามความแตกต่างกันในลักษณะต่างๆ คือ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพการสมรส พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติ t-test และสถิติ F-test ในการเปรียบเทียบ

3.7.2 ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง “ความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน เพื่อที่จะตอบคำถามในการวิจัยว่าผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานหรือไม่ โดยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

4.3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	157	39.20
หญิง	243	60.80
2. อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	229	57.25
31-40 ปี	124	31.00
41-50 ปี	38	9.50
มากกว่า 50 ปี	9	2.25
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21	5.25
ปริญญาตรี	292	73.00

ปริญญาโท/สูงกว่า	87	21.75
------------------	----	-------

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนและร้อยละของข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
4. สถานภาพ		
โสด	306	76.50
สมรส	87	21.75
หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย	7	1.75
5. อาชีพ		
นักศึกษา	40	10.00
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	52	13.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ราชการ	103	25.75
เกษียณอายุ/ว่างงาน/แม่บ้าน	12	3.00
พนักงานบริษัทเอกชน	193	48.25
6. รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	61	15.25
10,001 - 20,000 บาท	163	40.75
20,001 - 30,000 บาท	76	19.00
30,001 - 40,000 บาท	56	14.00
มากกว่า 40,001 บาท	44	11.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.80 เพศชายร้อยละ 39.20 ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.00 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.50 และสุดท้ายมีอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมา จบการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 21.75 และจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีเพียงแค่ร้อยละ 5.25 เท่านั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาคือสมรส คิดเป็นร้อยละ 21.75 และมีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย ร้อยละ 1.75 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาเป็นพนักงาน

รัฐวิสาหกิจ/ราชการ คิดเป็นร้อยละ 25.75 เป็นเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 13.00 เป็นนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 10.00 และเกษียณอายุ/ว่างงาน/แม่บ้านเพียงร้อยละ 3.00 ตามลำดับ สำหรับรายได้ต่อเดือนนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่เดือนละ 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมา มีรายได้อยู่ที่ 20,001 - 30,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.00 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.25 มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.00 และ มีรายได้ มากกว่า 40,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวในประเทศของท่าน		
ธุรกิจ	10	2.50
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	339	84.75
เยี่ยมญาติ	18	4.50
ดูงาน/ทัศนศึกษา	12	3.00
การศึกษา	6	1.50
ปฏิบัติราชการ	5	1.25
ประชุม สัมมนา นิทรรศการ งานแสดงสินค้า	10	2.50
2. เส้นทางท่องเที่ยวในช่วงใด		
วันธรรมดา	14	3.50
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	88	22.00
วันหยุดต่อกันหลายวัน	129	32.25
ทุกโอกาสตามความสะดวก	169	42.25
3. เส้นทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด		
รถตู้	58	14.50
รถส่วนตัว	263	65.75
เครื่องบิน	35	8.75
รถไฟ	9	2.25

รถโดยสารประจำทาง	35	8.75
------------------	----	------

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
4. สถานที่พักค้างคืน		
โรงแรม	183	45.75
บังกะโล รีสอร์ท	169	42.25
บ้านเพื่อน	21	5.25
เกสต์เฮาส์	10	2.50
บ้านพักตากอากาศของตัวเอง	17	4.25
5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคน		
น้อยกว่า 2,500 บาท	84	21.00
2,5001 - 5,000 บาท	165	41.25
5,001 - 7,000 บาท	106	26.50
มากกว่า 7,001 บาท	45	11.25
6. จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของท่านในปีนี้		
1 ครั้ง/ปี	38	9.50
2 ครั้ง/ปี	117	29.25
3 ครั้ง/ปี	90	22.50
4 ครั้ง/ปี	75	18.75
5 ครั้ง/ปี	16	4.00
มากกว่า 5 ครั้ง/ปี	64	16.00
7. เดินทางท่องเที่ยว		
คนเดียว	21	5.25
เพื่อน	216	54.00
คู่สมรส	43	10.75
ครอบครัว/ญาติ	120	30.00

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขต
กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
8. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวไปกับท่านโดยประมาณ (รวมตัวท่านด้วย)		
1 - 2 คน	72	18.00
3 - 4 คน	131	32.75
5 - 6 คน	113	28.25
7 - 8 คน	49	12.25
9 - 10 คน	15	3.75
มากกว่า 10 คน	20	5.00
9. ปกติเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง หรือใช้บริการกับบริษัททัวร์		
เดินทางด้วยตัวของท่านเอง	339	84.80
ใช้บริการกับบริษัททัวร์	61	15.30

จากตารางที่ 4.2 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร นั้นส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อ ท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 84.75 รองลงมาเพื่อเยี่ยมญาติ คิดเป็นร้อยละ 4.50 คูงาน/ทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.00 เพื่อธุรกิจและเพื่อ ประชุม สัมมนา นิทรรศการ งานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 2.50 เท่ากัน เพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 1.50 และเพื่อปฏิบัติราชการคิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 42.25 รองลงมา วันหยุดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 32.25 วันเสาร์ – วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 22.00 และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 3.50

ส่วนวิธีที่เดินทางท่องเที่ยวนั้นเดินทางโดยรถส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาเดินทางโดยรถตู้ คิดเป็นร้อยละ 14.50 เดินทางโดยเครื่องบินและรถโดยสารประจำทางเท่ากัน คือร้อยละ 8.75 และเดินทางด้วยรถไฟคิดเป็นร้อยละ 2.25

สำหรับสถานที่พักค้างคืนนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะพักค้างคืนในโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 45.75 และรองลงมาเลือกที่จะพักในบังกะโล รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 42.25 บ้านเพื่อนร้อยละ 5.25 บ้านพักตากอากาศของตัวเอง ร้อยละ 4.25 และ เกสเฮาส์ ร้อยละ 2.50

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนนั้นส่วนใหญ่อยู่ที่ 2,501 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมา 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.50 น้อยกว่า 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.00 และมากกว่า 7,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.25

จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในปีส่วนใหญ่อยู่ที่ 2 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมา 3 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 22.50 จำนวน 4 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 18.75 มากกว่า 5 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 16.00 จำนวน 1 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 9.50 และ 5 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 4.00

ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 30.00 เดินทางกับคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 10.75 และเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 5.25

จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ที่ประมาณ 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมา 5 - 6 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 จำนวน 1 - 2 คน ร้อยละ 18.00 จำนวน 7 - 8 คน ร้อยละ 12.25 มากกว่า 10 คน ร้อยละ 5.00 และ 9-10 คน ร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ปกติส่วนใหญ่แล้วจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 84.80 และเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการกับบริษัททัวร์เพียงร้อยละ 15.30

4.3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความเห็นด้วย
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต			
1. การท่องเที่ยวไทยช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของท่าน	3.77	0.905	มาก
2. การท่องเที่ยวทำให้ท่านมีทัศนคติดีขึ้น	3.52	0.991	มาก
3. การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้พักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ	4.34	0.832	มากที่สุด

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความเห็นด้วย
4. การท่องเที่ยวทำให้ท่านมีชีวิตครอบครัวดีขึ้น	3.86	0.894	มาก
5. การท่องเที่ยวทำให้ท่านสุขภาพดีขึ้น	4.07	0.792	มาก
รวม	3.91	0.583	มาก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานครตอน โยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความเห็นด้วย
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต			
6. การท่องเที่ยวไทยช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของท่าน	3.77	0.905	มาก
7. การท่องเที่ยวทำให้ท่านมีรสนิยมดีขึ้น	3.52	0.991	มาก
8. การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้พักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ	4.34	0.832	มากที่สุด
9. การท่องเที่ยวทำให้ท่านมีชีวิตครอบครัวดีขึ้น	3.86	0.894	มาก
10. การท่องเที่ยวทำให้ท่านสุขภาพดีขึ้น	4.07	0.792	มาก
รวม	3.91	0.583	มาก
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย			
11. การท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ	4.30	0.749	มากที่สุด
12. การจัดท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่หลากหลายให้เลือกสับเปลี่ยนได้ทุกฤดู	4.20	0.826	มาก
13. การท่องเที่ยวไทยไปได้ทั้งปี	4.19	0.893	มาก
14. การท่องเที่ยวไทยเพิ่มคุณค่าขึ้นเรื่อยๆ	3.89	0.883	มาก
15. การท่องเที่ยวไทยส่งเสริมให้องค์กรส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและสนับสนุนให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	3.96	0.793	มาก
16. การท่องเที่ยวในประเทศเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย	3.83	0.924	มาก
รวม	4.06	0.600	มาก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานครตอนนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความเห็นด้วย
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย			
17. ในชีวิตท่านขาดการท่องเที่ยวในประเทศไม่ได้	3.67	1.136	มาก
18. การท่องเที่ยวไทยมีผลต่อการสร้างความรักในครอบครัวของท่าน	3.97	0.901	มาก
19. การท่องเที่ยวไทยมีผลต่อการสร้างความรักต่อเพื่อนฝูงของท่านที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต	4.01	0.823	มาก
20. การท่องเที่ยวทำให้ท่านเกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย	3.94	0.839	มาก
21. การท่องเที่ยวไทยทำให้ได้ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นไทยในภาคอื่นๆ ทำให้ผู้คนหวงแหนวัฒนธรรมมากขึ้น	4.03	0.822	มาก
22. การท่องเที่ยวในประเทศมีการกระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น	3.96	0.761	มาก
รวม	3.93	0.615	มาก
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง			
23. เมื่อท่านเดินทางไปยังที่หนึ่งที่ใดท่านมักจะแวะสถานที่ใกล้เคียง	4.07	0.809	มาก
24. ท่านมักซื้อสินค้า ณ สถานที่ที่ขับรถผ่านเสมอ	3.99	0.838	มาก
25. ท่านมักซื้อของที่ระลึกระหว่างทางเมื่อผ่าน	3.83	0.943	มาก
26. ถ้าท่านเดินทางไกลด้วยรถส่วนตัว ท่านมักจะแวะค้างคืนระหว่างทางก่อนถึงจังหวัดนั้น	3.51	1.128	มาก
27. เมื่อท่านเดินทางไปยังที่หนึ่งที่ใดท่านมักจะแวะรับประทานอาหารก่อนที่จะเดินทางต่อไปยัง	4.05	0.879	มาก

จุดหมาย			
รวม	3.89	0.660	มาก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานครตอนนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความเห็นด้วย
การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน			
28. การท่องเที่ยวในประเทศมีการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างดี	3.64	0.885	มาก
29. การคมนาคมที่สะดวก ในประเทศไทยจนถึงชายแดน ทำให้ท่านอยากข้ามไปประเทศเพื่อนบ้าน	3.80	0.860	มาก
30. ความเจริญของการท่องเที่ยวไทย ทำให้ประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น	3.95	0.777	มาก
31. การมีเส้นทางที่หลากหลายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้สะดวกมากขึ้น	3.97	0.755	มาก
32. การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางมากยิ่งขึ้น	3.90	0.751	มาก
รวม	3.85	0.612	มาก
การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ			
33. บุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความรู้ด้านการท่องเที่ยวในประเทศดีขึ้นกว่าเดิม	3.95	0.673	มาก
34. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้คำแนะนำข้อมูลการท่องเที่ยวได้ทุกด้าน	3.79	0.773	มาก
35. บุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความเชี่ยวชาญด้านการติดตามความเคลื่อนไหว และแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวทั่วประเทศ	3.76	0.812	มาก
36. บุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความสามารถในการวางแผนการตลาดเพื่อแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยว ระดับนานาชาติ	3.82	0.771	มาก
37. ผู้ประกอบการไทยมุ่งมั่น ในการพัฒนาตลาดการ	3.98	0.751	

ท่องเที่ยวให้ทันสมัย			มาก
รวม	3.86	0.607	มาก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานครตอนนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความเห็นด้วย
การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว			
38. มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น	4.00	0.792	มาก
39. การท่องเที่ยวไทยมีอยู่ในเว็บไซต์มากขึ้นกว่าแต่ก่อน	4.22	0.730	มากที่สุด
40. ระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว มีข้อมูลที่ต้องการมากขึ้นในปัจจุบัน	4.24	0.712	มากที่สุด
41. การท่องเที่ยวทุกจังหวัดมีข้อมูลใน Internet	4.25	0.699	มากที่สุด
42. การค้นหาข้อมูลจาก Internet ทำให้การเดินทางสะดวกมากกว่าแต่ก่อน	4.24	0.764	มากที่สุด
รวม	4.19	0.546	มาก
การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว			
43. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้นกว่าแต่ก่อน	3.76	0.969	มาก
44. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการประสานความร่วมมือกับทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศ และต่างประเทศในการส่งเสริมบริการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว	3.81	0.865	มาก
45. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย	3.81	0.873	มาก
46. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแผนการรองรับต่อภัยธรรมชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น	3.85	0.882	มาก

