การเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย

ชญาณิศา วงษ์พันธุ์

DPU

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2560

A comparative Study of Factors Related to Tourist Dissatisfaction in not Revisiting Bangkok between European and Asian Tourists

Chayanisa Wongphan

DPU

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management

Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Phundit University

2017

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร ระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย

เสนอโดย นางสาวชญาณิศา วงษ์พันธุ์

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภิรานนท์)

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

..... คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นงค์นุช ศรีธนาอนันต์)

วันที่ ..27.. เดือน ..กรกฎาคม.. พ.ศ..2560..

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย
ชื่อผู้เขียน	ชญาณิศา วงษ์พันธุ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อการมาเยือนกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชียและ 3) เพื่อค้นหาและเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ สุ่มตัวอย่างจากประชากรนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 450 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยอาศัยความสะดวก และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามภาษาอังกฤษ มีค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น ครอนบัด (Cronbach) ได้เท่ากับ 0.880 โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติเชิงอนุมานได้แก่ Factor Analysis , t-test , และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลของการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 450 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับเอเชียส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ปัจจุบัน 1,500-3,000 ดอลลาร์ต่อเดือน และมีภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในทวียุโรป ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย แบ่งปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจตามระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับเอเชีย ออกเป็น 5 ด้าน เรียงตามลำดับความไม่พึงพอใจจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม 2) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง 3) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม 4) ปัจจัยด้านการ

บริการ และปัจจัยด้านบุคคล ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่จะไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร พบว่ามีความเป็นไปได้น้อยที่นักท่องเที่ยวระหว่างชาวยุโรปกับเอเชียจะไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครอีก

คำสำคัญ : ความไม่พึงพอใจ , ไม่กลับมาเยือนซ้ำ, นักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับเอเชีย

DPU

Thesis Title	A comparative Study of Factors Related to Tourist Dissatisfaction in not Revisiting Bangkok between European and Asian Tourists
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Dr.Aswin Sangpikul
Department	Tourism Management
Academic Year	2016

ABSTRACT

The objectives of this study 1) to find out and compare the dissatisfaction factors between European and Asian tourists in visiting Bangkok, Thailand, 2) to analyze the differences of dissatisfaction factors affected in revisiting Bangkok between Europe and Asian tourists, and 3) to examine and compare the dissatisfaction factors between European and Asian tourists who did not decide to revisit Bangkok again. The sample of this research were 450 European and Asian tourists who – decided to visit Bangkok, Thailand with Taro's Yamane formula by convenience selection. The questionnaire has a Cronbach's alpha of 0.880 The data were analyzed by using descriptive statistic; percentage, mean, S.D. and by using statistic; Factor Analysis, t-test, and multiple Regression analysis statistic.

The results revealed that most of sample were make between aged 20-30 years, with a bachelor's degree, worked as employees of private company, with monthly incomes about 1,500 – 3,000 dollars per month, mostly are European, live in Europe. The analysis results found that the factors affected the decisions of dissatisfaction between European and Asian tourists in not revisiting Bangkok can be divided in 5 factors based on the level of satisfaction as follows; 1) physical and environmental factors, 2) Facilities and services accessibility factors. 3) Security and crime factors. 4) Service and personal factors. The finding indicated that overall factors influencing the decision of European and Asian tourists in not revisiting Bangkok found that there was less chance of European and Asian tourists will not visit Bangkok again.

Keywords : Dissatisfaction, Not revisiting, European and Asian Tourists.

กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้ความดูแล ให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างใกล้ชิดจนกระทั่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและขอกราบขอบพระคุณประธานกรรมการในการสอบ ผศ.ดร.สุรีย์ เข็มทองที่ให้คำแนะนำ รวมถึงอธิบายและชี้ให้เห็นถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ ในงานวิจัยเพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์เชียง เภาชิต ผู้สอนและผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติที่กรุณาสละเวลาให้คำชี้แนะเรื่องระเบียบวิธีวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่คอยอยู่ข้าง ๆ คอยเป็นกำลังใจให้แก่กันและกันเสมอมา ขอบคุณน้องภักดี กลั่นภักดี รวมทั้งนายธีระวัฒน์ ศรีษะ เลขานุการหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวที่คอยดูแลให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ เรื่องตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์ในที่สุด

สุดท้ายนี้คนสำคัญที่ขาดไม่ได้ขอขอบคุณสามีผู้เป็นที่รักซึ่งให้ความรัก ความห่วงใย ความหวังดีและกำลังใจ และให้การสนับสนุนเงินทุนในการศึกษาครั้งนี้

ข้าพเจ้าหวังว่างานวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์และแนวทางแก่องค์กรต่าง ๆ และผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่ต้องการศึกษาวิจัยต่อยอดด้านความไม่พึงพอใจต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใดข้าพเจ้าใคร่ขออภัยและรับความผิดไว้แต่เพียงผู้เดียว

ชญาณิศา วงษ์พันธุ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย……..	ฆ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ…….	จ
กิตติกรรมประกาศ……..	ฉ
สารบัญตาราง……..	ฌ
สารบัญภาพ…….	ฎ
บทที่	
1. บทนำ……	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา……..	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย…….	3
1.3 ประโยชน์ของการวิจัย……	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย…….....	4
1.5 ตัวแปรในงานวิจัย……...	5
1.6 สมมติฐานในการวิจัย……..	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ……	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง……..	8
2.1 บริบท ประวัติความเป็นมาของกรุงเทพมหานครและข้อมูลพื้นฐานของทวีปยุโรปและทวีปเอเชีย……..	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง……	39
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง……..……...	76
2.4 กรอบแนวความคิด……..	85
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย……	86
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง……..	87
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย…….	88
3.3 การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ……..	90
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล…….....	91

บทที่ **หน้า**

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล…….. 91
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล……... 92
บทที่ 4 ผลการวิจัย……... 93
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม…….. 93
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการเดินทางมา ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยการจำแนกออกเป็นสองกลุ่มทวีปคือนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปกับชาวเอเชีย…….. 96 100
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึง พอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร…… 112
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความไม่พึงพอในการเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชีย……. 117
ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน……. 118
ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลถึงอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำใน การเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครระหว่างชาวยุโรปกับชาวเอเชีย……... 118
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ…… 129
5.1 สรุปผลการวิจัย……... 129
5.2 อภิปรายผล…….. 131
5.3 ข้อเสนอแนะ……... 132
บรรณานุกรม…….. 137
ภาคผนวก…… 144
ประวัติผู้เขียน…….. 160

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจและสุขอนามัย 2 ปัจจัย ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ 55

4.1 แสดงข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ..... 96

4.2 แสดงค่าเฉลี่ยรวมในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
กรุงเทพมหานคร..... 100

4.3 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อ
กรุงเทพมหานคร..... 101

4.4 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อ
กรุงเทพมหานคร..... 101

4.5 แสดงค่าเฉลี่ยรวมในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านกายภาพ
และสิ่งแวดล้อม..... 102

4.6 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อด้าน
กายภาพและสิ่งแวดล้อม..... 103

4.7 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อด้าน
กายภาพและสิ่งแวดล้อม..... 103

4.8 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกรุงเทพมหานคร
ในปัจจัยด้านบุคคล..... 104

4.9 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อ
กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านบุคคล..... 104

4.10 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อ
กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านบุคคล..... 105

4.11 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อ
กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง 105

4.12 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง..... 106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.13 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อ กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง 107

4.14 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านการบริการ..... 107

4.15 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อ กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านการบริการ..... 108

4.16 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อ กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านการบริการ..... 108

4.17 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม..... 109

4.18 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อ กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม..... 110

4.19 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อ กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม..... 111

4.20 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกรุงเทพมหานคร..... 112

4.21 ความน่าเชื่อถือของปัจจัยด้านต่าง ๆ ในแบบสอบถาม..... 112

4.22 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป 113

4.23 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย 115

4.24 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยด้านที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวชาว ยุโรปและเอเชีย..... 117 119

4.25 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไม่พึงพอใจที่จะไม่กลับมาเยือนซ้ำ กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป..... 124

4.26 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไม่พึงพอใจที่จะไม่กลับมาเยือนซ้ำ กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย..... 128

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ประจำปี 2559 10

2.2 จุดหมายปลายทางที่มีผู้มาเยือนระหว่างประเทศแบบค้างคืนมากที่สุด 20 อันดับแรก ประจำปี 2559…… 11

2.3 จุดหมายปลายทางที่มีผู้มาเยือนระหว่างประเทศแบบค้างคืนมากที่สุด 5 อันดับแรก 12

2.4 แผนที่กรุงเทพมหานคร…… 15

2.5 แผนที่ทวีปยุโรป……... 24

2.6 แผนที่ทวีปเอเชีย……... 30

2.7 รีวิวการ Complain tourist from Trip advisor…… 70

2.8 รีวิวการ Complain tourist from Trip advisor…… 71

2.9 รีวิวการ Complain tourist from Trip advisor…… 72

2.10 ตารางตัวอย่างสรุปความเห็นของชาวต่างชาติต่อการมาเที่ยวไทย……. 76

2.9 กรอบแนวคิด…… 86

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของแต่ละประเทศจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสมผสานกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้น ๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หรือ WEF โดยในปี 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลก หรืออันดับที่ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการเดินทางและการท่องเที่ยวยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทย รองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน จากหลักฐานทางโบราณคดี และยังเป็นเมืองที่มีอารยธรรมที่เก่าแก่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

กรุงเทพมหานครได้ถูกจัดอันดับว่าเป็นเมืองที่น่าเที่ยวที่สุดในอันดับที่ 14 ของโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ภาพรวมของการเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 11.90 แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.03 และเป็นชาวต่างชาติ เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.63 จะเห็นได้ว่าอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีสัดส่วนการเพิ่มที่มากกว่าชาวไทยค่อนข้างเห็นได้ชัด สืบเนื่องจากกรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นประตูแรกที่สามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศได้สะดวกและมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และร้านสินค้าของที่ระลึก และศูนย์การประชุมที่ใหญ่ ๆ หลายแห่ง รวมทั้งระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย จึงทำให้มีการเดินทางเข้ามากรุงเทพมหานครเพื่อเป็นการแวะพักก่อนที่จะมีการเดินทางไปยังภูมิภาคอื่น ๆ จึงส่งผลให้มีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) แต่เนื่องจากสภาพปัญหาที่สั่งสมมาเป็นระยะเวลานาน ในด้านภาพลักษณ์ด้านลบที่ต้องปรับปรุงแก้ไข การประเมินภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในระยะที่ผ่านมา ยังคงมีภาพลักษณ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบโดยด้านบวก ได้แก่ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน เป็นที่ที่ใช้ชีวิตในวันพักผ่อนได้อย่างเต็มที่ ความมีน้ำใจของผู้คน บรรยากาศที่สนุกสนาน มีสีสัน อัธยาศัยไมตรีของคนท้องถิ่น ในเรื่องการสร้างความรู้สึกและการสร้างประสบการณ์ที่ดีด้วยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังมีภาพลักษณ์ด้านลบได้แก่ ปัญหาอาชญากรรม ความปลอดภัย การหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ปัญหาจากความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ปัญหาความแออัดของเมืองที่เพิ่มมาก ปัญหาการจราจรติดขัดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทวีความรุนแรงมากขึ้นเข้าขั้นวิกฤต กลายเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางทุกด้าน และปัญหาของความสกปรกของบ้านเมืองเนื่องจากประชากรหนาแน่น ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดย Kotler (2003) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคล หรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งถ้าหากจะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้า ว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น โดยผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการและถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการเกินความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและอยากกลับมาเที่ยว