รวม	3.81	0.742	มาก
รวมทุกด้าน	3.94	0.401	มาก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานครตอนนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความเห็นด้วย
47. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย	3.81	0.873	มาก
48. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแผนการรองรับต่อภัยธรรมชาติ ทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น	3.85	0.882	มาก
รวม	3.81	0.742	มาก
รวมทุกด้าน	3.94	0.401	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมทุกด้านพบว่าเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่า

การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต โดยรวมนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการท่องเที่ยวทำให้ได้พักผ่อนทางร่างกายและจิตใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.34$) รองลงมา การท่องเที่ยวทำให้ท่านสุขภาพดีขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$) การท่องเที่ยวทำให้มีชีวิตครอบครัวดีขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.86$) การท่องเที่ยวไทยช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.77$) การท่องเที่ยวทำให้มีรสนิยมดีขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52$) ตามลำดับ

ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย โดยรวมนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าการท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุด ($\bar{X}=4.30$) รองลงมา เห็นว่าการจัดท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่หลากหลายให้เลือกสับเปลี่ยนได้ทุกฤดูอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) การท่องเที่ยวไทยไปได้ทั้งปีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$) การท่องเที่ยวไทยส่งเสริมให้องค์การส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและสนับสนุนให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$) การท่องเที่ยวไทยเพิ่มคุณค่า

ขึ้นเรื่อยๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) และการท่องเที่ยวในประเทศเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$) ตามลำดับ

การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย โดยรวมนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าการท่องเที่ยวไทยทำให้ได้ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นไทยในภาคอื่นๆ ทำให้ผู้คนหวงแหนวัฒนธรรมมากขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$) รองลงมาการท่องเที่ยวไทยมีผลต่อการสร้างความรักต่อเพื่อนฝูงและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) การท่องเที่ยวไทยมีผลต่อการสร้างความรักในครอบครัว ($\bar{X}=3.97$) การท่องเที่ยวในประเทศมีการกระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$) การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$) และในชีวิตขาดการท่องเที่ยวในประเทศไม่ได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$)

การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง โดยรวมนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าเมื่อเดินทางไปยังที่หนึ่งทีใดมักจะแวะสถานที่ใกล้เคียง ($\bar{X}=4.07$) เมื่อท่านเดินทางไปยังที่หนึ่งที่ใดท่านมักจะแวะรับประทานอาหารก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังจุดหมาย ($\bar{X}=4.05$) ท่านมักซื้อสินค้า ณ สถานที่ที่ขับรถผ่านเสมอ ($\bar{X}=3.99$) ท่านมักซื้อของที่ระลึกระหว่างทางเมื่อผ่าน ($\bar{X}=3.83$) ถ้าท่านเดินทางไกลด้วยรถส่วนตัว ท่านมักแวะค้างคืนระหว่างทางก่อนถึงจังหวัดนั้น ($\bar{X}=3.51$)

การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยรวมนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าการมีเส้นทางที่หลากหลายไปยังประเทศเพื่อนบ้านทำให้สะดวกมากขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) รองลงมาความเจริญของการท่องเที่ยวไทย ทำให้ประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางมากยิ่งขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$) การคมนาคมที่สะดวกในประเทศไทยจนถึงชายแดนทำให้อยากข้ามไปประเทศเพื่อนบ้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) และการท่องเที่ยวในประเทศมีการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างดีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$)

การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ โดยรวมนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ประกอบการไทยมุ่งมั่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวให้ทันสมัยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) รองลงมาบุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความรู้ด้านการท่องเที่ยวในประเทศดีขึ้นกว่าแต่ก่อนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) บุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความสามารถในการวางแผน

การตลาดเพื่อแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวระดับนานาชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้คำแนะนำข้อมูลการท่องเที่ยวได้ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$) และบุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความเชี่ยวชาญด้านการติดตามความเคลื่อนไหว และแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวทั่วไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) ตามลำดับ

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวโดยรวมนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าการท่องเที่ยวทุกจังหวัดมีข้อมูลใน Internet อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.25$) รองลงมาระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมีข้อมูลที่ต้องการมากขึ้นในปัจจุบัน และการค้นหาข้อมูลจาก Internet ทำให้การเดินทางสะดวกมากกว่าแต่ก่อนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$) การท่องเที่ยวไทยมีอยู่ในเว็บไซต์มากขึ้นกว่าแต่ก่อนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.22$) และมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ($\bar{X}=4.00$)

การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวโดยรวมนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวเห็นด้วยอยู่ในระดับมากทุกข้อทั้งการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแผนการรองรับต่อภัยธรรมชาติ ทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น ($\bar{X}=3.85$) การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย และการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการประสานความร่วมมือกับทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศ และต่างประเทศในการส่งเสริมบริการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.81$) การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้นกว่าแต่ก่อน ($\bar{X}=3.76$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขต

กรุงเทพมหานครตอนนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวม

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความเห็นด้วย
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต	3.91	0.583	มาก
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย	4.06	0.600	มาก
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย	3.93	0.615	มาก
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง	3.89	0.660	มาก

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความเห็นด้วย
การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน	3.85	0.612	มาก

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานครต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวม (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความเห็นด้วย
การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ	3.86	0.607	มาก
การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.19	0.546	มาก
การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.81	0.742	มาก
รวม	3.94	0.401	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวไทยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} 3.94) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อก็พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นกัน

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” มีสมมติฐานในการวิจัย คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 4.4 – 4.36

ในการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้สถิติในการทดสอบคือ t-test สำหรับตัวแปร 2 กลุ่ม และใช้สถิติ F-test สำหรับตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้การทดสอบ Least Significant Difference (LSD)

ตารางที่ 4.5 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครต่อนโยบาย
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศ

รายการ	ระดับความคิดเห็น		ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} SD		t	P-value	
	ชาย	หญิง			
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อ คุณภาพชีวิต	3.93 0.654	3.89 0.532	0.722	0.451	ไม่แตกต่าง
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย	4.09 0.617	4.04 0.589	0.759	0.448	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคน ไทย	4.02 0.583	3.87 0.629	2.397	0.017*	แตกต่าง
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว รอง	4.05 0.628	3.78 0.661	3.953	0.000*	แตกต่าง
การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน	4.02 0.585	3.74 0.606	4.485	0.000*	แตกต่าง
การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มี ทักษะความสามารถ	3.95 0.588	3.80 0.614	2.309	0.021*	แตกต่าง
การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการ ท่องเที่ยว	4.24 0.548	4.16 0.543	1.504	0.133	ไม่แตกต่าง
การอำนวยความสะดวกและความ ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.80 0.778	3.81 0.720	-0.053	0.958	ไม่แตกต่าง
รวม	4.01 0.367	3.88 0.414	3.081	0.002	แตกต่าง

จากตารางที่ 4.5 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายเห็นด้วยต่อนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่าเพศหญิง

ยกเว้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศอายุ

รายการ	ความคิดเห็น				ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} SD				F	P-value	
	ไม่เกิน 30ปี	31-40ปี	41-50ปี	51ปี ขึ้นไป			
การเดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต	3.84 0.523	4.04 0.638	3.93 0.583	3.91 0.960	3.13	0.026*	แตกต่าง
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ไทย	4.03 0.603	4.13 0.561	3.97 0.697	4.31 0.496	1.62	0.184	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่ง ต่อชีวิตคนไทย	3.90 0.577	4.01 0.592	3.79 0.832	4.13 0.740	1.81	0.145	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่ง ท่องเที่ยวรอง	3.84 0.678	3.96 0.622	3.87 0.719	4.04 0.296	1.06	0.367	ไม่แตกต่าง
การเชื่อมโยงกับประเทศ เพื่อนบ้าน	3.82 0.592	3.91 0.642	3.76 0.588	4.36 0.581	2.99	0.031*	แตกต่าง

การพัฒนาและส่งเสริม บุคลากรให้มีทักษะ ความสามารถ	3.83 0.587	3.91 0.620	3.77 0.693	4.33 0.265	2.59	0.052	ไม่แตกต่าง
การพัฒนาเทคโนโลยี สารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.18 0.529	4.24 0.556	3.98 0.588	4.58 0.338	3.84	0.010*	แตกต่าง

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศอายุ (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็น				ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} SD				F	P-value	
	ไม่เกิน 30ปี	31-40ปี	41-50ปี	51 ปี ขึ้นไป			
การอำนวยความสะดวกและ ความปลอดภัยกับ นักท่องเที่ยว	3.80 0.723	3.84 0.687	3.70 0.980	3.94 0.882	0.47	0.701	ไม่แตกต่าง
รวม	3.90 0.379	4.00 0.407	3.84 0.493	4.20 0.142	3.86	0.012	แตกต่าง

จากตารางที่ 4.6 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านโยบายด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วน ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ของนโยบายแต่ละด้านที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันได้ดังตารางที่ 4.7-4.9

ตารางที่ 4.7 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต

อายุ (ปี)	\bar{X}	ผลต่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต			
		ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 30 ปี	3.84	-	แตกต่าง Sig=0.002*	ไม่แตกต่าง Sig=0.367	ไม่แตกต่าง Sig=0.718
31-40 ปี	4.03		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.326	ไม่แตกต่าง Sig=0.528
41-50 ปี	3.93			-	ไม่แตกต่าง Sig=0.924
51 ปีขึ้นไป	3.91				-

จากตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิตพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิตมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี นอกจากนี้ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.8 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

อายุ (ปี)	\bar{x}	ผลต่างการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน			
		ไม่เกิน 30	31-40	41-50	51 ขึ้นไป
ไม่เกิน 30	3.82	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.174	ไม่แตกต่าง Sig=0.587	แตกต่าง Sig=0.009*
31-40	3.91		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.183	แตกต่าง Sig=0.034*
41-50	3.76			-	แตกต่าง Sig=0.008*
51 ขึ้นไป	4.36				-

จากตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 นอกจากนั้นไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.9 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

อายุ (ปี)	\bar{x}	ผลต่างการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว			
		ไม่เกิน 30	31-40	41-50	51 ขึ้นไป
ไม่เกิน 30	4.18	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.037	แตกต่าง Sig=0.034*	แตกต่าง Sig=0.031*
31-40	4.40		-	แตกต่าง Sig=0.010*	ไม่แตกต่าง Sig=0.070
41-50	3.98			-	แตกต่าง Sig=0.003*
51 ขึ้นไป	4.58				-

จากตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี และยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามวุฒิการศึกษา

รายการ	ความคิดเห็น			ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} SD			F	P-value	
	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรี	ป.โท และสูง กว่า			
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต	3.57 0.816	3.88 0.564	4.09 0.530	8.415	0.000*	แตกต่าง
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย	4.32 0.923	4.04 0.591	4.08 0.519	2.185	0.114	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย	4.22 0.678	3.90 0.633	3.96 0.517	2.856	0.059	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง	4.33 0.574	3.85 0.655	3.89 0.662	5.263	0.006*	แตกต่าง
การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน	4.34 0.530	3.83 0.625	3.82 0.539	7.393	0.001*	แตกต่าง
การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ	4.21 0.412	3.82 0.613	3.89 0.601	4.241	0.015*	แตกต่าง
การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.54 0.587	4.17 0.538	4.17 0.540	4.758	0.009*	แตกต่าง
การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.77 0.990	3.79 0.765	3.85 0.588	0.242	0.785	ไม่แตกต่าง
รวม	4.16 0.292	3.91 0.413	3.96 0.362	4.351	0.013	แตกต่าง

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทยโดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ของนโยบายแต่ละด้านที่นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทยแตกต่างกันได้ดังตารางที่ 4.11-4.15

ตารางที่ 4.11 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต

วุฒิการศึกษา	\bar{X}	ผลต่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ป.โท และสูงกว่า
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.57	-	แตกต่าง Sig=0.017*	แตกต่าง Sig=000*
ปริญญาตรี	3.88		-	แตกต่าง Sig=.003*
ป.โท และสูงกว่า	4.09			-

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิตพบว่านักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท

และสูงกว่า นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ยังมีความคิดเห็นแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่า

ตารางที่ 4.12 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษา แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อ แหล่งท่องเที่ยวรอง