ซ้ำ แต่ถ้าหากลูกค้าได้รับสินค้าหรือการบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจต่อสินค้าและการบริการ ดังนั้นงานวิจัยทางด้านความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการได้ให้ความสำคัญและสนใจทำการวิจัยผลงานทางด้านนี้อย่างกว้างขวาง และคนส่วนใหญ่นิยมทำการศึกษาในด้านบวกมากกว่าด้านลบ คือด้านความพึงพอใจ แต่ในส่วนของด้านตรงข้ามกันนั้นคือ ความไม่พึงพอใจ ยังมีผู้ให้ความสนใจอยู่น้อยมากในวงการของนักวิชาการ ดังนั้นงานวิจัยทางด้านนี้จึงมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของประเทศเป็นอย่างมากในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ว่ามีความไม่พึงพอใจในด้านไหนบ้าง เพื่อจะได้นำผลทางการวิจัยไปปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการบริการให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาในงานวิจัยที่เกี่ยวกับความไม่พึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการศึกษาผลงานทางด้านนี้เพื่อจะได้นำผลงานไปใช้เป็นประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐบาลและเอกชน อันจะเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาและการส่งเสริมทางการตลาดของการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าชาวยุโรปและเอเชียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยการแก้ไขปัญหาด้านลบให้ตรงจุด หากงานวิจัยเรื่องนี้จะมีประโยชน์ต่อประเทศในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยในเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย”

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อการมาเยือนกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย

1.2.2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย

1.2.4 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย

1.3 ประโยชน์ของการวิจัย

1.3.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย ซึ่งบริษัทที่ทำทัวร์เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย จะได้นำปัจจัยที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปรับใช้กับกลยุทธทางการตลาดเพื่อที่จะสามารถกระตุ้นยอดขายให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

1.3.2 ทำให้ทราบถึงระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชียในการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะได้นำผลการวัดระดับจากสถิติไปใช้วิเคราะห์ทางด้านการตลาดของบริษัททัวร์ต่าง ๆ และภาคธุรกิจทางการท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวต่อไป

1.3.3 ผู้บริหารของบริษัท ภาครัฐและเอกชนจะได้นำผลการวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย” เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปพัฒนาประเทศชาติ และนำไปปรับปรุงพัฒนาในด้านธุรกิจการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษา การเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1.4.1 ด้านกลุ่มเป้าหมาย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับเอเชีย ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

1.4.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธี การเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกหรือแบบบังเอิญ (Convenient or Accidental sampling) จำนวน 450 คน ระหว่างนักท่องเที่ยวทวีปยุโรป จำนวน 246 คน และทวีปเอเชียจำนวน 204 คน

1.4.3 ด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษาถึงระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับเอเชีย ที่มีต่อกรุงเทพมหานครในด้านต่าง ๆ

ได้แก่ ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม รวมถึงการศึกษาเกี่ยวแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ได้แก่ แนวคิดและองค์ประกอบการท่องเที่ยว ทฤษฎีความพึงพอใจ ทฤษฎีความไม่พึงพอใจ และทฤษฎีเกี่ยวกับการกลับมาเที่ยวซ้ำและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

1.4.3 ด้านพื้นที่

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาที่กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวใช้แบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 450 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.4 ด้านเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือน เมษายน พ.ศ. 2560 - เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560

1.5 ตัวแปรในงานวิจัย

1.5.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ชาวยุโรปกับชาวเอเชีย

1.5.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม

1.6 สมมติฐานในการวิจัย

1.6.1 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียจะมีระดับความไม่พึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน

1.6.2 ปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่ออิทธิพลในการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครทั้งนักท่องเที่ยวยุโรปและเอเชีย

1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันและเป็นกรอบแนวคิดเบื้องต้นในการดำเนินงานวิจัยดังนี้

1.7.1 การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางของบุคคล จากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปยังสถานที่อาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพโดยตรง แม้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพหรือธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดประชุมและสัมมนา การจัดฝึกอบรม นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางท่องเที่ยวมักจะมีเหตุผลหรือประเภทของจุดมุ่งหมายในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งไม่ว่าจะเดินทางด้วยเหตุผลใดก็ตาม สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างก็คาดหวังที่จะได้รับ คือ ความสุขสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความรู้และประสบการณ์ใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้ รวมถึงความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว

1.7.2 นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาจากถิ่นที่อยู่อาศัยถาวรหรือไม่ก็ตามไปยังบริเวณอื่น ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจกับธรรมชาติท้องทะเล ชายหาดหัวหิน ได้พบปะเพื่อน ผู้คนใหม่ ๆ จากประเทศอื่น ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และไม่ได้อาศัยอย่างถาวรในประเทศไทย

1.7.3 แหล่งท่องเที่ยว (Destinations) หมายถึง สถานที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ฯลฯ สถานที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่แหล่งท่องเที่ยวศิลปะวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรม เป็นสถานที่ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเป็นอยู่ วิถีชีวิตซึ่งเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งนั้น ๆ

1.7.4 ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลซึ่งผลจากการประเมินคุณภาพการบริการจากการรับรู้ สิ่งที่ได้รับสิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น เช่น ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

1.7.5 ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) หมายถึง การไม่สมปรารถนากับปัจจัยในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านการบริการที่พักและร้านอาหาร ปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม และปัจจัยด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจหากไม่ได้รับสิ่งคาดหวังไว้อย่างพึงพอใจ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

1.7.6 การกลับมาเยือนซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งในแหล่งท่องเที่ยวปลายทางที่เคยเดินทางมาแล้วครั้งหนึ่ง

1.7.7 การไม่กลับมาเยือนซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าไม่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในที่เดิม ในแหล่งท่องเที่ยวปลายทางที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอีก

1.7.8 การไม่แนะนำและบอกต่อ หมายถึง การที่ลูกค้าเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วเกิดความผิดหวังกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ไม่เป็นอย่างที่คาดหวัง ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ และไม่ต้องที่จะบอกเล่ารายละเอียดหรือแนะนำในสิ่งดี ๆ ต่อกับบุคคลอื่น

DPU

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย” ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งได้ศึกษาข้อมูลทั่วไปของสถานที่ที่ทำการวิจัยในครั้งนี้อีกด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา การเปรียบเทียบปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย โดยผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้างานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและควรนำมาพิจารณาดังนี้

2.1 บริบท ประวัติความเป็นมาของกรุงเทพมหานครและข้อมูลพื้นฐานทวียุโรปกับเอเชีย

- 2.1.1 ประวัติความเป็นมาของกรุงเทพมหานคร
- 2.1.2 ข้อมูลพื้นฐานของทวีปยุโรป
- 2.1.3 ข้อมูลพื้นฐานของทวีปเอเชีย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.2.1 แนวคิดและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว
- 2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไม่พึงพอใจ
- 2.2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกลับมาเที่ยวซ้ำและการกลับมาใช้บริการซ้ำ
- 2.2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อ
- 2.2.6 การทบทวนปัญหาด้านต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 กรอบแนวความคิด

2.1 บริบท ประวัติความเป็นมาของกรุงเทพมหานครและข้อมูลพื้นฐานของทวีปยุโรปกับเอเชีย

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของกรุงเทพมหานคร

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่มีความสำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายตัวความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่น ๆ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจเลี่ยงได้ สถานการณ์และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาจากหลายประเด็น ซึ่งภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการจึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

จากการสำรวจล่าสุดของ มาสเตอร์การ์ด ที่เผยข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจสุดยอดจุดหมายปลายปลายทางโลกของมาสเตอร์การ์ดปีที่ 6 (Mastercard Globla Destinations Cities Index) ในปีนี้ “กรุงเทพมหานคร” คว้าแชมป์อันดับหนึ่งเมืองที่มีผู้เดินทางมาเยือนมากที่สุดในโลกหลังจากอยู่ในอันดับ 2 มา 2 ปีติดต่อกัน ทั้งนี้ 5 เมืองในเอเชียที่ติดอันดับเมืองสุดยอดของโลกได้แก่ กรุงเทพฯ สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ โตเกียว และโซล (www.marketingoops.com)

การสำรวจดังกล่าวไม่เพียงจัดอันดับ 132 เมืองทั่วโลกที่มีผู้มาเยือนมากที่สุดเท่านั้น แต่ยังเป็นการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายในปีปฏิทิน 2559 พร้อมกับนำเสนอข้อมูลที่ทำให้เข้าใจรูปแบบการเดินทางและการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในเชิงลึกอีกด้วย

ผลการสำรวจยังระบุด้วยว่าการเดินทางระหว่างประเทศและการใช้จ่ายยังเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตราที่รวดเร็วกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั่วโลก ชี้ให้เห็นว่าเมืองต่าง ๆ ยังคงเป็นพลังขับเคลื่อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยรวม

ในปี 2559 กรุงเทพมหานคร คว้าตำแหน่งจุดหมายปลายทางอันดับหนึ่งของโลกจะต้องต้อนรับนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกมากถึง 21.47 ล้านคนซึ่งมากกว่าลอนดอนที่เป็นจุดหมายปลายทางอันดับสอง ทั้งนี้ จุดหมายปลายทาง 10 อันดับแรกที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวประเภทที่มีการค้างคืนมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เน้นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว

Ministry of Tourism and Sports,Thailand

International Tourist Arrivals to Thailand

By Nationality

January - December 2015

Nationality	2015 Number	2015 %Share	2014 Number	2014 %Share	%Δ 2015/2014
East Asia	**19,871,773**	**66.50**	**14,603,825**	**58.86**	**36.07**
ASEAN	7,886,136	26.39	6,641,772	26.77	18.74
Brunei	13,833	0.05	11,285	0.05	22.58
Cambodia	487,487	1.63	550,339	2.22	-11.42
Indonesia	469,226	1.57	497,592	2.01	-5.70
Laos	1,233,138	4.13	1,053,983	4.25	17.00
Malaysia	3,423,397	11.46	2,613,418	10.53	30.99
Myanmar	259,678	0.87	206,794	0.83	25.57
Philippines	310,975	1.04	304,813	1.23	2.02
Singapore	937,311	3.14	844,133	3.40	11.04
Vietnam	751,091	2.51	559,415	2.25	34.26
China	7,934,791	26.55	4,636,298	18.69	71.14
Hong Kong	669,165	2.24	483,131	1.95	38.51
Japan	1,381,690	4.62	1,267,886	5.11	8.98
Korea	1,372,995	4.59	1,122,566	4.52	22.31
Taiwan	552,624	1.85	394,149	1.59	40.21
Others	74,372	0.25	58,023	0.23	28.18
Europe	**5,629,122**	**18.84**	**6,161,893**	**24.84**	**-8.65**
Austria	97,806	0.33	100,968	0.41	-3.13
Belgium	106,100	0.36	99,729	0.40	6.39
Denmark	159,425	0.53	160,977	0.65	-0.96
Finland	134,731	0.45	142,425	0.57	-5.40
France	681,097	2.28	635,073	2.56	7.25
Germany	760,604	2.55	715,240	2.88	6.34
Ireland	64,716	0.22	63,038	0.25	2.66
Italy	246,066	0.82	219,895	0.89	11.90
Netherlands	221,657	0.74	211,524	0.85	4.79
Norway	135,347	0.45	145,207	0.59	-6.79
Russia	884,085	2.96	1,606,430	6.48	-44.97
Spain	150,940	0.51	116,983	0.47	29.03
Sweden	321,663	1.08	324,865	1.31	-0.99
Switzerland	206,454	0.69	201,271	0.81	2.58
United Kingdom	946,919	3.17	907,877	3.66	4.30
East Europe	364,967	1.22	370,726	1.49	-1.55
Others	146,545	0.49	139,665	0.56	4.93
The Americas	**1,235,095**	**4.13**	**1,099,709**	**4.43**	**12.31**
Argentina	28,965	0.10	21,438	0.09	35.11
Brazil	48,522	0.16	46,378	0.19	4.62
Canada	227,306	0.76	211,059	0.85	7.70
USA	867,520	2.90	763,520	3.08	13.62
Others	62,782	0.21	57,314	0.23	9.54
South Asia	**1,403,977**	**4.70**	**1,239,183**	**4.99**	**13.30**
Bangladesh	107,394	0.36	88,134	0.36	21.85
India	1,069,149	3.58	932,603	3.76	14.64
Nepal	32,678	0.11	25,887	0.10	26.23
Pakistan	78,619	0.26	75,398	0.30	4.27
Sri Lanka	75,429	0.25	77,441	0.31	-2.60
Others	40,708	0.14	39,720	0.16	2.49
Oceania	**921,355**	**3.08**	**942,706**	**3.80**	**-2.26**
Australia	805,946	2.70	831,854	3.35	-3.11
New Zealand	112,314	0.38	108,081	0.44	3.92
Others	3,095	0.01	2,771	0.01	11.69
Middle East	**658,129**	**2.20**	**597,892**	**2.41**	**10.07**
Egypt	25,216	0.08	28,934	0.12	-12.85
Israel	141,021	0.47	138,778	0.56	1.62
Kuwait	66,772	0.22	57,845	0.23	15.43
Saudi Arabia	19,163	0.06	12,860	0.05	49.01
U.A.E.	124,719	0.42	117,907	0.48	5.78
Others	281,238	0.94	241,568	0.97	16.42
Africa	**161,640**	**0.54**	**164,475**	**0.66**	**-1.72**
S.Africa	75,825	0.25	72,941	0.29	3.95
Others	85,815	0.29	91,534	0.37	-6.25
Grand Total	**29,881,091**	**100.00**	**24,809,683**	**100.00**	**20.44**

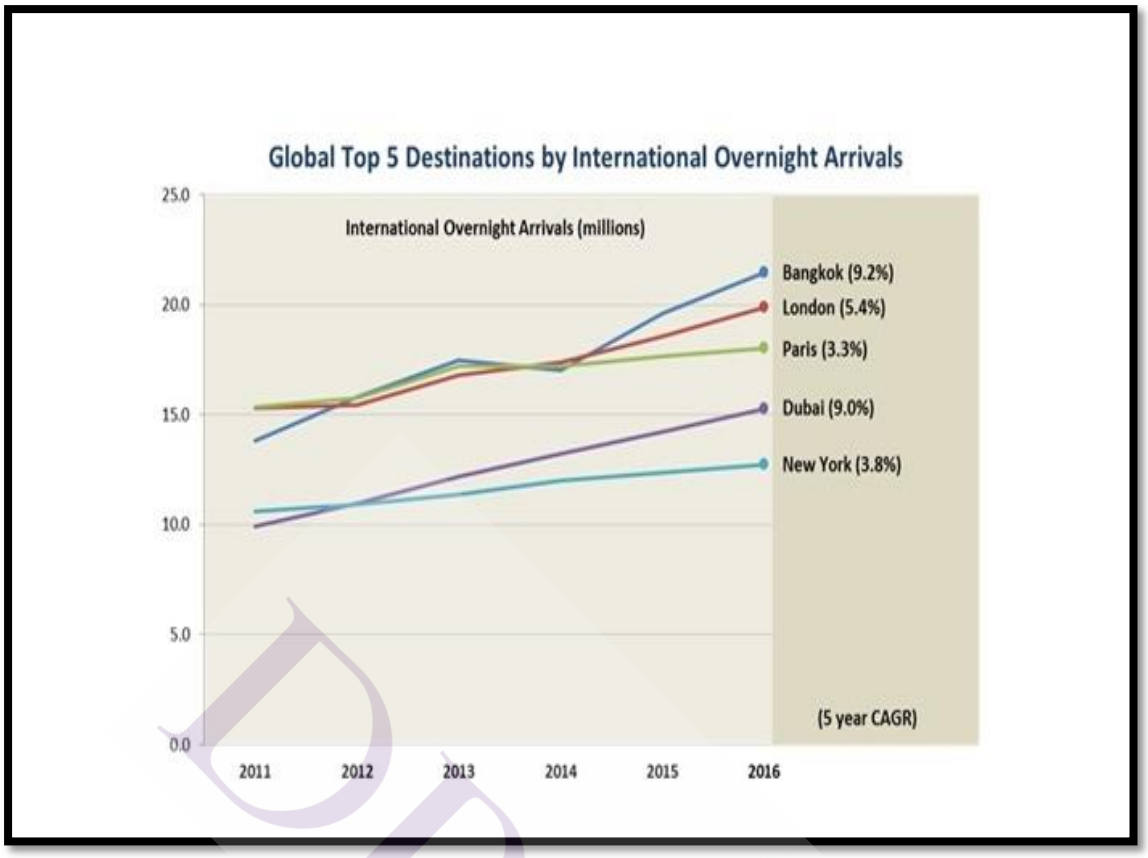
ภาพที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ประจำปี 2559

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว (ณ วันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2560)

2015 rank (2015 rank)	Destination City	Country	2012	2013	2014	2015	2016	% Δ 2015 & 2016	2016 Visitor Spend (US$ bn)
1 (1)	Bangkok	Thailand	15.82	17.47	17.03	19.59	**21.47**	9.6%	$14.8
2 (2)	London	United Kingdom	15.46	16.81	17.40	18.58	**19.88**	7.0%	$19.8
3 (3)	Paris	France	15.76	17.20	17.19	17.66	**18.03**	2.1%	$12.9
4 (4)	Dubai	UAE	10.95	12.19	13.21	14.20	**15.27**	7.5%	$31.3
5 (5)	New York	USA	10.92	11.38	12.02	12.37	**12.75**	3.1%	$18.5
6 (7)↑	Singapore	Singapore	11.10	11.90	11.86	11.63	**12.11**	4.1%	$12.5
7 (8)↑	Kuala Lumpur	Malaysia	9.63	9.89	11.69	11.19	**12.02**	7.4%	$11.3
8 (6)↓	Istanbul	Turkey	8.82	9.87	11.27	11.91	**11.95**	0.3%	$7.5
9 (9)	Tokyo	Japan	4.89	5.40	7.68	10.43	**11.70**	12.2%	$13.5
10 (10)	Seoul	South Korea	7.51	8.03	9.84	9.26	**10.20**	10.2%	$12.3
11 (11)	Hong Kong	Hong Kong (SAR) China	8.37	8.26	8.36	8.35	**8.37**	0.2%	$6.8
12 (13)↑	Barcelona	Spain	6.91	7.18	7.42	7.70	**8.20**	6.4%	$9.3
13 (12)↓	Amsterdam	Netherlands	6.10	6.65	7.35	7.78	**8.00**	2.9%	$4.2
14 (14)	Milan	Italy	6.88	6.99	7.30	7.51	**7.65**	1.8%	$4.6
15 (16)↑	Taipei	Chinese Taipei	4.70	5.83	6.38	6.85	**7.35**	7.2%	$9.6
16 (15)↓	Rome	Italy	6.66	6.66	6.76	6.95	**7.12**	2.3%	$4.5
17 (18)↑	Osaka	Japan	2.41	3.32	4.22	6.19	**7.02**	13.3%	$3.4
18 (17)↓	Vienna	Austria	5.38	5.55	5.85	6.23	**6.69**	7.5%	$4.5
19 (19)	Shanghai	China	6.04	5.71	5.89	5.74	**6.12**	6.6%	$5.0
20 (20)	Prague	Czech Republic	4.92	5.05	5.32	5.73	**5.81**	1.5%	$2.7

ภาพที่ 2.2 จุดหมายปลายทางที่มีผู้มาเยือนระหว่างประเทศแบบค้างคืนมากที่สุด 20 อันดับแรก ประจำปี 2559

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว (ณ วันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560)



ภาพที่ 2.3 จุดหมายปลายทางที่มีผู้มาเยือนระหว่างประเทศแบบค้างคืนมากที่สุด 5 อันดับแรก
ที่มา : กรมการท่องเที่ยว (ณ วันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560)

กรุงเทพมหานคร หรือ บางกอก เมืองหลวงของประเทศไทย เริ่มก่อตั้งภายหลังจากที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงครองราชย์ปราบดาภิเษกเป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชจักรีวงศ์ เมื่อวันเสาร์ ที่ 6 เมษายน เดือน 5 แรม 9 ค่ำ ปีขาล พ.ศ. 2325พระองค์ได้โปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังทางคุ้งแม่น้ำเจ้าพระยาฟากตะวันออก เนื่องจากเป็นชัยภูมิที่ดีกว่ากรุงธนบุรี เพราะมีแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแนวคูเมืองทางด้านตะวันตก และด้านใต้อาณาเขตของกรุงเทพฯ ในขั้นแรก เอาแนวคูเมืองเดิมฝั่งตะวันออกของกรุงธนบุรี คือ แนวคลองหลอด ตั้งแต่ปากคลองตลาดจนออกสู่แม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณสะพานพระปิ่นเกล้า เป็นบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์มีพื้นที่ประมาณ 1.8 ตารางกิโลเมตรบริเวณที่สร้างพระราชวังนั้นเดิมเป็นที่อยู่อาศัยของพระยาราชเศรษฐี และชาวจีน ซึ่งได้โปรดเกล้าฯให้ย้ายไปอยู่ที่สำเพ็ง ในการก่อสร้างพระราชวังโปรดเกล้าฯให้พระยาธรรมาธิบดี กับพระยาวิจิตรนาวีเป็นแม่กองคุมการก่อสร้างได้ตั้งพิธียกเสาหลักเมือง เมื่อวันอาทิตย์

เดือน 6 ขึ้น 10 ค่ำย่ำรุ่งแล้ว 54 นาที (21 เมษายน 2325) พระราชวังแล้วเสร็จ เมื่อพ.ศ. 2328จึงได้จัดให้มีพิธีบรมราชาภิเษกตามแบบแผน รวมทั้งงานฉลองพระนครโดยพระราชทานนามพระนครใหม่ว่า*"กรุงเทพมหานคร บวรรัตนโกสินทร์ มหินทรายุธยา มหาดิลกภพ นพรัตน์ราชธานีบุรีรมย์ อุดมราชนิเวศน์มหาสถาน อมรพิมานอวตารสถิต สักกะทัตติยวิษณุกรรมประสิทธิ์ "* ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเปลี่ยน คำว่า "บวรรัตนโกสินทร์" เป็น "อมรรัตนโกสินทร์"และในสมัยจอมพลถนอม กิตติขจร เป็นนายกรัฐมนตรีได้รวมจังหวัดธนบุรีเข้าไว้ด้วยกันกรุงเทพมหานครมีบทบาทและความสำคัญทั้งในฐานะเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศ ความเป็นรูปแบบพิเศษของกรุงเทพมหานคร ดังเห็นจากการมีพระราชบัญญัติเฉพาะองค์การนั่นคือพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 นอกจากนี้รูปแบบการบริหารกรุงเทพมหานครยังเป็นระบบชั้นเดียว หมายถึง กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรเดียวที่รับผิดชอบดูแลพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้งหมด ในขณะที่พื้นที่จังหวัดอื่น ๆมีระบบการปกครองท้องถิ่นเป็นสองชั้นคือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดในระดับบน ส่วนเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลในระดับล่าง

กรุงเทพมหานคร ได้รับการสถาปนาเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยเมื่อปีพ.ศ. 2325 และมีการเปลี่ยนแปลงจากชุมชนขนาดเล็กริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยามาเป็นมหานครที่ครอบคลุมพื้นที่ 1,568.74 ตารางกิโลเมตรมีประชากรตามทะเบียนราษฎร 5,710,883 คน (พ.ศ. 2551)และมีลักษณะเป็นเมืองเอกนครหรือ เมืองโตเดี่ยว (Primate City)ซึ่งหมายถึง เมืองที่เป็นศูนย์กลางการพัฒนาจนทำให้มีการเติบโตเหนือเมืองอื่น ๆ คาดการณ์ว่ารวมประชากรแฝงของกรุงเทพมหานครมีประชากรราว 10 ล้านคน การขยายตัวอย่างรวดเร็วและความสำคัญของกรุงเทพมหานครในฐานะเมืองหลวงส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารกรุงเทพมหานครอยู่ตลอดเวลาจากเดิมการบริหารกรุงเทพมหานครอยู่ในความรับผิดชอบของกรมเวียงต่อมาได้เปลี่ยนเป็นกระทรวงเมืองและกระทรวงนครบาล ตามลำดับและต่อมามีการจัดตั้งสุขาภิบาลกรุงเทพในสมัยรัชกาลที่ 5ในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองและเมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติจัดระเบียบเทศบาลพ.ศ. 2476 ทำให้มีการจัดตั้งเทศบาลนครกรุงเทพขึ้น และได้พัฒนาเป็นเทศบาลนครหลวงกรุงเทพธนบุรี และสุดท้ายจัดตั้งเป็นกรุงเทพมหานครในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษกับกรุงเทพมหานคร แล้วเปลี่ยนชื่อเป็น "กรุงเทพมหานคร"เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2515

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงและนครที่มีประชากรมากที่สุดของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่งการเงินการธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสารและความเจริญของประเทศนอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีชื่อยาวที่สุดในโลกอีกด้วย ตั้งอยู่บน

สามเหลี่ยมปากแม่น้ำเจ้าพระยามีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านและแบ่งเมืองออกเป็น 2 ฝั่ง คือ ฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรีโดยกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ทั้งหมด 1,568.737 ตารางกิโลเมตรมีประชากรตามทะเบียนราษฎรกว่าห้าล้านคน ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นเอกนคร (primate city) จัด และศูนย์ชุมชนอื่นของประเทศไทยด้อยความสำคัญลง มีผู้กล่าวว่า กรุงเทพมหานครเป็น “เอกนครที่สุดในโลก” โดยมีประชากรมากกว่านครที่มีประชากรมากเป็นอันดับสองถึงสี่สิบเท่ามหาวิทยาลัยลัฟเบอร์ (Loughborough University) จัดกรุงเทพมหานครว่าเป็นนครโลกระดับแอลฟาลบ กรุงเทพมหานครมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งเช่น พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งวิมานเมฆและวัดต่าง ๆ ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 10 ล้านคนในแต่ละปี นับเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุดในโลกซึ่งได้ชนะกรุงลอนดอนอดีตแชมป์ปี 2012 ได้สำเร็จกรุงเทพมหานครเป็นเขตปกครองพิเศษของประเทศไทย มิได้มีสถานะเป็นจังหวัด **คำว่า** กรุงเทพมหานคร นั้นยังใช้เรียกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของกรุงเทพมหานครอีกด้วย ปัจจุบัน กรุงเทพมหานครเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดยตรงในสมัยอาณาจักรอยุธยา กรุงเทพมหานครยังเป็นเพียงสถานีการค้าขนาดเล็กอยู่ที่ปากแม่น้ำเจ้าพระยา ต่อมา มีขนาดเพิ่มขึ้นและเป็นที่ตั้งของเมืองหลวงสองแห่ง คือกรุงธนบุรีในปี พ.ศ. 2311 และกรุงรัตนโกสินทร์ ใน พ.ศ. 2325 กรุงเทพมหานครเป็นหัวใจของการทำให้ประเทศสยามทันสมัยและเป็นเวทีกลางของการต่อสู้ทางการเมืองของประเทศตลอดคริสต์ศตวรรษที่ 20นครเติบโตอย่างรวดเร็วและปัจจุบันมีผลกระทบสำคัญต่อการเมืองเศรษฐกิจการศึกษา สื่อและสังคมสมัยใหม่ของไทย ในช่วงที่การลงทุนในเอเชียรุ่งเรือง ทำให้บรรษัทข้ามชาติจำนวนมากเข้ามาตั้งสำนักงานใหญ่ภูมิภาคในกรุงเทพมหานคร ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นกำลังหลักทางการเงินและธุรกิจในภูมิภาค นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางการขนส่งและสาธารณสุขระหว่างประเทศและกำลังเติบโตเป็นศูนย์กลางศิลปะ แฟชั่นและการบันเทิงในภูมิภาคอย่างไรก็ดีการเติบโตอย่างรวดเร็วของกรุงเทพมหานครขาดการวางผังเมืองทำให้ระบบโครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอ ถนนที่จำกัดและการใช้รถส่วนบุคคลอย่างกว้างขวางส่งผลให้เกิดปัญหาจราจรแออัดเรื้อรัง

2.1.1.1 ที่ตั้งและสภาพทางภูมิศาสตร์

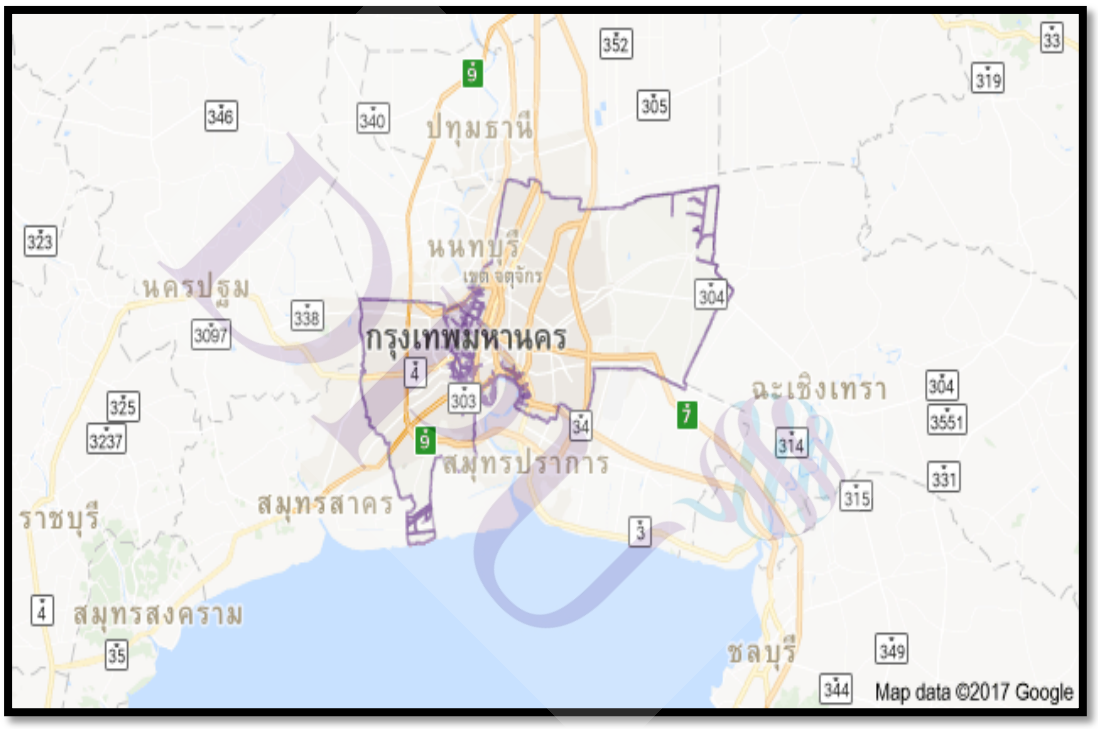
1) สภาพทั่วไป

ที่ตั้งกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ 1568.737 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่บนฝั่งที่ราบลุ่มของแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำสายสำคัญซึ่งถือเป็นเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงคนไทยทั้งชาติ โดยตั้งอยู่บนละติจูดที่ 13 องศา 45 ลิปดาเหนือ และลองจิจูดที่ 100 องศา 28 ลิปดาตะวันออก เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เส้นศูนย์สูตร ทำให้ประเทศไทยค่อนข้างมีสภาพอากาศร้อนชื้น พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรี ได้สถาปนากรุงรัตนโกสินทร์เป็นราชธานีเมื่อ พ.ศ. 2325

2.1.1.2 อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดนนทบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดสมุทรปราการ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดฉะเชิงเทรา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดนครปฐม

2.1.1.3 แสดงแผนที่และแสดงที่ตั้งอาณาเขต



ภาพที่ 2.4 แผนที่กรุงเทพมหานคร

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว (ณ วันที่ 25 มกราคม 2560)

2.1.1.4 ภูมิประเทศ

โดยมีกรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวง ตั้งอยู่ใกล้บริเวณดินดอนสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา

และด้วยลักษณะที่ตั้งเช่นนี้ ทำให้เป็นเมืองที่มีชัยภูมิเหมาะแก่การป้องกันการรุกราน และยังเป็นเมืองที่มีน้ำท่าอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตรกรรม

2.1.1.5 ภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมประจำฤดูที่พัดผ่าน แบ่งได้เป็น 3 ฤดูดังนี้ ฤดูฝน (พฤษภาคม-ตุลาคม) ฤดูหนาว (พฤศจิกายน-มกราคม) และฤดูร้อน (กุมภาพันธ์-เมษายน) โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุด-สูงสุดประมาณ 25-35 องศาเซลเซียส

2.1.1.6 เขตการปกครอง

การบริหารส่วนการปกครองของกรุงเทพมหานครนั้นได้แยกเป็นเอกเทศเช่นเดียวกับจังหวัดอื่น ๆ ซึ่งหน่วยงานในท้องที่จะเป็นผู้รับผิดชอบดูแลสภาพความเป็นอยู่ และได้รับการสนับสนุนจากการรัฐบาล โดยมีผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มาจากการเลือกตั้ง และเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารงาน อยู่ในตำแหน่งตามวาระ คราวละ 4 ปี จนกระทั่งปัจจุบันกรุงเทพมหานครประกอบด้วยเขตการปกครอง 50 เขต

กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2515 แบ่งการปกครองออกเป็น 50 เขต คือ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย ปทุมวัน สัมพันธวงศ์ บางรัก ยานนาวา สาธร บางคอแหลม บางซื่อ ดุสิต พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง ดินแดง ประเวศ สวนหลวง จตุจักร ลาดพร้าว หนองจอก ลาดกระบัง ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางพลัด จอมทอง ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ หนองแขม พระโขนง บางนา คลองเตย วัฒนา บางเขน สายไหม ดอนเมือง หลักสี่ บางกะปิ วังทองหลาง บึงกุ่ม คันนายาว สะพานสูง มีนบุรี คลองสามวา ภาษีเจริญ บางแค บางขุนเทียน บางบอน ตลิ่งชัน ทวีวัฒนา