วุฒิการศึกษา	\bar{X}	ผลต่างการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ป.โท และสูงกว่า
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.33	-	แตกต่าง Sig=0.001*	แตกต่าง Sig=0.005*
ปริญญาตรี	3.85		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.075
ป.โท และสูงกว่า	3.89			-

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรองพบว่านักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็น แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท/สูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.13 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

วุฒิการศึกษา	\bar{X}	ผลต่างการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ป.โท และสูงกว่า
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.34	-	แตกต่าง Sig=0.000*	แตกต่าง Sig=0.000*
ปริญญาตรี	3.83		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.893
ป.โท และสูงกว่า	3.82			-

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านพบว่านักท่องเที่ยงที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยงที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท/สูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ

วุฒิการศึกษา	\bar{X}	ผลต่างการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ป.โท และสูงกว่า
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.21	-	แตกต่าง Sig=0.005*	แตกต่าง Sig=0.032*
ปริญญาตรี	3.82		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.331
ป.โท และสูงกว่า	3.89			-

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถพบว่านักท่องเที่ยงที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยงที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท/สูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนั้นไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.15 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

วุฒิการศึกษา	\bar{X}	ผลต่างการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ป.โท และสูงกว่า
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.54	-	แตกต่าง Sig=0.002*	แตกต่าง Sig=0.005*
ปริญญาตรี	4.17		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.944
ป.โท และสูงกว่า	4.17			-

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยงที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยงที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท/สูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนั้นไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

รายการ	ความคิดเห็น					ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} SD					F	P-value	
	นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับ ราชการ/ วิสาหกิจ	เกษียณ/ ว่างงาน/ แม่บ้าน	พนักงาน เอกชน			
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต	3.74 0.644	3.97 0.634	4.05 0.602	3.68 0.811	3.87 0.513	3.135	0.015*	แตกต่างกัน
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย	4.14 0.647	4.13 0.589	4.09 0.608	4.51 0.562	3.99 0.578	2.871	0.023*	แตกต่างกัน
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย	4.01 0.682	3.94 0.653	4.01 0.524	4.47 0.526	3.83 0.620	4.238	0.002*	แตกต่างกัน
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง	3.92 0.585	4.03 0.627	3.88 0.690	4.00 0.362	3.84 0.679	1.034	0.389	ไม่แตกต่างกัน
การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน	3.88 0.565	3.92 0.656	3.91 0.625	4.15 0.444	3.77 0.605	1.957	0.100	ไม่แตกต่างกัน
การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ	3.82 0.616	4.05 0.592	3.93 0.597	4.22 0.376	3.76 0.606	4.208	0.002*	แตกต่างกัน
การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.20 0.514	4.23 0.640	4.37 0.479	4.33 0.623	4.07 0.529	5.602	0.000*	แตกต่างกัน
การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว	3.86 0.725	3.75 0.816	3.93 0.731	3.85 0.742	3.74 0.729	1.195	0.313	ไม่แตกต่างกัน
รวม	3.96 0.381	4.00 0.448	4.01 0.409	4.15 0.285	3.85 0.378	4.316	0.002	แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ นโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวไทยโดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในแต่ละด้านแตกต่างกันทั้งด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และเมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนโยบาย การท่องเที่ยวในแต่ละด้านระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน ได้ดังตารางที่ 4.17-4.22

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต

อาชีพ	\bar{X}	ผลต่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต				
		นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เกษียณ/ว่าง/ แม่บ้าน	พนักงาน เอกชน
นักศึกษา	3.74	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.055	แตกต่าง Sig=0.005*	ไม่แตกต่าง Sig=0.765	ไม่แตกต่าง Sig=0.187
ธุรกิจส่วนตัว	3.97		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.454	ไม่แตกต่าง Sig=0.118	ไม่แตกต่าง Sig=0.265
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.05			-	แตกต่าง Sig=0.040*	แตกต่าง Sig=0.014*
เกษียณ/ว่าง/ แม่บ้าน	3.68				-	ไม่แตกต่าง Sig=0.271
พนักงาน เอกชน	3.87					-

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิตแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักศึกษา เกษียณ/ว่างงาน/แม่บ้าน และพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย

อาชีพ	\bar{X}	ผลต่างความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย				
		นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ วิสาหกิจ	เกษียณ/ว่าง/ แม่บ้าน	พนักงาน เอกชน
นักศึกษา	4.14	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.920	ไม่แตกต่าง Sig=0.640	ไม่แตกต่าง Sig=0.055	ไม่แตกต่าง Sig=0.143
ธุรกิจส่วนตัว	4.13		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.698	แตกต่าง Sig=0.042*	ไม่แตกต่าง Sig=0.136
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.09			-	แตกต่าง Sig=0.019*	ไม่แตกต่าง Sig=0.170
เกษียณ/ว่าง/ แม่บ้าน	4.51				-	แตกต่าง Sig=0.003*
พนักงานเอกชน	3.99					-

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษียณ/ว่าง/แม่บ้าน มีความคิดเห็นที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษียณ/ว่าง/แม่บ้าน เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทยมากกว่านักท่องเที่ยวอาชีพอื่น

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย

อาชีพ	\bar{x}	ผลต่างการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย				
		นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เกษียณ/ว่าง/ แม่บ้าน	พนักงาน เอกชน
นักศึกษา	4.01	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.587	ไม่แตกต่าง Sig=0.987	แตกต่าง Sig=0.020*	ไม่แตกต่าง Sig=0.095
ธุรกิจส่วนตัว	3.94		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.513	แตกต่าง Sig=0.006*	ไม่แตกต่าง Sig=0.260
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.01			-	แตกต่าง Sig=0.012*	แตกต่าง Sig=0.019*
เกษียณ/ว่าง/ แม่บ้าน	4.47				-	แตกต่าง Sig=0.000*
พนักงานเอกชน	3.83					-

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษียณ/ว่าง/แม่บ้าน มีความคิดเห็นที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษียณ/ว่าง/แม่บ้าน เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย นอกจากนี้ยังพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ

อาชีพ	\bar{X}	ผลต่างการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ				
		นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เกษียณ/ว่าง/ แม่บ้าน	พนักงาน เอกชน
นักศึกษา	3.82	-	ไม่แตกต่าง Sig= 0.073	ไม่แตกต่าง Sig=0.323	แตกต่าง* Sig=0.044	ไม่แตกต่าง Sig=0.534
ธุรกิจส่วนตัว	4.05		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.254	ไม่แตกต่าง Sig=0.373	แตกต่าง Sig=0.002*
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.93			-	ไม่แตกต่าง Sig=0.117	แตกต่าง Sig=0.017*
เกษียณ/ว่าง/ แม่บ้าน	4.22				-	แตกต่าง Sig=0.010*
พนักงานเอกชน	3.76					-

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยงที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และเกษียณ/ว่าง/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างนักท่องเที่ยงที่มีอาชีพนักศึกษา กับนักท่องเที่ยงที่มีอาชีพเกษียณ/ว่าง/แม่บ้าน

ตารางที่ 4.21 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

อาชีพ	\bar{X}	ผลต่างการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว				
		นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เกษียณ/ว่าง/ แม่บ้าน	พนักงาน เอกชน
นักศึกษา	4.20	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.758	ไม่แตกต่าง Sig=0.094	ไม่แตกต่าง Sig=0.448	ไม่แตกต่าง Sig=0.160
ธุรกิจส่วนตัว	4.23		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.146	ไม่แตกต่าง Sig=0.564	แตกต่าง Sig=0.048*
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.37			-	ไม่แตกต่าง Sig=0.836	ไม่แตกต่าง Sig=0.000*
เกษียณ/ว่าง/ แม่บ้าน	4.33				-	ไม่แตกต่าง Sig=0.097
พนักงานเอกชน	4.07					-

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยงที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนั้นไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามสถานภาพ

รายการ	ความคิดเห็น			ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} SD			F	P-value	
	โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกัน อยู่/หม้าย			
การเดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต	3.88 0.588	3.99 0.559	4.23 0.535	2.191	0.113	ไม่แตกต่าง
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ไทย	4.04 0.600	4.11 0.599	4.21 0.599	0.669	0.513	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่ง ต่อชีวิตคนไทย	3.92 0.571	3.95 0.753	3.83 0.653	0.135	0.874	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่ง ท่องเที่ยวรอง	3.87 0.645	3.95 0.723	3.91 0.460	0.599	0.550	ไม่แตกต่าง
การเชื่อมโยงกับประเทศ เพื่อนบ้าน	3.81 0.599	3.98 0.644	4.00 0.653	2.702	0.068	ไม่แตกต่าง
การพัฒนาและส่งเสริม บุคลากรให้มีทักษะ ความสามารถ	3.85 0.584	3.86 0.676	4.06 0.737	0.380	0.684	ไม่แตกต่าง
การพัฒนาเทคโนโลยี สารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.19 0.530	4.16 0.584	4.40 0.783	0.685	0.505	ไม่แตกต่าง
การอำนวยความสะดวกและ ความปลอดภัยกับ นักท่องเที่ยว	3.84 0.720	3.65 0.776	4.25 0.990	3.626	0.028*	แตกต่าง
รวม	3.92 0.386	3.95 0.440	4.11 0.511	0.847	0.430	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าในด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ไม่พบความแตกต่างทั้งด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

และเมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันในนโยบายการท่องเที่ยวด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวได้ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว

สถานภาพ	\bar{X}	ผลต่างการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่/ หม้าย
โสด	3.84	-	แตกต่าง Sig=0.032*	ไม่แตกต่าง Sig=0.146
สมรส	3.65		-	แตกต่าง Sig=0.038*
หย่าร้าง/แยกกัน อยู่/หม้าย	4.25			-

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีความ

คิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด และสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามรายได้

รายการ	ความคิดเห็น					ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} (SD)					F	P-value	
	<10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	>40,001			
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต	3.74 0.627	3.95 0.493	3.97 0.570	3.80 0.663	4.05 0.684	3.003	0.018*	แตกต่าง
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย	4.04 0.716	4.08 0.562	4.05 0.590	3.96 0.641	4.17 0.517	0.847	0.496	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย	4.01 0.630	3.93 0.571	4.00 0.571	3.71 0.613	3.97 0.772	2.414	0.048*	แตกต่าง
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง	3.86 0.655	3.90 0.666	3.90 0.621	3.78 0.773	3.98 0.552	0.687	0.601	ไม่แตกต่าง
การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน	3.79 0.614	3.87 0.616	3.93 0.551	3.64 0.650	3.99 0.599	2.760	0.028*	แตกต่าง
การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ	3.88 0.618	3.87 0.605	3.91 0.617	3.73 0.584	3.86 0.617	0.765	0.548	ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็น					ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} (SD)					F	P-value	
	<10,000	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	>40,001			
การพัฒนาเทคโนโลยี สารสนเทศด้านการ ท่องเที่ยว	4.14 0.473	4.26 0.540	4.19 0.570	4.06 0.563	4.16 0.583	1.507	0.199	ไม่แตกต่าง
การอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยกับ นักท่องเที่ยว	3.85 0.611	3.80 0.737	3.78 0.797	3.83 0.767	3.78 0.822	0.112	0.978	ไม่แตกต่าง
รวม	3.91 0.342	3.95 0.408	3.96 0.375	3.81 0.454	3.99 0.402	1.857	0.117	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย และด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนั้นไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต

รายได้	\bar{X}	ผลต่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต				
		<10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	>40,001
<10,000	3.74	-	แตกต่าง Sig=0.015*	แตกต่าง Sig=0.018*	ไม่แตกต่าง Sig=0.583	แตกต่าง Sig=0.006*
10,001-20,000	3.95		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.753	ไม่แตกต่าง Sig=0.090	ไม่แตกต่าง Sig=0.280
20,001-30,000	3.97			-	Sig=0.082	ไม่แตกต่าง Sig=0.460
30,001-40,000	3.80				-	แตกต่าง Sig=0.027*
>40,001	4.05					-

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 และรายได้มากกว่า 40,001 บาท นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-40,000 ก็มีความคิดเห็นที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย

รายได้	\bar{X}	ผลต่างการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย				
		<10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	>40,001
<10,000	4.01	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.363	ไม่แตกต่าง Sig=0.934	แตกต่าง Sig=0.008*	ไม่แตกต่าง Sig=0.710
10,001-20,000	3.93		-	Sig=0.379	แตกต่าง Sig=0.021*	ไม่แตกต่าง Sig=0.711
20,001-30,000	4.00			-	แตกต่าง Sig=0.007*	ไม่แตกต่าง Sig=0.754
30,001-40,000	3.71				-	แตกต่าง Sig=0.037*
>40,001	3.97					-

จากตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิตแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 และรายได้มากกว่า 40,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

รายได้	\bar{X}	ผลต่างการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน				
		<10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	>40,001
<10,000	3.79	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.382	ไม่แตกต่าง Sig=0.176	ไม่แตกต่าง Sig=0.190	ไม่แตกต่าง Sig=0.095
10,001-20,000	3.87		-	Sig=0.465	แตกต่าง Sig=0.016*	ไม่แตกต่าง Sig=0.241
20,001-30,000	3.93			-	แตกต่าง Sig=0.007*	ไม่แตกต่าง Sig=0.606
30,001-40,000	3.64				-	แตกต่าง Sig=0.005*
>40,001	3.99					-

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 และรายได้มากกว่า 40,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านช่วงเวลาในการท่องเที่ยว (ท่องเที่ยวเมื่อไหร่ /เวลาใด) กับความคิดเห็นด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ความคิดเห็น				ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} SD				F	P-value	
	วัน ธรรมดา	เสาร์- อาทิตย์	หยุดต่อกัน หลายวัน	ทุกโอกาส ตามสะดวก			
การเดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต	4.07 0.743	4.00 0.585	3.87 0.563	3.88 0.580	1.484	0.218	ไม่แตกต่าง
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ไทย	3.96 0.812	4.12 0.537	4.00 0.618	4.09 0.597	0.987	0.399	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่ง ต่อชีวิตคนไทย	4.08 0.706	4.03 0.651	3.95 0.618	3.84 0.579	2.189	0.089	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่ง ท่องเที่ยวรอง	3.93 0.991	3.99 0.652	3.84 0.661	3.86 0.630	1.018	0.385	ไม่แตกต่าง
การเชื่อมโยงกับประเทศ เพื่อนบ้าน	3.99 0.806	3.82 0.546	3.91 0.588	3.81 0.645	0.842	0.472	ไม่แตกต่าง
การพัฒนาและส่งเสริม บุคลากรให้มีทักษะ ความสามารถ	4.16 0.465	3.95 0.561	3.90 0.590	3.75 0.637	3.888	0.009*	แตกต่าง
การพัฒนาเทคโนโลยี สารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.26 0.663	4.18 0.459	4.20 0.519	4.18 0.599	0.110	0.954	ไม่แตกต่าง
การอำนวยความสะดวกและ ความปลอดภัยกับ นักท่องเที่ยว	3.55 0.804	3.89 0.697	3.80 0.784	3.79 0.728	0.946	0.418	ไม่แตกต่าง
รวม	4.00 0.541	3.99 0.399	3.93 0.390	3.90 0.395	1.233	0.297	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาในการท่องเที่ยว (ท่องเที่ยวเมื่อไหร่/เวลาใด) กับความคิดเห็นด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่ก็ไม่มีมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนโยบายด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต นโยบายด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย นโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย นโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง นโยบายด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นโยบายด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว และนโยบายด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ยกเว้นนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ

ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว	\bar{X}	ผลต่างการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ			
		วันธรรมดา	เสาร์-อาทิตย์	หยุดต่อกันหลายวัน	ทุกโอกาสตามสะดวก
วันธรรมดา	4.16	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.236	ไม่แตกต่าง Sig=0.132	แตกต่าง Sig=0.016*
เสาร์-อาทิตย์	3.95		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.548	แตกต่าง Sig=0.011*
หยุดต่อกันหลายวัน	3.90			-	แตกต่าง Sig=0.032*
ทุกโอกาสตามสะดวก	3.75				-

จากตารางที่ 4.29 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวในทุกโอกาสตามที่สะดวก เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดต่อกันหลายวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว (ทำไม่ถึงท่องเที่ยว) กับความคิดเห็นด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ความคิดเห็น							ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} SD							F	P-value	
	ธุรกิจ	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ	ดูงาน	การศึกษา	ปฏิบัติราชการ	ประชุมฯ			
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต	3.64 0.610	3.91 0.570	3.52 0.666	3.92 0.529	4.50 0.415	4.00 0.510	4.40 0.471	4.092	0.001*	แตกต่าง
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย	3.80 0.719	4.03 0.583	4.25 0.677	4.31 0.602	4.72 0.443	4.27 0.769	4.17 0.614	2.501	0.022*	แตกต่าง
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย	3.72 0.497	3.91 0.607	3.93 0.821	4.11 0.529	4.56 0.310	4.03 0.681	4.07 0.654	1.580	0.151	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง	3.88 0.545	3.87 0.639	4.01 0.656	3.72 0.455	4.67 0.372	3.96 1.466	4.08 1.055	1.873	0.084	ไม่แตกต่าง
การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน	3.96 0.479	3.82 0.596	4.02 0.613	3.62 0.624	4.73 0.432	3.80 1.086	4.26 0.582	3.696	0.001*	แตกต่าง

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว (ทำไม่ถึงท่องเที่ยว) กับความคิดเห็นด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็น							ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X}							F	P-value	
	SD									
ธุรกิจ	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ	ดูงาน	การศึกษา	ปฏิบัติราชการ	ประชุมฯ				
การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ	3.86	3.82	4.12	3.67	4.57	4.20	4.28	3.538	0.002*	แตกต่าง
	0.566	0.596	0.528	0.640	0.294	0.200	0.855			
การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.16	4.15	4.63	3.97	4.60	4.84	4.38	4.813	0.000*	แตกต่าง
	0.506	0.540	0.419	0.489	0.379	0.358	0.592			
การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.68	3.81	3.79	3.58	4.08	3.80	3.88	0.385	0.888	ไม่แตกต่าง
	0.800	0.722	0.815	0.868	0.204	0.891	1.220			
รวม	3.83	3.91	4.03	3.86	4.55	4.11	4.18	3.854	0.001	แตกต่าง
	0.174	0.396	0.349	0.346	0.286	0.555	0.476			

จากตารางที่ 4.30 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว (ทำไม่ถึงท่องเที่ยว) กับความคิดเห็นด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนโยบายด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต นโยบายด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย นโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย นโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง นโยบายด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นโยบายด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว และนโยบายด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ยกเว้นนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แยกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	\bar{X}	ผลต่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต						
		ธุรกิจ	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ	ดูงาน	การศึกษา	ปฏิบัติราชการ	ประชุมฯ
ธุรกิจ	3.64	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.135	ไม่แตกต่าง Sig=0.600	ไม่แตกต่าง Sig=0.257	แตกต่าง Sig=0.004*	ไม่แตกต่าง Sig=0.249	แตกต่าง Sig=0.003*
พักผ่อน	3.91		-	แตกต่าง Sig=0.005*	ไม่แตกต่าง Sig=0.987	แตกต่าง Sig=0.013*	ไม่แตกต่าง Sig=0.737	แตกต่าง Sig=0.008*
เยี่ยมญาติ	3.52			-	ไม่แตกต่าง Sig=0.060	แตกต่าง Sig=0.000*	ไม่แตกต่าง Sig=0.098	แตกต่าง Sig=0.000*
ดูงาน	3.92				-	แตกต่าง Sig=0.041*	ไม่แตกต่าง Sig=0.784	แตกต่าง Sig=0.048*
การศึกษา	4.50					-	ไม่แตกต่าง Sig=0.148	ไม่แตกต่าง Sig=0.734
ปฏิบัติราชการ	4.00						-	ไม่แตกต่าง Sig=0.201
ประชุมฯ	4.40							-

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแยกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ (ทำไมถึงท่องเที่ยว) ในการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิตแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ พักผ่อน เยี่ยมญาติ และดูงาน และนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อประชุมฯ เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิตแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ พักผ่อน เยี่ยมญาติ และดูงาน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมญาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนั้นไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.32 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แยกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	\bar{X}	ผลต่างความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย						
		ธุรกิจ	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ	ดูงาน	การศึกษา	ปฏิบัติราชการ	ประชุมฯ
ธุรกิจ	3.80	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.223	ไม่แตกต่าง Sig=0.055	แตกต่าง Sig=0.047*	แตกต่าง Sig=0.003*	ไม่แตกต่าง Sig=0.151	ไม่แตกต่าง Sig=0.167
พักผ่อน	4.03		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.129	ไม่แตกต่าง Sig=0.117	แตกต่าง Sig=0.005*	ไม่แตกต่าง Sig=0.380	ไม่แตกต่าง Sig=0.479
เยี่ยมญาติ	4.25			-	ไม่แตกต่าง Sig=0.802	ไม่แตกต่าง Sig=0.092	ไม่แตกต่าง Sig=0.956	ไม่แตกต่าง Sig=0.722
ดูงาน	4.31				-	ไม่แตกต่าง Sig=0.161	ไม่แตกต่าง Sig=0.902	ไม่แตกต่าง Sig=0.585
การศึกษา	4.72					-	ไม่แตกต่าง Sig=0.205	ไม่แตกต่าง Sig=0.070
ปฏิบัติราชการ	4.27						-	ไม่แตกต่าง Sig=0.758
ประชุมฯ	4.17							-

จากตารางที่ 4.32 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แยกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ (ทำไมถึงท่องเที่ยว) ในการท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทยแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อดูงาน และเพื่อการศึกษา นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทยแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนั้นไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.33 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แยกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	\bar{X}	ผลต่างการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน						
		ธุรกิจ	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ	ดูงาน	การศึกษา	ปฏิบัติราชการ	ประชุมฯ
ธุรกิจ	3.96	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.468	ไม่แตกต่าง Sig=0.793	ไม่แตกต่าง Sig=0.182	แตกต่าง Sig=0.013*	ไม่แตกต่าง Sig=0.627	ไม่แตกต่าง Sig=0.264
พักผ่อน	3.82		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.164	ไม่แตกต่าง Sig=0.249	แตกต่าง Sig=0.000*	ไม่แตกต่าง Sig=0.941	แตกต่าง Sig=0.023*
เยี่ยมญาติ	4.02			-	ไม่แตกต่าง Sig=0.071	แตกต่าง Sig=0.012*	ไม่แตกต่าง Sig=0.464	ไม่แตกต่าง Sig=0.316
ดูงาน	3.62				-	แตกต่าง Sig=0.000*	ไม่แตกต่าง Sig=0.566	แตกต่าง Sig=0.013*
การศึกษา	4.73					-	แตกต่าง Sig=0.011*	ไม่แตกต่าง Sig=0.127
ปฏิบัติราชการ	3.80						-	ไม่แตกต่าง Sig=0.162
ประชุมฯ	4.26							-

จากตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แยกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ (ทำไมถึงท่องเที่ยว) ในการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวทำธุรกิจ พักผ่อน เยี่ยมญาติ ดูงาน และปฏิบัติราชการ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อประชุมฯ เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและดูงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนั้นไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.34 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แยกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	\bar{X}	ผลต่างการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ						
		ธุรกิจ	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ	ดูงาน	การศึกษา	ปฏิบัติราชการ	ประชุมฯ
ธุรกิจ	3.86	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.839	ไม่แตกต่าง Sig=0.265	ไม่แตกต่าง Sig=0.449	แตกต่าง Sig=0.022*	ไม่แตกต่าง Sig=0.298	ไม่แตกต่าง Sig=0.116
พักผ่อน	3.82		-	แตกต่าง Sig=0.037*	ไม่แตกต่าง Sig=0.378	แตกต่าง Sig=0.003*	ไม่แตกต่าง Sig=0.159	แตกต่าง Sig=0.017*
เยี่ยมญาติ	4.12			-	แตกต่าง Sig=0.041*	ไม่แตกต่าง Sig=0.114	ไม่แตกต่าง Sig=0.796	ไม่แตกต่าง Sig=0.502
ดูงาน	3.67				-	แตกต่าง Sig=0.003*	ไม่แตกต่าง Sig=0.093	แตกต่าง Sig=0.017*
การศึกษา	4.57					-	ไม่แตกต่าง Sig=0.310	ไม่แตกต่าง Sig=0.352
ปฏิบัติราชการ	4.20						-	ไม่แตกต่าง Sig=0.806
ประชุมฯ	4.28							-

จากตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไมถึงท่องเที่ยว) แยกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ (ทำไมถึงท่องเที่ยว) ในการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ พักผ่อน และดูงาน และนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อประชุมฯ เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและดูงาน และนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวฯ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และดูงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนั้นไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.35 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	\bar{X}	ผลต่างการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว						
		ธุรกิจ	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ	ดูงาน	การศึกษา	ปฏิบัติราชการ	ประชุมฯ
ธุรกิจ	4.16	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.958	แตกต่าง Sig=0.024*	ไม่แตกต่าง Sig=0.396	ไม่แตกต่าง Sig=0.109	แตกต่าง Sig=0.020*	ไม่แตกต่าง Sig=0.355
พักผ่อน	4.15		-	แตกต่าง Sig=0.000*	ไม่แตกต่าง Sig=0.238	แตกต่าง Sig=0.041*	แตกต่าง Sig=0.004*	ไม่แตกต่าง Sig=0.180
เยี่ยมญาติ	4.63			-	แตกต่าง Sig=0.001*	ไม่แตกต่าง Sig=0.894	ไม่แตกต่าง Sig=0.442	ไม่แตกต่าง Sig=0.227
ดูงาน	3.97				-	แตกต่าง Sig=0.018*	แตกต่าง Sig=0.002*	ไม่แตกต่าง Sig=0.070
การศึกษา	4.60					-	ไม่แตกต่าง Sig=0.456	ไม่แตกต่าง Sig=0.423
ปฏิบัติราชการ	4.84						-	ไม่แตกต่าง Sig=0.115
ประชุมฯ	4.38							-

จากตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (ทำไม่ถึงท่องเที่ยว) แตกต่างกันที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ (ทำไม่ถึงท่องเที่ยว) ในการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อ พักผ่อนและดูงาน และนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อปฏิบัติราชการ เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ พักผ่อน และดูงาน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวฯ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และดูงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.36 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิธีเดินทางท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) กับความคิดเห็นด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ความคิดเห็น					ค่าสถิติ		แปลค่า
	\bar{X} (SD)					F	P-value	
	รถตู้	รถ ส่วนตัว	เครื่องบิน	รถไฟ	รถประจำ ทาง			
การเดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต	4.02 0.626	3.89 0.571	4.00 0.632	3.71 0.549	3.83 0.545	1.257	0.286	ไม่แตกต่าง
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ไทย	3.94 0.671	4.08 0.573	4.12 0.600	4.19 0.615	4.04 0.673	0.800	0.526	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อ ชีวิตคนไทย	3.97 0.687	3.87 0.615	4.11 0.604	4.19 0.386	4.07 0.486	2.374	0.052	ไม่แตกต่าง
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่ง ท่องเที่ยวรอง	4.06 0.845	3.81 0.635	4.06 0.632	3.82 0.504	4.01 0.451	2.821	0.025*	แตกต่าง
การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อน บ้าน	3.94 0.585	3.80 0.629	3.84 0.679	3.78 0.307	4.10 0.440	2.330	0.055	ไม่แตกต่าง
การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากร ให้มีทักษะความสามารถ	4.00 0.630	3.82 0.585	3.69 0.700	3.89 0.501	4.08 0.591	3.009	0.018*	แตกต่าง
การพัฒนาเทคโนโลยี สารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	4.21 0.571	4.15 0.547	4.21 0.577	4.60 0.346	4.29 0.466	1.888	0.112	ไม่แตกต่าง
การอำนวยความสะดวกและ ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.91 0.726	3.75 0.718	3.70 0.802	3.28 1.221	4.29 0.493	5.947	0.000*	แตกต่าง
รวม	4.00 0.413	3.89 0.413	3.96 0.371	3.93 0.206	4.08 0.300	2.465	0.045	แตกต่าง

จากตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิธีเดินทางท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) กับความคิดเห็นด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าโดยรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นราย

ด้านพบว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง นโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และนโยบายด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยส่งผลต่อคุณภาพชีวิต นโยบายด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย นโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย นโยบายด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และนโยบายด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ที่ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.37 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) แตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง

วิถีเดินทาง	\bar{X}	ผลต่างการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง				
		รถตู้	รถส่วนตัว	เครื่องบิน	รถไฟ	รถประจำทาง
รถตู้	4.06	-	แตกต่าง Sig=0.009*	ไม่แตกต่าง Sig=0.972	ไม่แตกต่าง Sig=0.307	ไม่แตกต่าง Sig=0.687
รถส่วนตัว	3.81		-	แตกต่าง Sig=0.037*	ไม่แตกต่าง Sig=0.961	ไม่แตกต่าง Sig=0.099
เครื่องบิน	4.06			-	ไม่แตกต่าง Sig=0.337	ไม่แตกต่าง Sig=0.742
รถไฟ	3.82				-	ไม่แตกต่าง Sig=0.453
รถประจำทาง	4.01					-

จากตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) แตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) โดยรถส่วนตัว เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยรถตู้และเครื่องบิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4.38 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) แตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ

วิถีเดินทาง	\bar{X}	ผลต่างการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ				
		รถตู้	รถส่วนตัว	เครื่องบิน	รถไฟ	รถประจำทาง
รถตู้	4.00	-	แตกต่าง Sig=0.034*	แตกต่าง Sig=0.016*	ไม่แตกต่าง Sig=0.595	ไม่แตกต่าง Sig=0.552
รถส่วนตัว	3.82		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.242	ไม่แตกต่าง Sig=0.729	แตกต่าง Sig=0.016*
เครื่องบิน	3.69			-	ไม่แตกต่าง Sig=0.380	แตกต่าง Sig=0.007*
รถไฟ	3.89				-	ไม่แตกต่าง Sig=0.395
รถประจำทาง	4.08					-

จากตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) แตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ พบว่านักท่องเที่ยว ที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) โดยรถตู้เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถต่างกับนักท่องเที่ยว ที่เดินทางโดยรถส่วนตัวและเครื่องบิน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถประจำทางเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถส่วนตัวและเครื่องบิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.39 การทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) แตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว

วิถีเดินทาง	\bar{X}	ผลต่างการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว				
		รถตู้	รถส่วนตัว	เครื่องบิน	รถไฟ	รถประจำทาง
รถตู้	3.91	-	ไม่แตกต่าง Sig=0.118	ไม่แตกต่าง Sig=0.169	แตกต่าง Sig=0.015*	แตกต่าง Sig=0.017*
รถส่วนตัว	3.75		-	ไม่แตกต่าง Sig=0.707	ไม่แตกต่าง Sig=0.056	แตกต่าง Sig=0.000*
เครื่องบิน	3.70			-	แตกต่าง Sig=0.012*	แตกต่าง Sig=0.001*
รถไฟ	3.28				-	แตกต่าง Sig=0.000*
รถประจำทาง	4.29					-

จากตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) แตกต่างกันต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวิถีเดินทางในการท่องเที่ยว (วิธีที่ใช้บริการท่องเที่ยว) โดยรถไฟเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถตู้และเครื่องบิน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถประจำทางก็เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถตู้ รถส่วนตัว เครื่องบิน และรถไฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และ 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานใช้ค่า t-test และ One-way ANOVA

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาเป็นเพศชาย มีอายุไม่เกิน 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด สำหรับรายได้ต่อเดือนนั้นกลุ่มตัวอย่างมีรายได้อยู่ที่เดือนละ 10,001 - 20,000 บาท

5.1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน โดยช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวคือทุกโอกาสตามความสะดวก ส่วนวิธีที่เดินทางท่องเที่ยวนั้นเดินทางโดยรถส่วนตัวมากที่สุด สำหรับสถานที่พักค้างคืนนั้นกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะพักค้างคืนในโรงแรม พอๆ กับเลือกพักในบังกะโล รีสอร์ท ส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนนั้นอยู่ที่ 2,501 - 5,000 บาท จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในปีนี้อยู่ที่ 2 ครั้ง/ปี เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุดรองลงมาคือครอบครัวและญาติ มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวอยู่ที่ประมาณ 3 - 4 คน และนักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าใช้บริการกับบริษัททัวร์

5.1.3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมทุกด้านพบว่านักท่องเที่ยวเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยกับนโยบายด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยส่งผลต่อคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมากทั้งการท่องเที่ยวทำให้ได้พักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ การท่องเที่ยวทำให้ท่านสุขภาพดี การท่องเที่ยวทำให้มีชีวิตครอบครัวดี การท่องเที่ยวไทยช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต และการท่องเที่ยวทำให้มีรสนิยมดีขึ้น

ส่วนนโยบายด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุด และเห็นด้วยในระดับมากกว่าการจัดท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่หลากหลายให้เลือกสับเปลี่ยนได้ทุกฤดู การท่องเที่ยวไทยไปได้ทั้งปี การท่องเที่ยวไทยส่งเสริมให้องค์การส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและสนับสนุนให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวไทยเพิ่มคุณค่าขึ้นเรื่อยๆ และการท่องเที่ยวในประเทศเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย

นโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยในระดับมากกว่าการท่องเที่ยวไทยทำให้ได้ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นไทยในภาคอื่นๆ ทำให้ผู้คนหวงแหนวัฒนธรรมมากขึ้น การท่องเที่ยวไทยมีผลต่อการสร้างความรักต่อเพื่อนฝูงและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต การท่องเที่ยวไทยมีผลต่อการสร้างความรักในครอบครัว การท่องเที่ยวในประเทศมีการกระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมาก การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย และในชีวิตขาดการท่องเที่ยวในประเทศไม่ได้

สำหรับนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยในระดับมากกว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าเมื่อเดินทางไปยังที่หนึ่งที่ใดมักจะแวะสถานที่ใกล้เคียง เมื่อเดินทางไปยังที่หนึ่งที่ใดท่านมักจะแวะรับประทานอาหารก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังจุดหมายมักซื้อสินค้า ณ สถานที่ที่ขับรถผ่านเสมอ มักซื้อของที่ระลึกระหว่างทางเมื่อผ่าน ถ้าเดินทางไกลด้วยรถส่วนตัวมักแวะค้างคืนระหว่างทางก่อนถึงจังหวัดนั้น

ส่วนนโยบายด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยในระดับมากกว่าการมีเส้นทางที่หลากหลายไปยังประเทศเพื่อนบ้านทำให้สะดวกมากขึ้น ความเจริญของการท่องเที่ยวไทย ทำให้ประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามา

ท่องเที่ยวมากขึ้น การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางมากยิ่งขึ้น การคมนาคมที่สะดวกในประเทศไทยจนถึงชายแดน ทำให้อยากข้ามไปประเทศเพื่อนบ้าน และการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างดี

ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมากกว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าผู้ประกอบการไทยมุ่งมั่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวให้ทันสมัย บุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความรู้ด้านการท่องเที่ยวในประเทศดีขึ้นกว่าเดิม บุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความสามารถในการวางแผนการตลาดเพื่อแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้คำแนะนำข้อมูลการท่องเที่ยวได้ทุกด้าน และบุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความเชี่ยวชาญด้านการติดตามความเคลื่อนไหว และแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวทั่วโลก

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าการท่องเที่ยวทุกจังหวัดมีข้อมูลใน Internet ระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมีข้อมูลที่ต้องการมากขึ้นในปัจจุบัน และการค้นหาข้อมูลจาก Internet ทำให้การเดินทางสะดวกมากกว่าแต่ก่อน การท่องเที่ยวไทยมีอยู่ในเว็บไซต์มากขึ้นกว่าเดิม และมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าประเทศไทยมีแผนการรองรับต่อภัยธรรมชาติ ทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย และการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการประสานความร่วมมือกับทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศในการส่งเสริมบริการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้นกว่าเดิม

5.1.4 การทดสอบสมมติฐาน

5.1.4.1 เพศ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของไทยโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายเห็นด้วยต่อนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่าเพศหญิง ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การพัฒนาเทคโนโลยี

สารสนเทศด้านการท่องเที่ยว และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.1.4.2 อายุ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.1.4.3 วุฒิการศึกษา นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่ากลุ่มผู้ที่จบการศึกษาระดับอื่นๆ ส่วนความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.1.4.4 อาชีพ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าในด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุ ว่างาน และแม่บ้าน เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพอื่น ส่วนการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับ

ประเทศเพื่อนบ้าน และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.1.4.5 สถานภาพ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่ก็ไม่พบความแตกต่างทั้งด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ยกเว้นด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง แยกกันอยู่ และหม้ายเห็นด้วยกับนโยบายด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

5.1.4.5 รายได้ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย และด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้กลุ่มอื่น

5.1.4.6 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทั้งนโยบายด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต นโยบายด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย นโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย นโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง นโยบายด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นโยบายด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว และนโยบายด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ยกเว้นนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มี

ทักษะความสามารถ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เที่ยววันธรรมดาคะเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่เที่ยววันอื่น