2.1.1.7 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีการพัฒนาจนเป็นฐานเศรษฐกิจหลักของประเทศ ทั้งการเป็นศูนย์บริหารทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ตลอดทั้งการติดต่อกับนานาชาติมาโดยตลอด จนพัฒนาเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจและการค้า การบริการของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ถูกจัดลำดับให้เป็นมหานครที่มีขนาดใหญ่อันดับที่ 15 ของโลก อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางการเงินนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลให้กรุงเทพฯ และปริมณฑลมีบทบาทหรือสัดส่วนในการผลิตถึงร้อยละ 51 ของผลผลิตรวมของประเทศ และในอนาคตจะเป็นศูนย์กลาง การส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้สามารถเปิดเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจนานาชาติ

2.1.1.8 ข้อมูลด้านสังคม

กรุงเทพฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางสังคม มีสาธารณูปโภคต่าง ๆ อย่างครบสมบูรณ์ การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมและการค้า การบริการของกรุงเทพฯ นำมาซึ่งปัญหาการปรับตัวของแรงงานอพยพ โดยแรงงานที่อพยพเข้ามาหางานทำในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้

สร้างปัญหาด้านที่อยู่อาศัยและชุมชนแออัด มีผู้อาศัยในแหล่งเสื่อมโทรมถึงประมาณ 2 ล้านคน รวมทั้งก่อให้เกิดปัญหาด้านคุณภาพชีวิต จึงจำเป็นต้องมีมาตรการช่วยเหลือด้านการจัดหาที่อยู่อาศัย การเพิ่มพูนทักษะความรู้ ความสามารถในการประกอบอาชีพ ตลอดจนการขยายบริการพื้นฐานทางสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนยากจนในเขตเมืองให้ดีขึ้น

2.1.1.9 ศาสนา

ประเทศไทยมีพระพุทธศาสนา เป็นศาสนาประจำชาติมาโดยตลอด นับตั้งแต่ได้ตั้งเป็นแว่นแคว้น และเป็นราชอาณาจักรแต่ก็ได้เอื้อเฟื้อต่อคนไทยผู้นับถือศาสนาอื่น และให้ความอุปถัมภ์ศาสนาอื่นตามแบบอย่างโบราณราชประเพณีที่พระมหากษัตริย์ไทยได้ทรงอุปถัมภ์ไว้แล้ว และมีนโยบายที่จะป้องกันมิให้คนไทยที่นับถือศาสนาแตกต่างกันเบียดเบียนกัน มีความสมานฉันท์สามารถอยู่ร่วมกันด้วยความสุขสงบร่มเย็น โดยทุกคนมีเสรีภาพในการประกอบพิธีกรรมตามศาสนาของตน โดยได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ และประมวลกฎหมายอาญามาตรา 206,207 และ 208 ในการดำเนินการด้านศาสนาต่าง ๆ ทางหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง บริหารงานโดยยึดหลักกฎหมาย ด้วยการหารือองค์การหลักของแต่ละศาสนาที่ทางราชการให้ความอุปถัมภ์ไว้แล้วเป็นสำคัญ เพื่อให้องค์การหลักของแต่ละศาสนาช่วยควบคุมดูแล และร่วมรับผิดชอบในแต่ละศาสนา เพื่อให้เกิดความสงบเรียบร้อยทางด้านพระพุทธศาสนา มีพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ เป็นหลักในการบริหารงาน หน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง สนองงานของคณะสงฆ์ และรัฐบาลตามตัวบทกฎหมายที่กำหนดไว้ ทั้งด้านบริหาร และด้านศาสนาอุปถัมภ์

การบริหารศาสนาอื่น อยู่ภายใต้การดูแลบริหารของกระทรวงมหาดไทย ส่วนกรมการศาสนาได้ให้ความอนุเคราะห์ด้านศาสนาอุปถัมภ์ดังนี้

ศาสนาอิสลาม มีพระราชกฤษฎีกา ว่าด้วยการศาสนาอุปถัมภ์ฝ่ายอิสลาม พ.ศ.2488 และแก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ.2491 และมัสยิดอิสลาม พ.ศ.2490 โดยจะหารือจุฬาราชมนตรี และกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เกี่ยวกับการศาสนาอุปถัมภ์ศาสนาอิสลาม

ศาสนาคริสต์ พระมหากษัตริย์ ทรงให้ความอุปถัมภ์ นิกายคาทอลิก และนิกายโปรเตสแต้นท์มาช้านาน ต่อมาได้มีระเบียบของกรมการศาสนา ว่าด้วยการรับรองฐานะองค์การทางศาสนาและระเบียบอื่น ๆ กรมการศาสนาจะหารือด้านศาสนาอุปถัมภ์กับองค์การ คาทอลิก และโปรเตสแต้นท์ ที่ได้รับรองฐานะขึ้นเป็นองค์การทางศาสนาไว้แล้วคือ

1. สภาประมุข แห่งบาทหลวงโรมันคาทอลิก
2. สภาคริสต์จักรในประเทศไทย
3. สหกิจคริสต์เตียนแห่งประเทศไทย
4. มูลนิธิคริสต์จักรคณะแบ๊บติสท์

5. มูลนิธิเซเวนเดย์ แอ๊ดเวนตีสแห่งประเทศไทย

ศาสนาพราหมณ์ - ฮินดู กรมการศาสนา จะหารือด้านศาสนาอุปถัมภ์กับสามองค์การที่ได้รับรองฐานะเป็นองค์การศาสนาไว้แล้วคือ

1. สำนักพราหมณ์พระราชครู ในสำนักพระราชวัง

2. สมาคมฮินดู สมาช

3. สมาคมฮินดู ธรรมสภา

ศาสนาซิกซ์ กรมการศาสนาจะหารือด้านศาสนาอุปถัมภ์กับสมาคมศรีคุรุสิงห์สภายบร้อยเป็นผลดีต่อประเทศชาติเป็นส่วนรวม

2.1.1.10 ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและการละเล่นพื้นเมือง

งานเทศกาลไทยเที่ยวไทย จัดขึ้นในปลายเดือนสิงหาคม ณ ศูนย์ประชุมแห่ง ชาติสิริกิติ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ชาว ไทยท่องเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น ลักษณะของงานจึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อพบผู้ขาย โดยตรง โดยมีผู้แทน จากบริษัท นำเที่ยว สถานที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านขายสินค้าที่ ระลึก นำสินค้ามาแสดง พร้อมเสนอรายการพิเศษต่าง ๆ โดย เฉพาะส่วนของสินค้าที่ระลึก ซึ่งเป็นผลิตผลจากงานฝีมือของชาว บ้านท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศ จะได้รับความสนใจเป็น พิเศษ มีการ แสดงพื้นบ้าน สาธิตงานหัตถกรรม และกิจกรรมเสริมอื่น ๆ มากมาย

ประเพณีสงกรานต์วิสุทธิกษัตริย์ กิจกรรมในงานเริ่มตั้งแต่วันที่ 12 เมษายน มีการแห่พระพุทธรูป จากวัดตรีทศเทพมาประดิษฐาน ณ บริเวณงานย่านถนนวิสุทธิ กษัตริย์ เพื่อให้ประชาชนได้สรงน้ำ มีการรดน้ำขอพรจากผู้ใหญ่ การละเล่นพื้นเมือง กีฬาสำหรับเด็ก กลางคืนมีมหรสพต่าง ๆ ในวันที่ 13 เมษายน ซึ่งเป็นวันสงกรานต์ มีการตักบาตรและ ประกวดเทพีสงกรานต์ในช่วงเช้า และการแสดงในยามค่ำคืน

งานว่าวสนามหลวง จัดขึ้นปีละ 1 ครั้ง ระหว่างกลางเดือนกุมภาพันธ์-กลางเดือนเมษายน ณ ท้องสนามหลวง โดยการแข่งขันจะเริ่มเวลาประมาณ 16.45-17.30 น. และในระหว่างเทศกาลดังกล่าว บริเวณท้อง สนามหลวงก็ได้จัดกิจกรรมเสริมอื่น ๆ ให้ชมด้วย เช่น การแสดงศิลปะป้องกันตัว กระบี่กระบอง ดนตรีไทย การจำหน่ายว่าวชนิด ต่าง ๆ รวมทั้งมีการนำว่าวจากต่างประเทศมาแสดงด้วย เป็น กิจกรรมที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก จากชาวไทยและชาวต่างประเทศ

พระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ พระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ทำเพื่อความเป็นสิริมงคลแก่พืชพันธุ์ธัญญาหาร และเพื่อเป็นการบำรุงขวัญเกษตรกรไทย โดยพระราชพิธีพืชมงคลเป็นพิธีสงฆ์ พระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ เป็นพิธีพราหมณ์

ราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ 1 วัน ในเดือน 6 หรือเดือนพฤษภาคม ณ ท้องสนามหลวง

พิธีถวายสัตย์ปฏิญาณ วันราชวัลลภ ในวันที่ 3 เดือนธันวาคม เหล่าทหารรักษาพระองค์ได้จัดพิธีถวาย สัตย์ปฏิญาณ ณ บริเวณลานพระบรมรูปทรงม้าในช่วงบ่าย เพื่อ แสดงความพร้อมเพรียง และความจงรักภักดีของเหล่าทหารหาญ ที่มีต่อองค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์

งานนมัสการพระบรมบรรพต หรืองานวัดภูเขาทอง งานนมัสการพระบรมบรรพต หรืองานวัดภูเขาทอง ได้เริ่มมีขึ้นใน สมัยรัชกาลที่ 3 และได้จัดให้มีงานเป็นประจำทุกปีจนถึงปัจจุบันใน วันขึ้น 11 ค่ำ ถึงวันแรม 3 ค่ำ เดือน 12 รวม 7 คืน 8 วัน โดยใน งานจะมีการนมัสการพระบรมสารีริกธาตุ ที่ประดิษฐานอยู่ในพระ เจดีย์ใหญ่ และปิดทองพระอัฏฐารส พระพุทธรูปสำคัญของวัด มี การออกร้านขายสินค้า อาหาร มีการละเล่น มหรสพ และสวนสนุก

ประเพณีใส่บาตรดอกไม้ วัดบวรนิเวศฯ การบูชาพระรัตนตรัยด้วยดอกไม้ธูปเทียนนั้นเรียกว่า "อามิสบูชา" ศรัทธานี้มีผลานิสงส์ไม่น้อยไปกว่าการปฏิบัติบูชา และนับเป็นคติ ความเชื่อทางพุทธศาสนาที่ชาวไทยปฏิบัติสืบทอดกันมา การถวาย ดอกไม้เพื่อบูชาพระจะทำเป็นพิธีใหญ่และสืบทอดกันมาจนกลาย เป็นประเพณีประจำถิ่น เรียกว่า "ประเพณีใส่บาตรดอกไม้" หรือ "ประเพณีตักบาตรดอกไม้" ซึ่งในกรุงเทพมหานครจะมีเพียงแห่ง เดียวที่วัดบวรนิเวศวิหาร ประเพณีใส่บาตรดอกไม้ที่วัดบวรนิเวศวิหารนี้ ได้จัดมาเป็นประจำ ทุกปี ประมาณ 50 ปีมาแล้ว แต่ดอกไม้ที่ใช้ในวัดบวรนิเวศฯ นี้แตก ต่างจากดอกไม้ที่ใช้ใส่บาตรที่อำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี เพราะที่วัดบวรนิเวศฯ ใช้ดอกบัว แต่ก็มีดอกไม้ชนิดอื่นปะปนเข้ามา ด้วย เช่น ดอกกุหลาบ กล้วยไม้ และดอกไม้สดที่นำมาประดิษฐ์อย่าง สวยงาม