5.1.4.7 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ นโยบายด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต นโยบายด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย นโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย นโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง นโยบายด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นโยบายด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว และนโยบายด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว ยกเว้นนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

5.1.4.8 วิธีเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีวิธีเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง นโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และนโยบายด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยวิธีอื่น ส่วนด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต นโยบายด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย นโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย นโยบายด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และนโยบายด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวคือทุกโอกาสตามความสะดวกอาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความสะดวกที่ไม่กังวลกับวันหยุดพักผ่อนได้ทุกโอกาส ส่วนวิธีที่เดินทางท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถส่วนตัวมากที่สุด/สบาย สะดวก สำหรับสถานที่พักค้างคืนนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะพักค้างคืนในโรงแรมพอๆ กับเลือกพักในบังกะโล รีสอร์ท ส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนนั้นส่วนใหญ่อยู่ที่ 2,501 - 5,000 บาท จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่อยู่ที่ 2 ครั้ง/ปี ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุด มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ที่ประมาณ 3 - 4 คน และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าใช้บริการกับบริษัททัวร์ อาจเป็นเพราะเป็นการท่องเที่ยวในประเทศสามารถแก้ปัญหาได้เอง

5.2.2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมทุกด้านพบว่านักท่องเที่ยวเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยกับนโยบายด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยว่าส่งผลต่อคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมาก ทั้งการท่องเที่ยวทำให้ได้พักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ การท่องเที่ยวทำให้สุขภาพดี การท่องเที่ยวทำให้มีชีวิตครอบครัวดี การท่องเที่ยวไทยช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต และการท่องเที่ยวทำให้มีรสนิยมดีขึ้น สอดคล้องกับ ศิราภรณ์ ภิญ โญชูโต (2550) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยความร่วมมือของ องค์กร ท้องถิ่น และชุมชนบ้านช่วงบุก ตำบลห้วยไร่ อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ ผลการวิจัยพบว่า ผลที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวโดยความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่นและชุมชนทำให้ชาวบ้านได้พูดคุยปรึกษาหารือกันเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนกันมากขึ้นมีความภาคภูมิใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองและภาคภูมิใจที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ มีโอกาสได้แสดงศักยภาพของตนเองให้ผู้อื่นได้รับรู้ ได้สร้างมิตรภาพและสายสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนเดียวกัน องค์กรท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว เกิดอาชีพใหม่ที่สามารสรสร้างรายได้ให้กับตนเอง องค์กร และชุมชน นอกจากนี้ยังเกิดการเปลี่ยนแปลงกับสภาพแวดล้อมภายในชุมชนที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยและสวยงามมากขึ้นเหมาะกับการต้อนรับนักท่องเที่ยวและที่สำคัญคือส่งผลให้เกิดการ

ทำงานร่วมกันแบบมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและเกิดการยอมรับซึ่งกันและกันซึ่งถือเป็นมิติใหม่ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน ซึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวในส่วนใหญ่ในการท่องเที่ยวก็เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการแสวงหาความสนุกสนาน บันเทิง รวมถึงการไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ชมการแสดง การเล่นกีฬา และนันทนาการ ทำให้ขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไปและเรียกพลกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับข้อสรุปของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548:7)

ส่วนนโยบายด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุด และเห็นด้วยอยู่ในระดับมากกว่าการจัดการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่หลากหลายให้เลือกสับเปลี่ยนได้ทุกฤดู การท่องเที่ยวไทยไปได้ทั้งปี การท่องเที่ยวไทยส่งเสริมให้องค์การส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและสนับสนุนให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวไทยเพิ่มคุณค่าขึ้นเรื่อยๆ และการท่องเที่ยวในประเทศเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย สอดคล้องกับข้อสรุปของ วิมล จิโรจน์รัฐ, ประชิด สกฤษณ์พัฒน์ และ อุดม เขยกิจวงศ์ (2548) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตหมุนเวียนเป็นวงจรภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพของประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงาน และเพิ่มรายได้ของประชาชน ซึ่งส่งผลให้รัฐได้รับรายได้ในรูปแบบของภาษีเพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็ไปถึงภูมิภาคนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นเช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีผู้ลงทุนหลายรูปแบบทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง รายได้จากการท่องเที่ยวมีผลในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่า การท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีหลากหลายรูปแบบและสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เช่นในช่วงฤดูหนาวไปเที่ยวทางภาคเหนือซึ่งมีอากาศที่หนาวเย็น มีดอกไม้เมืองหนาวที่สวยงาม ส่วนฤดูร้อนก็ไปเที่ยวทะเลทางภาคใต้ซึ่งประเทศไทยมีทะเลที่สวยงาม และฤดูฝนก็ไปเที่ยวทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปเที่ยวชมเทศกาลต่างๆ เช่น บุญบั้งไฟ เทศกาลเข้าพรรษา เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) ได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวยั่งยืน โดยใช้ Campaign “เก็บเมืองไทยให้สวยงาม” ในการสร้างจิตสำนึก กระตุ้นกระแส การอนุรักษ์ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระยะยาว โดยจัดทำโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ตลอดจนจัดทำโครงการส่งเสริมการอนุรักษ์สำหรับกลุ่มเยาวชน และ

นักท่องเที่ยวทั่วไป เช่นกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์สังคม ได้แก่ เจ้าพระยาเสถียรทิวทัศน์ท่องเที่ยว
ราชันย์และการสร้างแบบอย่างการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแนวทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมากกว่าการท่องเที่ยวไทยทำให้ได้ศึกษาเรียนรู้
วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นไทยในภาคอื่นๆ ทำให้ผู้คนหวงแหนวัฒนธรรมมากขึ้น การ
ท่องเที่ยวไทยมีผลต่อการสร้างความรักต่อเพื่อนฝูงและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต การท่องเที่ยวไทยมี
ผลต่อการสร้างความรักในครอบครัว การท่องเที่ยวในประเทศมีการกระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยว
รองมาก การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย และในชีวิต
ขาดการท่องเที่ยวในประเทศไม่ได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสังคมปัจจุบันที่ต้องแข่งขันเพื่อการดำรงชีพ
ซึ่งทำให้คนมีความเครียดมากขึ้นจึงคำนึงถึงความจำเป็นต้องพักผ่อน การท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนหนึ่ง
ของวิถีชีวิตของผู้คน ซึ่งหลายครอบครัวได้จัดสรรงบประมาณของรายได้ไว้เพื่อการท่องเที่ยวแม้ใน
ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำผู้คนก็ยังมีความต้องการเดินทางไปพักผ่อนยังที่ต่างๆ ซึ่งจากผลการสำรวจ
พบว่าในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจจำนวนการเดินทางของผู้คนไม่ได้ลดลงเลย คนอาจจะพยายาม
ประหยัดค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวด้วยการเดินทางระยะสั้นลง และพยายามเดินทางในรูปแบบโปรแกรม
ของการท่องเที่ยวที่มีราคาประหยัดมากกว่าทัวร์เต็มรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของ สันติ
ชัย เอื้อจงประสิทธิ์ (2549:23)

สำหรับนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง ผลการวิจัยพบว่า
นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมากกว่าเมื่อเดินทางไปยังที่หนึ่งที่ใดมักจะ
แวะสถานที่ใกล้เคียง แวะรับประทานอาหารก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังจุดหมาย มักซื้อสินค้า ณ
สถานที่ที่ขับรถผ่านเสมอ มักซื้อของที่ระลึกระหว่างทางเมื่อผ่าน ถ้าเดินทางไกลด้วยรถส่วนตัวมัก
แวะค้างคืนระหว่างทางก่อนถึงจังหวัดนั้น ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2545) ได้ประมาณการว่า
การท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องซึ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ
ช่วยเพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น อาทิ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวรองเพื่อ
กระจายนักท่องเที่ยวที่กระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหลัก และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
(2550) ได้ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและระหว่างภาค โดยจัดงาน
เทศกาลท่องเที่ยวภาคต่างๆ และสนับสนุนการจัดงานของภาคเอกชน เช่น งานไทยเที่ยวไทย และ
ท่องเที่ยวทั่วโลก จัดงาน Road Show ข้ามภูมิภาค โดยนำผู้ประกอบการจากพื้นที่หนึ่ง ไปพบกลุ่ม
หน่วยงานในอีกพื้นที่หนึ่งทั้งกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่ม Corporate ที่เป็นหน่วยงานภาครัฐและ
เอกชนนอกวงการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความประสงค์จัดกิจกรรมเดินทางท่องเที่ยวจัดโครงการ

คาราวานท่องเที่ยวเช่น คาราวาน Auto Vision & Travel คาราวานสัญจรตามรอยพ่อหลวง คาราวานรถยนต์ ท่องเที่ยวทุ่งดอกกระเจียวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่

ส่วนนโยบายด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมากกว่าการมีเส้นทางที่หลากหลายไปยังประเทศเพื่อนบ้านทำให้สะดวกมากขึ้น ความเจริญของการท่องเที่ยวไทย ทำให้ประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมาก การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางมากขึ้น การคมนาคมที่สะดวกในประเทศไทยจนถึงชายแดน ทำให้อยากข้ามไปประเทศเพื่อนบ้าน และการท่องเที่ยวในประเทศมีการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างดี จากงานวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านของ ทวีป ศิริรัสมิ (2550) ซึ่งกล่าวว่าประเทศไทยมีโครงการความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านหลายโครงการเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในภูมิภาคนี้ เช่น โครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ประกอบด้วย 5 ประเทศกับอีก 1 มณฑลของจีน ได้แก่ ไทย กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม และมณฑลยูนนาน รวมเป็น 6 เขตเศรษฐกิจ และโครงการยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านลุ่มน้ำอิรวดี แม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำโขงหรือ Ayeyawady Chao Phraya and Mekong Economic Cooperation Strategy (ACMECS) เป็นความร่วมมือระหว่างกัมพูชา ลาวและพม่า ซึ่งโครงการเหล่านี้ไม่เพียงเน้นการพัฒนาทางเศรษฐกิจเท่านั้นยังให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์อันดี การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันและการพัฒนาร่วมกันที่จะเกิดตามมาอีกด้วย

ด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมากกว่าผู้ประกอบการไทยมุ่งมั่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวให้ทันสมัย บุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความรู้ด้านการท่องเที่ยวในประเทศดีขึ้นกว่าแต่ก่อน บุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความสามารถในการวางแผนการตลาดเพื่อแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้คำแนะนำข้อมูลการท่องเที่ยวได้ทุกด้าน และบุคลากรด้านท่องเที่ยวของไทยมีความเชี่ยวชาญด้านการติดตามความเคลื่อนไหวและแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวทั่วโลก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพร พนมไพร (2550) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายในด้านความเป็นมิตรไมตรี การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมืองอยู่ในระดับดี

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าการท่องเที่ยวทุกจังหวัดมีข้อมูลใน Internet ระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมีข้อมูลที่ต้องการมากขึ้นในปัจจุบัน และการค้นหา

ข้อมูลจาก Internet สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรางทิพย์ ทวีสิทธิ์ (2545) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดตราดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตราดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้ของนักศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายใน จังหวัดตราดที่มีทัศนคติในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต อีกทั้งศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้ของนักศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายใน จังหวัดตราดที่มีกับแนวโน้มการตัดสินใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวทำให้การเดินทางสะดวกมากกว่าแต่ก่อน การท่องเที่ยวไทยมีอยู่ในเว็บไซต์มากขึ้นกว่าแต่ก่อน และมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น สอดคล้องกับอรุณี อินทรไพโรจน์ ที่กล่าวว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ได้ถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการธุรกรรมและสร้างโอกาสในการแข่งขัน ถึงแม้การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ของไทยจะไม่เด่นชัดเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ แต่ก็เริ่มมีบทบาทและสร้างความคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การซื้อตั๋วโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Ticket) การสำรองที่นั่ง ซึ่งพรศิริ มโนหาร (2552) ได้กล่าวว่าปัจจุบันมีการนำอีคอมเมิร์ซมาใช้แพร่หลายในธุรกิจสายการบิน โรงแรม และบริษัทนำเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของตลาดออนไลน์มากขึ้น อาทิ สายการบินในประเทศไทย ที่ได้มีการเข้ามาของธุรกิจ Low Cost Airline ที่มีช่องทางการขายหลักผ่านทางเว็บไซต์ หรือด้านธุรกิจโรงแรม ได้มีการใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการนำเสนอขายสินค้าและบริการกันเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ตลอดจนบริษัทนำเที่ยวที่ได้มีการใช้เว็บไซต์เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีการดำเนินการตามแผนแม่บทการตลาดออนไลน์ ททท. ปี พ.ศ.2551-2554 โดยเน้นการเตรียมความพร้อมในองค์กรพร้อมรับการแข่งขันทางการตลาดออนไลน์ โดยพัฒนาระบบเว็บไซต์และฐานข้อมูล รวมถึงทรัพยากรบุคคลขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันได้ในตลาดการท่องเที่ยวระดับโลก นอกจากนี้ ได้มีการนำ ICT eMarketing มาใช้เพื่อการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งทางด้านการพัฒนาเว็บไซต์ให้ความรู้และประชาสัมพันธ์สินค้าการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการกระจายข้อมูล เช่น การจัดทำข้อมูล และพัฒนาเว็บไซต์สำหรับผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ได้นำ ICT eMarketing ไปใช้เพื่อพัฒนาการบริการจาก ททท. แก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดส่งอีเมลล์ แคมเปญ ต่างๆ ของ ททท. ถึงนักท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ได้ร่วมมือกับพันธมิตรจากภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การศึกษา และกลุ่มนักท่องเที่ยวสร้างสรรค์ กิจกรรมต่างๆ ด้านการตลาดออนไลน์ เช่น โครงการเผยแพร่เนื้อหาออนไลน์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว บนเว็บไซต์