พระราชพิธีเสด็จพระราชดำเนิน ถวายผ้าพระกฐิน โดยกระบวน พยุหยาตราชลมารคในยุคแรกเริ่มของกระบวนเรือ การเสด็จพระราชดำเนินของพระ มหากษัตริย์ไทย นับแต่โบราณกาลมา นอกจากการเสด็จพระราช ดำเนินทางบก ที่เรียกว่า "พยุหยาตราสถลมารค" แล้วการเสด็จพระราชดำเนินทางน้ำ คือ "พยุหยาตราชลมารค" ก็เป็นเส้นทาง การคมนาคมที่สำคัญยิ่งเช่นกัน ตั้งแต่ครั้งสมัยสุโขทัยเป็นราชธานี ของไทยเรา ปรากฏว่าพระร่วงทรงเรือออกไปลอยกระทงหรือพิธี จองเปรียง ณ กลางสระน้ำ พร้อมทั้งเผาเทียนเล่นไฟในยามคืนเพ็ญ เดือนสิบสอง พระราชพิธีเสด็จพระราชดำเนินถวายผ้าพระกฐิน โดยกระบวน พยุหยาตราชลมารคนี้ จะจัดขึ้นในโอกาสพิเศษเท่านั้น จึงเป็นสิ่งที่ ประชาชนชาวไทย และชาวต่างประเทศเฝ้ารอคอยที่จะได้ชมมา เป็นเวลานาน

2.1.1.11 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในหลายรูปแบบ อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยว

ทางด้านศิลปะวัฒนธรรม แหล่งชอปปิ้ง แหล่งบันเทิง และลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ที่มีความสวยงามในเอกลักษณ์ของความเป็นไทย และได้แนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1) วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว)

วัดพระแก้ว ตั้งอยู่บนถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 1 พ.ศ. 2325 เมื่อรัชกาลที่ 1 (พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช) ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายราชธานีจากธนบุรีมายังกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังเป็นที่ประดิษฐานของ “พระพุทธมหามณีรัตน์ปฏิมากร หรือพระแก้ว” พระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองของไทย พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าฯ รัชกาลที่ 3 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นในพระอุโบสถ ระเบียงพระอุโบสถมีภาพจิตรกรรมฝาผนังเรื่องรามเกียรติ์ที่สวยงามและยาวที่สุดในโลก

2) วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์)

“วัดโพธิ์” หรือนามทางราชการว่า “วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร” เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก และเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรี เนื่องจากพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สถาปนา “วัดโพธาราม” วัดเก่า ที่เมืองบางกอก ครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นวัดหลวง ข้างพระบรมมหาราชวัง และที่ใต้พระแท่นประดิษฐาน พระพุทธเทวปฏิมากร พระประธานในพระอุโบสถเป็นที่บรรจุ พระบรมอัฐิของพระองค์ท่านไว้ด้วย โดยพระอารามหลวงแห่งนี้มีเนื้อที่ 50 ไร่ 38 ตารางวาอยู่ ด้านทิศใต้ของพระบรมมหาราชวัง ทิศเหนือจดถนนท้ายวัง ทิศตะวันออกจดถนนสนามไชย ทิศใต้จดถนนเศรษฐการ ทิศตะวันตกจดถนนมหาราช มีถนนเชตุพน ขนาบด้วยกำแพงสูงสีขาวแบ่งเขตพุทธาวาส และสังฆาวาสชัดเจน

3) พระบรมมหาราชวัง

มีพื้นที่ 218,400 ตารางเมตร ประกอบด้วยวัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท พระที่นั่งองค์แรกภายในพระบรมมหาราชวัง โดยถ่ายแบบมาจากพระที่นั่งสรรเพชรมหาปราสาทในสมัยอยุธยา มีลักษณะเป็นปราสาทจัตุรมุข ยอดทรงมณฑปซ้อนเจ็ดชั้นประดับกระจกหลังคาคาดด้วยดีบุก พระที่นั่งจักรีมหาปราสาท สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2418 เป็นสถาปัตยกรรมผสมระหว่างไทยและยุโรปเป็นปราสาทรียงกันสามชั้น สามองค์ เชื่อมต่อด้วยมุขกระสันโดยตลอดหลังคามุงกระเบื้องเคลือบสี มียอดปราสาทสามยอด นอกจากนี้ยังประกอบไปด้วย พระที่นั่งจักรพรรดิพิมาน พระที่นั่งไพศาลทักษิณ พระที่นั่งอัฐทิศอุทุมพรราชอาสน์ และพระที่นั่งบรมพิมาน

4) วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร

วัดอรุณราชวราราม เป็นวัดโบราณสร้างมาตั้งแต่สมัยอยุธยา ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เดิมเรียกว่า “วัดมะกอก” ตามชื่อตำบลบางมะกอกซึ่งเป็นตำบลที่ตั้งวัด ภายหลังเปลี่ยนเป็น “วัดมะกอกนอก” เพราะมีวัดสร้างขึ้นใหม่ในตำบลเดียวกันแต่ อยู่ลึกเข้าไปในคลองบางกอกใหญ่ชื่อ “วัดมะกอกใน” ต่อมาใน พ.ศ. 2310 เมื่อสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชมีพระราชประสงค์จะย้ายราชธานีมาตั้ง ณ กรุงธนบุรีจึงเสด็จกรีฑาทัพล่องลงมาทางชลมารคถึงหน้าวัดมะกอกนอกนี้เมื่อเวลารุ่งอรุณพอดี จึงทรงเปลี่ยนชื่อวัดมะกอกนอกเป็น “วัดแจ้ง” เพื่อเป็นอนุสรณ์แห่งนิมิตที่ได้เสด็จมาถึงวัด นี้เมื่อเวลาอรุณรุ่ง เมื่อพระเจ้าตากสินมหาราชโปรดให้ย้ายราชธานีจากกรุงศรีอยุธยามาตั้ง ณ กรุงธนบุรีและได้ทรงสร้างพระราชวังใหม่ มีการขยายเขตพระราชฐาน เป็นเหตุให้วัดแจ้งตั้งอยู่กลาง พระราชวังจึงไม่โปรดให้มีพระสงฆ์จำพรรษา นอกจากนั้นในช่วงเวลาที่กรุงธนบุรีเป็น ราชธานี ถือกันว่าวัดแจ้งเป็นวัดคู่บ้าน คู่เมือง เนื่องจากเป็นวัดที่ประดิษฐาน พระแก้วมรกตและพระบาง ซึ่งสมเด็จ พระยามหากษัตริย์ศึก (พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช) ได้ อัญเชิญพระพุทธรูปสำคัญ 2 องค์นี้มาจากลาวในคราวที่เสด็จตีเมืองเวียงจันทร์ ได้ในปี พ.ศ. 2322 โดยโปรดให้อัญเชิญ พระแก้วมรกตและพระบางขึ้นประดิษฐาน

5) วัดเบญจมบพิตรดุสิตวนารามราชวรวิหาร

วัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลกว่า “The Marble Temple” เพราะพระอุโบสถ พระระเบียง ประดับด้วยหินอ่อนที่ดีที่สุดจากประเทศอิตาลี ประกอบกับเป็นวัดที่มีความวิจิตรงดงามด้วยศิลปะสถาปัตยกรรมไทยโบราณ จึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศสนใจเข้าชมจำนวนมากทุกวัน วัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรวิหาร มีเนื้อที่ทั้งสิ้น 10,566 ตารางวา 14 ตารางศอก ตั้งอยู่แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ระหว่างถนนสายใหญ่คือ ถนนพระรามที่ 5 ถนนศรีอยุธยา ถนนราชดำเนินนอก และถนนพิษณุโลก พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงสถาปนาขึ้นด้วยศิลปะสถาปัตยกรรมไทยโบราณ และวางแบบแปลนแผนผังแยกสัดส่วนเป็นเขตพุทธาวาส สังฆาวาส และที่ธรณีสงฆ์สำหรับผู้อุปัฏฐากภิกษุสามเณรอยู่อาศัย ในเขตพุทธาวาสและสังฆาวาสมีสนามหญ้าและปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่น กุฏิที่อยู่ของภิกษุสามเณร เป็นระเบียบ ปลอดโปร่ง ซึ่งถือว่าเป็นวัดที่มีการวางแปลนแผนผังที่ดีที่สุดวัดหนึ่ง

6) พระที่นั่งวิมานเมฆ

พระที่นั่งวิมานเมฆ เป็นพระที่นั่งที่สร้างด้วยไม้สักทองที่ใหญ่ที่สุดในโลก หลัง มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่งดงาม ประณีตและ ได้รับอิทธิพลการก่อสร้างแบบตะวันตก และเป็นพระที่นั่งถาวรองค์แรกในพระราชวังดุสิต พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นในพระราชวังดุสิต ลักษณะขององค์พระที่นั่ง พระที่นั่งองค์นี้ เป็นอาคารแบบวิตอเรีย

ได้รับอิทธิพลจากสถาปัตยกรรมยุโรป ผสมกับไทยประยุกต์ องค์พระที่นั่งเป็นรูปอักษร ตัวแอล รายละเอียดเพิ่มเติม เปิดให้เข้าชมทุกวัน (ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์) ตั้งแต่เวลา 09.30–16.00 น. อัตราค่าเข้าชมพระที่นั่งวิมานเมฆ คนไทย ผู้ใหญ่ 75 บาท เด็ก 20 บาท ชาวต่างประเทศ 100 บาท ในการเข้าชมต้องแต่งกายที่เหมาะสมเมื่อเข้าชมพระที่นั่งวิมานเมฆ สุภาพสตรี ควรสวมใส่เสื้อมีแขน กระโปรงคลุมเข่า หรือกางเกงขายาว สุภาพบุรุษ ควรสวมใส่เสื้อมีแขน และกางเกงขายาว ภายในจะแบ่งเป็นตำหนักต่าง ๆ จัดแสดงนิทรรศการที่แตกต่างกันออกไป หากต้องการเข้าชมภายในพระตำหนักต้องฝากของไว้ในลอกเกอร์ด้านนอก แต่หากต้องการถ่ายรูปเพียงแค่อาคารภายนอกอาคารไม่ต้องฝากของก็ได้ ไม่อนุญาตให้ถ่ายภาพข้างในอาคาร