Youtube.com และโครงการบริหารจัดการชุมชนความคิดเห็นบนโลกออนไลน์ ใน wikipedia.org wikitravel.org และมีแผนสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวบนชุมชนออนไลน์ทั่วโลกมากขึ้น โดยได้จัดทำแผนการตลาดออนไลน์ ได้แก่ การให้ผู้ใช้สร้างคอนเทนต์ (User Generated Media) โดยเผยแพร่รูปภาพ วิดีโอ และบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ไปสู่ 9 เว็บไซต์ที่เป็น User Generated Media Site ชื่อดังของโลกออนไลน์ เช่น Flickr.com Youtube.com Igougo.com เป็นต้น

ในด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแผนการรองรับต่อภัยธรรมชาติ ทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย และการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการประสานความร่วมมือกับทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศในการส่งเสริมบริการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้นกว่าเดิม สอดคล้องกับงานวิจัยของสมชาย ปรีกมาส (2549) ซึ่งทำการวิจัยการประเมินโครงการศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและรักษาความปลอดภัยจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาค้นคว้าคือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ช่วยเหลือ และผู้รับเหมาประกอบการก่อสร้างศูนย์ช่วยเหลือ ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนเกี่ยวกับการดำเนินงาน โครงการ ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เรื่องการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมภาพลักษณ์การรักษาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในการทำงานของเจ้าหน้าที่ มีความเชื่อมั่นในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจาก เป็นเมืองท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมในการดำเนินการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตประชาชนมีความพึงพอใจในระดับสูงสุด และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวประชาชนมีความพึงพอใจในระดับสูงสุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาจริย์ ผลประเสริฐ (2548) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจความเชื่อมั่นด้านการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและความสามารถที่พึงประสงค์ของตำรวจท่องเที่ยว เก็บรวบรวมข้อมูลจากตำรวจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว-ชาวต่างชาติ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของตำรวจท่องเที่ยวไทยทั่วประเทศมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาจิน บัวผัน (2542) วิจัยเรื่องทัศนคติ

ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปัญหาอาชญากรรมในประเทศไทย : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวต่างประเศในเขตเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความรู้สึกลดภัยในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับสูง

5.2.3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

5.2.3.1 นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของไทยโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายเห็นด้วยต่อนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่าเพศหญิง แต่อย่างไรก็ตามทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างก็เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปว่านักท่องเที่ยวทั้งเพศหญิงและเพศชายเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าใช้ได้ผลอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเดินทางท่องเที่ยวไม่จำกัดว่าเพศชายหรือเพศหญิง ก็สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้

5.2.3.2 นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าใช้ได้ผลอยู่ในระดับมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อาจเป็นช่วงวัยเกษียณอายุ จึงต้องเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน

5.2.3.3 นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่ากลุ่มผู้ที่จบการศึกษาระดับอื่นๆ แต่ก็ยังเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าใช้ได้ผลอยู่ในระดับมากทุกกลุ่มการศึกษา ส่วนความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มุ่งเน้นและพัฒนาการท่องเที่ยวทุกระดับ สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ การส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาค ของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

5.2.3.4 นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าในด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุ ว่างาน และแม่บ้าน เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพอื่น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุ ว่างาน และแม่บ้านมีเวลาในการหาข้อมูลและการใช้บริการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ จึงทำให้เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าใช้ได้ผลมากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.2.3.5 นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าใช้ได้ผลโดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของการ

ท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว รอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว สรุปว่าสถานภาพไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากไม่ว่าจะอยู่ในสถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง ต่างก็ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว

5.2.3.6 นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกันทั้งด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว รอง การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว และการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว ยกเว้นด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย และด้านการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,001 บาท เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยว่าใช้ได้ผลมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้กลุ่มอื่น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,001 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงที่สุดในกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีโอกาสในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าจะเห็นว่าการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต เป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิต และทำให้สะดวกในการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

5.2.3.7 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ยกเว้นนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เที่ยววันธรรมดาคือจะเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่เที่ยววันอื่น ทั้งนี้เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยว ในวันธรรมดามีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวที่น้อยกว่าวันหยุดติดต่อกันหลายวัน หรือวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ นักท่องเที่ยวจึงเลือกเดินทางในวันหยุดธรรมดา เพื่อลดความกังวลใจในการเดินทางท่องเที่ยวในเรื่องการจัดเวลาที่เหมาะสมสำหรับการใช้ในการเดินทาง และการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว

5.2.3.8 นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าใช้ได้ผลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 ทั้งนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยว่าใช้ได้ผลมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา มีความรู้และความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างมาก จึงต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อให้คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวมากที่สุด สอดคล้องกับข้อสรุปของ รวีวรรณ โปษยรุ่งโรจน์ (2550 : 29) ที่สรุปว่า นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในด้านความสำคัญ ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ลักษณะทางศิลปกรรม ลักษณะภูมิประเทศ และข้อมูลอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยวได้ถูกต้อง

5.2.3.9 นักท่องเที่ยวที่มีวิธีเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวรอง นโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ และนโยบายด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยวิธีอื่น และในผลการวิจัยยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถไฟเห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนโยบายด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวว่าใช้ได้ผลอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยวิธีอื่นเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถไฟ มีความเสี่ยงต่ออันตรายที่อาจเกิดในระหว่างการเดินทาง จึงอยากให้รัฐบาลให้การสนับสนุน เจ้าหน้าที่ อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยอย่างเข้มงวดกว่าแต่ก่อน เพื่อป้องกันความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 ด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นในชีวิตขาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่ได้ จึงควรมีการประชาสัมพันธ์ว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย โดยการกระจายข่าวสารด้านการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือ นิตยสาร วารสาร หรือสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ถ้าเดิน

ทางไกลจะพักระหว่างทาง ซึ่งการพักระหว่างทางเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านควรมีเส้นทางที่หลากหลาย เพื่อให้การเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้านมีความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง

5.3.1.2 ด้านประชากรศาสตร์ จากผลการศึกษาวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมากกว่าเพศหญิง ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรตอบสนองเพศหญิง โดยนำเสนอความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเพศหญิงไปได้ทุกที่ ส่วนคนอายุมาก ที่เกษียณอายุ/ผู้ว่างงาน/แม่บ้าน เห็นด้วยกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีช่วงเวลาค่อนข้างมากและมีเวลาว่างเป็นส่วนใหญ่ จึงใช้ช่วงเวลาดังกล่าวของชีวิตในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

5.3.1.3 ด้านพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว จากผลการวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงควรจัดหาสถานที่พักผ่อนที่พักผ่อน โดยการประชุมสัมพัทธ์ผ่านสื่อโฆษณาในสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายผ่านสื่อ หนังสือ เอกสาร แจกฟรี ตามศูนย์ท่องเที่ยว ในเรื่องของการเดินทางส่วนใหญ่จะเดินทางโดยรถส่วนตัวเนื่องจากมีความสะดวก

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้ และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วยจะทำให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้นซึ่งจะทำให้การวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น

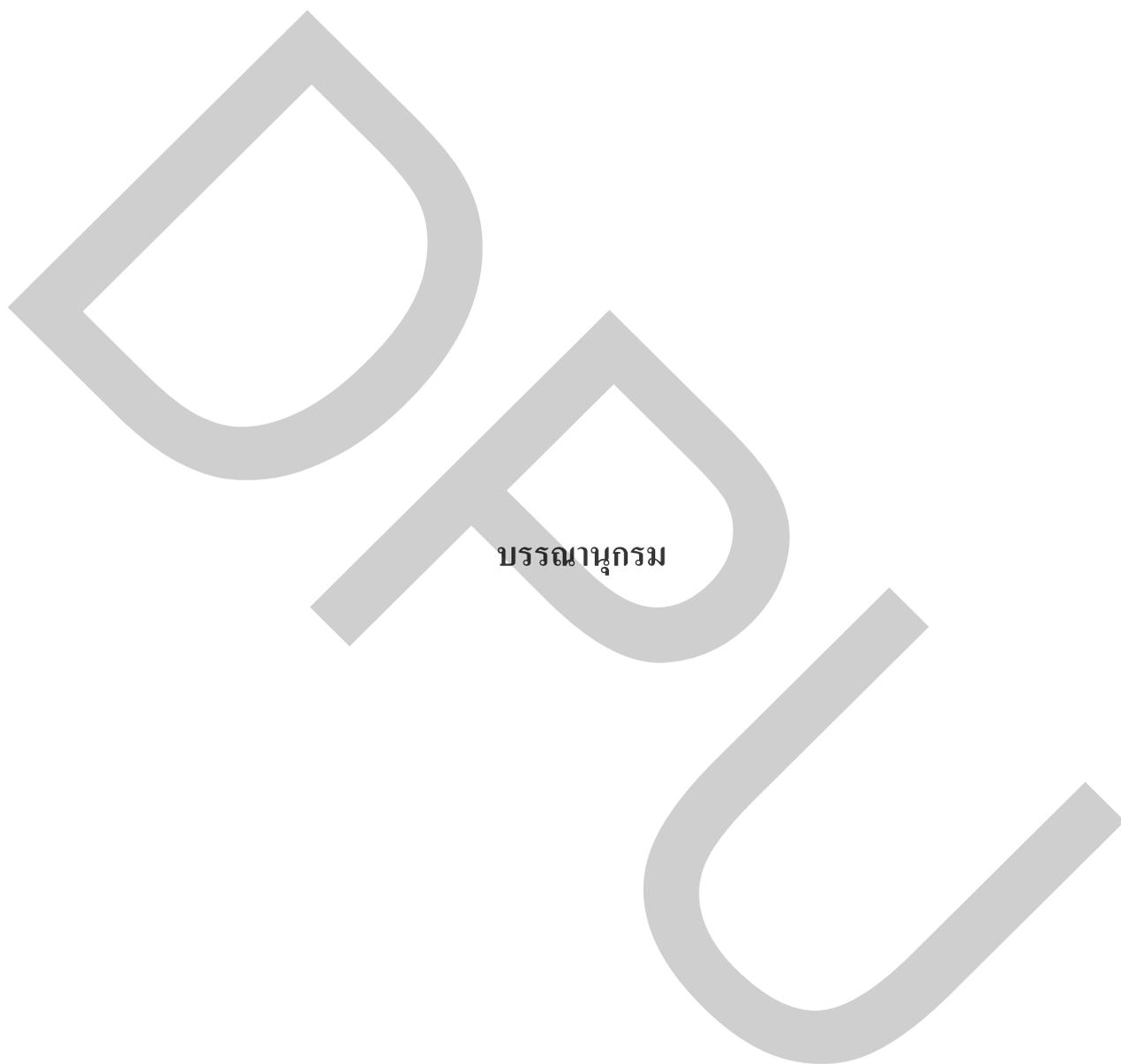
5.3.2.2 ศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้ โดยการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทย เช่น กลุ่มจังหวัดภาคใต้ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง และกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แล้วนำมาเปรียบเทียบกันเพื่อให้รู้ว่านโยบายเดียวกันสามารถใช้ได้ในพื้นที่ที่ต่างวัฒนธรรมและต่างความเป็นอยู่หรือไม่