7) พิพิธภัณฑ์บ้านไทย จิม ทอมป์สัน

เรือนไทยจิม ทอมป์สันเป็นบ้านของ เจมส์ เอช. ดับเบิลยู. ทอมป์สัน นักธุรกิจผู้ประกอบการชาวอเมริกันที่สร้างเนื้อสร้างตัวขึ้นจนร่ำรวย ผู้ก่อตั้งบริษัทอุตสาหกรรมผ้าไหมไทย จิม ทอมป์สันซึ่งมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก ความสำเร็จของจิม ทอมป์สันในระยะเวลา 25 ปีที่เขามาพำนักอยู่ในราชอาณาจักรไทยส่งผลให้เขา มีกิตติศัพท์ขจรขจายในฐานะ “ชาวอเมริกันผู้กลายเป็นตำนานในประเทศไทย” ในฐานะที่เขาสร้างคุณูปการในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมไหมไทย จิม ทอมป์สันได้รับพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์ประถมาภรณ์ช้างเผือก ซึ่งเป็นเครื่องราชอิสริยาภรณ์ที่พระราชทานแด่ชาวต่างชาติที่สร้างคุณประโยชน์ให้แก่ประเทศไทย เรื่องราวความสำเร็จของจิม ทอมป์สันในประเทศไทยกลายเป็นตำนานที่เล่าขานกันมากที่สุดเรื่องหนึ่งของเอเชียสมัยหลังสงคราม ใน ค.ศ. 1967 (พ.ศ. 2510) จิม ทอมป์สันเดินทางไปพักผ่อนกับเพื่อนๆที่แคมเมอรอนไฮแลนด์สในประเทศมาเลเซีย เขาออกเดินเท้าเข้าป่าที่ห้อมล้อมอยู่ไปและไม่ได้กลับมาอีกเลยนับเป็นจุดเริ่มต้นของตำนานเรื่องจิม ทอมป์สัน นับแต่เขาหายสาบสูญไปใน ค.ศ. 1967 (พ.ศ. 2510) สภาพของบ้านที่ “ใคร ๆ พากัน กล่าวขวัญถึง” และ “ศูนย์กลางวงสังคมคนเด่นคนดังในเมือง” แทบจะไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปเลย จนถึงทุกวันนี้ บ้านทรงไทยที่งดงามมีเสน่ห์หลังนี้ก็ยังคงเป็นสถานที่หลักแห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากรุงเทพมหานครชอบแวะมาเยี่ยมชม

8) พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร

ตั้งอยู่บนถ.หน้าพระธาตุ เขตพระนคร ระหว่างมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และโรงละครแห่งชาติ ตรงข้ามกับสนามหลวง พิพิธภัณฑ์แห่งนี้นับเป็นพิพิธภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุดในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเป็นสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้านศิลปะไทยมากที่สุดแห่งหนึ่ง เป็นแหล่ง

รวบรวมประวัติความเป็นมาของชาติไทยตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เข้าสู่ยุค รุ่งเรืองของอาณาจักรสุโขทัย ลพบุรี อยุธยา ธนบุรี จนกระทั่งถึงยุครัตนโกสินทร์

9) พิพิธภัณฑ์วังสวนผักกาด

วังสวนผักกาด เป็นสถานที่แห่งแรกในประเทศไทยที่เจ้าของบ้าน คือ พลตรี พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าจุมภฏพงษ์บริพัตร กรมหมื่นนครสวรรค์ศักดิพินิต หรือ เสด็จในกรมฯ และหม่อมราชวงศ์พันธุ์ทิพย์ บริพัตร หรือ “คุณท่าน” ได้เปิดบ้านซึ่งหลายคนรู้จักในนาม “วังสวนผักกาด” ให้บุคคลภายนอกเข้าชมในขณะที่ท่านเจ้าของยังคงใช้เป็นที่พำนักนับแต่ พ.ศ. 2459 เป็นต้นมา

ด้วยนิสัยและความรักในการสะสม เสด็จในกรมฯ ทรงรวบรวมศิลปะและโบราณวัตถุอันล้ำค่าที่สืบทอดมาจาก จอมพลเรือ จอมพล สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าบริพัตรสุขุมพันธุ์ กรมพระนครสวรรค์วรพินิต (ทูลกระหม่อมบริพัตรฯ) ต้นราชสกุลบริพัตร พระราชโอรสในพระบาทสมเด็จ พระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 และ สมเด็จพระนางเจ้าสุขุมาลมารศรี พระอัครราชเทวี นอกจากนี้ เสด็จในกรมฯ และ “คุณท่าน” ต่างร่วมกันสะสมศิลปะและโบราณวัตถุชิ้นสำคัญอื่น ๆ ของทั้งชาติไทย และของโลกไว้อีกเป็นจำนวนมาก โดยเก็บรวบรวมไว้ ณ วังสวนผักกาด

พิพิธภัณฑ์วังสวนผักกาดตั้งอยู่บนพื้นที่ 6 ไร่ บริเวณถนนศรีอยุธยา กรุงเทพฯ อันประกอบด้วยเรือนไทยโบราณ 8 หลัง เรือนหลังที่ 1-4 จัดเป็นหมู่เรือนไทย โดยเรือนหลังแรกมีสะพานเชื่อมไปสู่เรือนหลังที่ 2 และ 4 ซึ่งอยู่ทางทิศใต้ ตามลำดับ ส่วนเรือนหลังที่ 5-8 ปลูกอยู่ห่างกันทางทิศตะวันตก และมีหอเขียนอยู่ทางทิศใต้ สำหรับพิพิธภัณฑ์บ้านเชียง และ ห้องศิลปะนิทรรศมารศรีจัดแสดงอยู่ในศิลปาคารจุมภฏ-พันธุ์ทิพย์

10) ตลาดจตุจักร

ถือว่าเป็นแหล่งช้อปปิ้งยอดฮิตสุดสัปดาห์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่นี่เป็นตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่รวบรวมสินค้ามากมายจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ มีสินค้าหลากชนิดให้เลือกสรรแถมได้ของที่ถูกใจ ในราคาที่ย่อมเยา สำหรับตลาดนัดจตุจักรมีจำนวนแผงค้าทั้งหมดมากกว่า 8,000 แผงค้าแบ่งเป็น 27 โครงการ โดยภายในโครงการต่าง ๆ ประกอบไปด้วย สินค้าหลากหลายชนิด ทั้งจากผู้ผลิตโดยตรง และ ผู้ขายรายย่อยการเดินทางสะดวกสบายมากมีรถประจำทางผ่านหลายสาย และ รถไฟฟ้า BTS โดยสินค้าประกอบไปด้วย หลายหมวดหมู่ เปิดตั้งแต่ 7 โมงเช้าถึงค่ำ เช่น เสื้อผ้ามือ เครื่องประดับ เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้าน ต้นไม้ อุปกรณ์สวน

เครื่องปั้นดินเผา เซรามิค เสื้อผ้ามือสอง สินค้าเบ็ดเตล็ด สัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ของเก่า ของสะสม หนังสือ งานศิลปะอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ถือว่าเป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาต้องมาแวะเที่ยวกรุงเทพมหานครก่อนเป็นเมืองแรก ถึงจะเดินทางไปท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น กรุงเทพมหานคร แหล่งรวมความหลากหลายของศิลปะวัฒนธรรมอันสูงค่าอันเป็นมนต์เสน่ห์ที่สามารถผสมผสานเข้ากับความทันสมัยของเมืองได้อย่างลงตัวมีเอกลักษณ์ที่เฉพาะจนได้รับการยอมรับจากนานาประเทศว่ามีความสวยงามน่าท่องเที่ยวมากที่สุดแห่งหนึ่ง

2.1.2 ข้อมูลพื้นฐานของทวีปยุโรป

ทวีปยุโรป มีฐานะเป็นทวีป ทั้งในแง่ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในทางภูมิศาสตร์ยุโรปเป็น อนุทวีป ที่อยู่ทางด้านตะวันตกของ มหาทวีปยูเรเซีย ยุโรปมีพรมแดนทางเหนือติดกับมหาสมุทรอาร์กติก ทางตะวันตกติดกับ มหาสมุทรแอตแลนติก ทางใต้ติดกับ ทะเลเมดิเตอร์เรเนียน และทะเลดำ ด้านตะวันออกติดกับ เทือกเขายูรัล และทะเลแคสเปียน

ทวีปยุโรปมี พื้นที่ 10,600,000 ตร.กม. เล็กที่สุดเป็นอันดับสองรองจากทวีปออสเตรเลีย แต่มีจำนวนประชากรมากที่สุดเป็นอันดับ 3 รองจากทวีปเอเชียและทวีปแอฟริกา พ.ศ. 2546 ยุโรปมีประชากรราว 799,566,000 คน หรือประมาณ 1 ใน 8 ของประชากรโลก ยุโรปตั้งอยู่ในซีกโลกเหนือค่อนไปทางขั้วโลกเหนือ ระหว่างประมาณและติจูด 36-71 องศาเหนือ กับลองจิจูด 9 องศาตะวันตก ถึง 66 องศาตะวันออก มีพื้นที่ประมาณ 10 ล้านตารางกิโลเมตร โดยมีประเทศที่มีขนาดใหญ่ที่สุดคือ รัสเซีย

ภาพที่ 2.5 แผนที่ประเทศยุโรป

ที่มา : พิกกิมีเดีย (เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2560)

1. ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศที่สำคัญของทวีปยุโรป ได้แก่ ทางตะวันตกของฝรั่งเศส ทางตะวันออกของเกาะอังกฤษ เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ และเดนมาร์ก

เขตที่ราบสูงได้แก่ ที่ราบที่อยู่ระหว่างที่ราบกับเขตเทือกเขา ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ทางตอนกลางของทวีป มีพื้นที่ประมาณร้อยละ 25 ของทวีปยุโรป ได้แก่ บริเวณภาคตะวันออกของประเทศฝรั่งเศส ภาคใต้ของเยอรมนีและโปแลนด์

เขตเทือกเขาแบ่งออกเป็น 2 เขตใหญ่ ๆ คือ เทือกเขาภาคเหนือ เป็นแนวเทือกเขาที่วางตัวในแนวตะวันออกเฉียงเหนือกับตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ เทือกเขาแถบคาบสมุทรสแกนดิเนเวีย ในสกอตแลนด์ เวลส์ และเกาะไอซ์แลนด์ ซึ่งมีขนาดเตี้ยและเกิดขึ้นมานานแล้ว เทือกเขาภาคใต้ เป็นแนวเทือกเขาที่วางตัวในแนวตะวันออกกับตะวันตก ซึ่งเทือกเขานี้มีขนาดสูงและยังเป็นเขตที่เปลือกโลกยังไม่สงบดี จึงเกิดแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟ

2. ลักษณะภูมิอากาศ

เขตอากาศของทวีปยุโรป สามารถแบ่งเป็น 7 เขตดังนี้

1. เขตภูมิอากาศแบบทุนดรา หรืออากาศแบบขั้วโลก เป็นเขตอากาศที่หนาวเย็นจัดตลอดทั้งปี

2. เขตอากาศแบบกึ่งขั้วโลกหรือไทกา ลักษณะอากาศในเขตนี้ คือ เป็นเขตที่มีอากาศหนาวจัดในช่วงฤดูหนาว อุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 6 องศาเซลเซียส

3. เขตอากาศอบอุ่นชื้นภาคพื้นทวีป ลักษณะอากาศของเขตนี้ คือ ฤดูหนาวมีอากาศหนาวเย็น เพราะอยู่ลึกเข้าไปในใจกลางทวีป จึงไม่ค่อยได้รับอิทธิพลจากมหาสมุทร

4. เขตภูมิอากาศแบบภาคพื้นสมุทรชายฝั่งตะวันตก ลักษณะของอากาศในเขตนี้ คือ ฤดู

ร้อนอากาศเย็นสบาย ฤดูหนาวอากาศไม่หนาวจัด เพราะเขตนี้มีที่ตั้งอยู่ใกล้มหาสมุทร จึงได้รับอิทธิพลจากมหาสมุทรแอตแลนติก ทำให้เขตนี้มีอากาศอบอุ่น ชุ่มชื้น ฝนตกสม่ำเสมอตลอดทั้งปี