5.3.2.3 ด้านการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครใช้รถส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นทางภาครัฐควรจัดสถานที่ที่จอดรถให้เพียงพอและให้ปลอดภัย สำหรับสถานที่พักค้าง คือ โรงแรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีการเผยแพร่ข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่สะดวกและรวดเร็วในการค้นหาข้อมูล

5.3.2.4 ด้านการศึกษานโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตในภาคอื่นๆ ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อแลกเปลี่ยนในด้านวัฒนธรรม

5.3.2.5 นักท่องเที่ยวแวะระหว่างทาง จึงต้องบรรจุข้อมูลร้านอาหารในอินเทอร์เน็ต เพื่อความสะดวกในการเลือกร้านอาหารที่จะรับประทานได้

5.3.2.6 ความปลอดภัย จากการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวไทย มีความปลอดภัยในชีวิตมากกว่าแต่ก่อน ค่าเฉลี่ยยังมีน้อยกว่าค่าอื่นๆ จึงควรให้ความสนใจ เอาใจใส่ในด้านความปลอดภัยให้มากขึ้น โดยเฉพาะในเขตท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). **หลักการมัคคุเทศก์** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2540). **การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดรรรชนี เอ็มพันธ์. (2546). **การวางแผนจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: วิชาชีพพัฒนา
- ธงชัย สันติวงษ์. (2524). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์
- ปริญญ์ ถักษิตานนท์. (2544). **จิตวิทยา และพฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เกร็ดนิยายสารคดี.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: ไฟว์ อเนกซ์ โพรฟรัันดิง จำกัด.
- บุศดี เสตพรรณ. (2543). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: พิเศษฐ์ การพิมพ์.
- รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2550). **มัคคุเทศก์** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วิมล จิโรจน์พันธ์, ประชิต สกฤษณ์พัฒน์, อุดม เขยกิจวงศ์ (2548). **นักท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้** **เข้าประเทศ**. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- วิชัย เทียนน้อย. (2540). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โอ. เอส. พรินดิง เฮ้าส์.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). การบริหารการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สามเจริญพาณิชย์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : วีระฟิล์ม และโซเท็กซ์.

ศุภร เสรีรัตน์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณา จาตุรงค์กุล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 7 ฉบับปรับปรุงแก้ไข). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิทยานิพนธ์

โกวิท ผกามาศ (2542). การศึกษานโยบายของกระทรวงศึกษาธิการในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ก้องชาติ เลี้ยงสมทรัพย์ (2549). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.

จารุวรรณ แสงจันทร์ (2545). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.

ณัฐกานต์ โรจนุตมะ (2542). ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิภาพร โชติสุตเสนห์ (2545). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยคณะพัฒนาสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ.

- ปจรรย์ ผลประเสริฐ (2548). ความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นด้านการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และความสามารถที่พึงประสงค์ของตำรวจท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ปรางทิพย์ ทวีสิทธิ์ (2545). การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดตราดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประภาพร พนมไพร (2541). การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ เชียงราย. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พิชญ วัลย์วุฒิ (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ภรินทร สุจิตพันธ์ (2550). พฤติกรรมการซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สมชาย ปรีกมาส (2549). ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและรักษาความปลอดภัย จังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาพัฒนศาสตร์การพัฒน. ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ศกฉวรรณ พาเรือง (2540). องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาพัฒนศาสตร์พัฒนาการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริภรณ์ ภิญ โยชูโต. (2550). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่นและชุมชนบ้านช่วงบุก ตำบลห้วยไร่ อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น. อุดรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- อาจิน บัวผัน (2542). ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปัญหาอาชญากรรมในประเทศไทย : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวต่างประเทศเขตเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาโอบายสาธารณะ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยบูรพา.

อติรัตน์ จันทร์แสงทอง (2548). ปัจจัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

Pongprayoon Termtechatipong. มาเขียนแผนธุรกิจแบบ SME ด้วยตนเองกันเถอะ. ก้าวสู่

ความสำเร็จ. ฉลาดก้าว. สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2551,

จาก http://www.keepwalkingsociety.com/getsmart_00030.php

ชลธิชา บุนนาค. การพัฒนาคุณภาพทางเศรษฐกิจของพื้นที่. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2552,

จาก <http://www.nesdb.go.th>

ทวีป ศิริวิวัฒน์. การบริหารงานชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.

สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2550, จาก [http://www.tourism.go.th/2009/th/](http://www.tourism.go.th/2009/th/articles/view.php?ItemID=1557)

[articles/view.php?ItemID=1557](http://www.tourism.go.th/2009/th/articles/view.php?ItemID=1557)

พรศิริ มโนหาร. เพิ่มศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยี. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2552,

จาก http://www.ecommercemagazine.com/index.php?option=com_

[content&task=view&id=2320&Itemid=65](http://www.ecommercemagazine.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2320&Itemid=65)

อรุณี อินทรไพโรจน์. (2551). ธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ (e_Tourism) สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม

2551, จาก http://www.dl.rmutt.ac.th/index.php?option=com_content&task

[=view&id=28&Itemid=22](http://www.dl.rmutt.ac.th/index.php?option=com_content&task=view&id=28&Itemid=22)

แบบสอบถาม

เรื่อง ความคิดเห็นต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

ขอความกรุณาท่านช่วยตอบแบบสอบถามชุดนี้ตามความคิดเห็นของท่าน ซึ่งคำถามทั้งหมดจะนำไปเป็นข้อมูลในการศึกษาวิทยานิพนธ์ ในการตอบแบบสอบถามนี้ กรุณาเลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบและขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถามชุดนี้

คำชี้แจง: โปรดกรอกข้อความลงในช่องว่าง และ ใต้เครื่องหมาย (✓) ในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ไม่เกิน 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี มากกว่า 51 ปี

3. การศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท / สูงกว่า

4. สถานภาพ

- โสด สมรส หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย

5. อาชีพ

- นักศึกษา เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ราชการ เกษียณอายุ/ผู้ว่างงาน / แม่บ้าน
 พนักงานบริษัทเอกชน

6. รายได้ต่อเดือน

- ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท
 มากกว่า 40,001 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

7. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวในประเทศของท่าน

- ธุรกิจ ท่องเที่ยว/พักผ่อน เยี่ยมญาติ งาน/ทัศนศึกษา
 การศึกษา ปฏิบัติราชการ ประชุม สัมมนา นิทรรศการ งานแสดงสินค้า

8. ท่านเดินทางท่องเที่ยวในช่วงใด

- วันธรรมดา วันเสาร์ – วันอาทิตย์
 วันหยุดต่อกันหลายวัน ทุกโอกาสตามความสะดวก

9. ท่านเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีใด

- รถตู้ รถส่วนตัว
 เครื่องบิน รถไฟ
 รถโดยสารประจำทาง

10. สถานที่ที่ท่านต้องการพักค้างคืนคือที่ใด

- โรงแรม บังกะโล รีสอร์ท
 บ้านเพื่อน เกสต์เฮาส์
 บ้านพักตากอากาศของตนเอง

11. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคน

- น้อยกว่า 2,500 บาท 2,501 – 5,000 บาท
 5,001 – 7,000 บาท มากกว่า 7,001 บาท

12. จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของท่านในปีนี้

- 1 ครั้ง/ปี 2 ครั้ง/ปี 3 ครั้ง/ปี
 4 ครั้ง/ปี 5 ครั้ง/ปี มากกว่า 5 ครั้ง/ปี

13. ท่านมักเดินทางท่องเที่ยวด้วยใคร

- คนเดียว เพื่อน คู่สมรส ครอบครัว/ญาติ

14. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวไปกับท่านโดยประมาณ (รวมตัวท่านด้วย)

- 1-2 คน 3-4 คน 5-6 คน
 7-8 คน 9-10 คน มากกว่า 10 คน

15. โดยปกติท่านเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวของท่านเอง หรือใช้บริการกับบริษัททัวร์

- เดินทางด้วยตัวเอง ใช้บริการกับบริษัททัวร์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนโยบาย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ช่องหมายเลขคะแนนตามหัวข้อต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
ระดับคะแนน 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย,
1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด,

รายการ	ระดับความเห็นด้วย			
	5	4	3	2
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่งผลต่อคุณภาพชีวิต				
16. การท่องเที่ยวไทยช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของท่าน				
17. การท่องเที่ยวทำให้ท่านมีทัศนคติขึ้น				
18. การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้พักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ				
19. การท่องเที่ยวทำให้ท่านมีชีวิตครอบครัวดีขึ้น				
20. การท่องเที่ยวทำให้ท่านสุขภาพดีขึ้น				
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย				
21. การท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ				
22. การจัดท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่หลากหลายให้เลือกสับเปลี่ยนได้ทุกฤดู				
23. การท่องเที่ยวไทยไปได้ทั้งปี				
24. การท่องเที่ยวไทยเพิ่มคุณค่าขึ้นเรื่อยๆ				
25. การท่องเที่ยวไทยส่งเสริมให้องค์การส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและสนับสนุนให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน				
26. การท่องเที่ยวในประเทศเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย				
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งต่อชีวิตคนไทย				
27. ในชีวิตท่านขาดการท่องเที่ยวในประเทศไม่ได้				
28. การท่องเที่ยวไทยมีผลต่อการสร้างความรักในครอบครัวของท่าน				
29. การท่องเที่ยวไทยมีผลต่อการสร้างความรักต่อเพื่อนฝูงของท่านที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต				
30. การท่องเที่ยวทำให้ท่านเกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย				
31. การท่องเที่ยวไทยทำให้ได้ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นไทยในภาคอื่นๆ ทำให้ผู้คนหวงแหนวัฒนธรรมมากขึ้น				
32. การท่องเที่ยวในประเทศมีการกระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น				

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนโยบาย
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ตอ)

รายการ	ระดับความเห็นด้วย				
	5	4	3	2	1
การท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวจริง					
33. เมื่อท่านเดินทางไปยังที่หนึ่งที่ใดท่านมักจะแวะสถานที่ใกล้เคียง					
34. ท่านมักซื้อสินค้า ณ สถานที่ที่ขับรถผ่านเสมอ					
35. ท่านมักซื้อของที่ระลึกระหว่างทางเมื่อผ่าน					
36. ถ้าท่านเดินทางไกลด้วยรถส่วนตัว ท่านมักแวะค้างคืนระหว่างทางก่อนถึงจังหวัดนั้น					
37. เมื่อท่านเดินทางไปยังที่หนึ่งที่ใดท่านมักจะแวะรับประทานอาหารก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังจุดหมาย					
การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน					
38. การท่องเที่ยวในประเทศมีการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างดี					
39. การคมนาคมที่สะดวก ในประเทศไทยจนถึงชายแดน ทำให้ท่านอยากข้ามไปประเทศเพื่อนบ้าน					
40. ความเจริญของการท่องเที่ยวไทย ทำให้ประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น					
41. การมีเส้นทางที่หลากหลายไปยังประเทศเพื่อนบ้านทำให้สะดวกมากขึ้น					
42. การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางมากยิ่งขึ้น					
การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีทักษะความสามารถ					
43. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวของไทยมีความรู้ด้านการท่องเที่ยวในประเทศดีขึ้นกว่าเดิม					
44. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้คำแนะนำข้อมูลการท่องเที่ยวได้ทุกด้าน					
45. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีความเชี่ยวชาญด้านการติดตามความเคลื่อนไหวและแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวทั่วโลก					
46. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีความสามารถในการวางแผนการตลาดเพื่อแข่งขันในตลาดระคนนานาชาติ					
47. ผู้ประกอบการไทยมุ่งมั่น ในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวให้ทันสมัย					
การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว					
48. มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น					
49. การท่องเที่ยวไทยมีอยู่ในเว็บไซต์มากขึ้นกว่าเดิม					
50. ระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว มีข้อมูลที่ต้องการมากขึ้นในปัจจุบัน					
51. การท่องเที่ยวทุกจังหวัดมีข้อมูลใน Internet					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนโยบาย
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ต่อ)

รายการ	ระดับความเห็นด้วย				
	5	4	3	2	1
52. การค้นหาข้อมูลจาก Internet ทำให้การเดินทางสะดวกมากกว่าแต่ก่อน					
การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว					
53. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้นกว่าแต่ก่อน					
54. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการประสานความร่วมมือกับทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศ และต่างประเทศในการส่งเสริมบริการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว					
55. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้นักท่องเที่ยว เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย					
56. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแผนการรองรับต่อภัยธรรมชาติ ทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น					