5. เขตภูมิอากาศอบอุ่นชื้น ลักษณะอากาศของเขตนี้ คือ อากาศอบอุ่น ฤดูร้อนอากาศร้อน มีฝนตกชุกตลอดทั้งปี

6. เขตภูมิอากาศแบบเมดิเตอร์เรเนียน ลักษณะอากาศในเขตนี้ คือ เป็นเขตที่มีแสงแดดตลอดทั้งปี ฤดูร้อนอากาศร้อนและแห้งแล้ง ฤดูหนาวจะมีฝนตก ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยประมาณ 500-1,000 มิลลิเมตรต่อปี

7. เขตภูมิอากาศแบบทุ่งหญ้ากึ่งทะเลทราย ลักษณะสำคัญของอากาศในเขตนี้ คือ เป็นเขตที่มีปริมาณฝนน้อย ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยทั้งปีต่ำกว่า 500 มิลลิเมตร พืชพรรณธรรมชาติเป็นทุ่งหญ้าขึ้นเบาบาง

3. ภูมิภาค

ทวีปยุโรป แบ่งออกเป็น 4 ภูมิภาคใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ยุโรปเหนือได้แก่ เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ไอซ์แลนด์ ไอร์แลนด์ นอร์เวย์ สวีเดน เอสโตเนีย ลัตเวีย ลิทัวเนีย และสหราชอาณาจักร

2. ยุโรปตะวันตก ได้แก่ ออสเตรีย เบลเยียม ฝรั่งเศส เยอรมนี ลิกเตนสไตน์ ลักเซมเบิร์ก เนเธอร์แลนด์ และสวิตเซอร์แลนด์

3. ยุโรปตะวันออก ได้แก่ เบลารุส บัลแกเรีย เช็กเกีย ฮังการี มอลโดวา โปแลนด์ โรมาเนีย รัสเซีย สโลวาเกีย และยูเครน

4. ยุโรปใต้ได้แก่ แอลเบเนีย อันดอร์รา บอสเนียและเฮอร์เซโกวีนา โครเอเชีย กรีซ อิตาลี สาธารณรัฐมาซิโดเนีย มอลตา โปรตุเกส ซานมารีโน สโลวีเนีย สเปน เซอร์เบีย มอนเตเนโกร และคอซอวอ

5. ดินแดนที่เป็นนครรัฐอิสระที่ตั้งอยู่ในประเทศอื่นอีก 2 แห่ง คือ นครรัฐวาติกัน ตั้งอยู่ในกรุงโรม ประเทศอิตาลี และ โมนาโก ตั้งอยู่บริเวณชายฝั่งทะเลเมดิเตอร์เรเนียนในประเทศฝรั่งเศส ใกล้พรมแดนอิตาลี

4. ประเทศในทวีปยุโรป

1. Albania สาธารณรัฐแอลเบเนีย ติรานา (Tirana)
2. Andorra ราชรัฐอันดอร์รา อันดอร์ราลาเวลลา (Andorra la Vella)
3. Austria สาธารณรัฐออสเตรีย เวียนนา (Vienna)
4. Belarus สาธารณรัฐเบลารุส มินสก์ (Minsk)
5. Belgium Kingdom ราชอาณาจักรเบลเยียม บรัสเซลส์ (Brussels)
6. Bosnia and Herzegovina Bosnia and Herzegovina บอสเนียและเฮอร์เซโกวีนา ซาราเยโว (Sarajevo)
7. Bulgaria สาธารณรัฐบัลแกเรีย โซเฟีย (Sofia)
8. Croatia สาธารณรัฐโครเอเชีย ซาเกร็บ (Zagreb)
9. Czech สาธารณรัฐเช็ก ปราก (Prague)
10. Denmark Kingdom ราชอาณาจักรเดนมาร์ก โคเปนเฮเกน (Copenhagen)

11. Estonia สาธารณรัฐเอสโตเนีย ทาลลินน์ (Tallinn)
12. Finland สาธารณรัฐฟินแลนด์ เฮลซิงกิ (Helsinki)
13. France สาธารณรัฐฝรั่งเศส ปารีส (Paris)
14. Germany สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี เบอร์ลิน (Berlin)
15. Greece Hellenic สาธารณรัฐเฮลเลนิก เอเธนส์ (Athens)
16. Hungary สาธารณรัฐฮังการี บูดาเปสต์ (Budapest)
17. Iceland สาธารณรัฐไอซ์แลนด์ เรคยาวิก (Reykjavík)
18. Ireland สาธารณรัฐไอร์แลนด์ ดับลิน (Dublin)
19. Italy สาธารณรัฐอิตาลี โรม (Romenia)
20. Latvia สาธารณรัฐลัตเวีย ริกา (Riga)
21. Liechtenstein ราชรัฐลิกเตนสไตน์ วาดุซ (Vaduz)
22. Lithuania สาธารณรัฐลิทัวเนีย วิลนีอุส (Vilnius)
23. Luxembourg ราชรัฐลักเซมเบิร์ก ลักเซมเบิร์ก (Luxembourg)
24. Macedonia สาธารณรัฐมาซิโดเนีย สโกเปีย (Skopje)
25. Malta สาธารณรัฐมอลตา วัลเลตตา (Valletta)
26. Moldova สาธารณรัฐมอลโดวา คีชีเนา (Chichinua)
27. Monaco ราชรัฐโมนาโก โมนาโก (Monaco)
28. Montenegro สาธารณรัฐมอนเตเนโกร พอดกอรีตซา (Podgorica)
29. Netherlands Kingdom ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์ อัมสเตอร์ดัม (Amsterdam)
30. Norway Kingdom ราชอาณาจักรนอร์เวย์ ออสโล (Oslo)
31. Poland สาธารณรัฐโปแลนด์ วอร์ซอ (Warsaw)
32. Portugal สาธารณรัฐโปรตุเกส ลิสบอน (Lisbon)
33. Romania โรมาเนีย บูคาเรสต์ (Bucharest)
34. Russia สหพันธรัฐรัสเซีย มอสโก (Moscow)
35. San Marino สาธารณรัฐซานมารีโน ซานมารีโน (San Marino)
36. Serbia สาธารณรัฐเซอร์เบีย เบลเกรด (Belgrade)
37. Slovakia Slovak สาธารณรัฐสโลวัก บราติสลาวา (Bratislava)
38. Slovenia สาธารณรัฐสโลวีเนีย ลูบลิยานา (Ljubljana)
39. Spain Kingdom ราชอาณาจักรสเปน มาดริด (Madrid)
40. Sweden Kingdom ราชอาณาจักรสวีเดน สตอกโฮล์ม (Stockholm)

41. Switzerland Swiss สมาพันธรัฐสวิส เบิร์น (Bern)

42. Ukraine Ukraine ยูเครน เคียฟ (Kiev)

43. United Kingdom and Northern Ireland สหราชอาณาจักรบริเตนใหญ่และไอร์แลนด์เหนือ ลอนดอน (London)

44. Vatican City นครรัฐวาติกัน วาติกัน (Vatican)

5. ลักษณะทางสังคมวัฒนธรรมของทวีปยุโรป

1) เป็นสังคมที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาการต่าง ๆ มาก

2) เป็นสังคมเมืองมากกว่าชนบท มีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยว

3) มีความผูกพันกับเครือญาติไม่มากนัก ไม่แน่นแฟ้นเหมือนสังคมไทย

4) เป็นสังคมที่มีระเบียบวินัยเคร่งครัด รักประชาธิปไตย รักความเป็นอิสระ รักเสรีภาพ ขยันขันแข็ง ในการทำงาน เน้นการช่วยเหลือตนเองให้มากที่สุด มีความเป็นตัวของตัวเอง

ลักษณะทางวัฒนธรรมเป็นวัฒนธรรมของชาวคริสต์ แบบประชาธิปไตย เพราะประชากรส่วนใหญ่ นับถือศาสนาคริสต์ รักอิสระเสรี รักการปกครองระบอบประชาธิปไตย

ลักษณะประชากร ด้านเชื้อชาติ ส่วนใหญ่เป็นชาวผิวขาว เชื้อชาติคอเคซอยด์ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มตามลักษณะทางร่างกาย ดังนี้

1.1 กลุ่มนอร์ดิก อยู่ทางตะวันตกเฉียงเหนือของทวีปโดยเฉพาะในคาบสมุทรสแกนดิเนเวียมีรูปร่างสูงใหญ่ ผิวเกลี้ยง ตาสีฟ้า ผมสีทอง กะโหลกศีรษะค่อนข้างยาว

1.2 กลุ่มเมดิเตอร์เรเนียน อยู่ทางภาคใต้ของทวีป เช่น ในประเทศ สเปน โปรตุเกส และกรีซ มีรูปร่างเล็ก ผมสีดำ ตาสีฟ้า กะโหลกศีรษะกลม ผิวคล้ำและเกลี้ยง

1.3 กลุ่มอัลไพน์ อาศัยอยู่แถบเทือกเขาแอลป์ มีรูปร่างค่อนข้างล่ำสันและเตี้ย ผมและตาสีน้ำตาล กะโหลกศีรษะค่อนข้างกลม

1.4 กลุ่มแลปป์และบัลติกตะวันออก อยู่ในนอร์เวย์ สวีเดน ฟินแลนด์ รัสเซีย มีรูปร่างเล็ก ตาสีฟ้า ผมดำ จมูกค่อนข้างแบนกะโหลกศีรษะค่อนข้างกลม ชาวแลปป์มิใช่ชาวยุโรปแท้ แต่เป็นมนุษย์ในสาขามองโกลอยด์

ด้านภาษา อินโด-ยุโรเปียน ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ

1. กลุ่มภาษาเยอร์มานิก (ติวโตนิก) ใช้กันในกลุ่มสแกนดิเนเวีย เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี ออสเตรีย ไอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และบางส่วนของสวิตเซอร์แลนด์ เบลเยี่ยม

2. กลุ่มภาษาโรแมนซ์ หรือกลุ่มภาษาละติน ใช้กันใน อิตาลี สเปน ฝรั่งเศส โปรตุเกส และโรมาเนีย

3. กลุ่มภาษาสลาวิก (สลาฟ) ใช้กันในภาคกลางและภาคตะวันออกของยุโรป ในคาบสมุทรบอลข่าน และสหพันธรัฐรัสเซีย

ด้านศาสนา ชาวยุโรปส่วนใหญ่นับถือศาสนาคริสต์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 นิกาย คือ

1. โรมันคาทอลิก เป็นศาสนาของผู้ใช้ภาษาละติน เช่นในเบลเยี่ยม ฝรั่งเศส โปรตุเกส อิตาลี ออสเตรีย สโลวัก เช็ก และโปแลนด์

2. กรีกออร์โธดอกซ์ นับถือศาสนาในกรีซ และยูโกสลาเวีย

3. โปรเตสแตนด์ นับถือกันใน สแกนดิเนเวีย เอสโทเนีย แลตเวีย เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร

6. ลักษณะการเมืองการปกครองของทวีปยุโรป

ระบอบการปกครองของทวีปยุโรป จะเห็นได้เด่นชัดอยู่ 2 ระบอบคือ ระบอบประชาธิปไตย ใช้กันทางแถบยุโรปเหนือ ยุโรปใต้ ยุโรปกลาง แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1.1 แบบมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข ได้แก่ สหราชอาณาจักร สเปน สวีเดนนอร์เวย์-เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม -เดนมาร์ก

1.2 แบบที่มีประธานาธิบดีเป็นประมุข ได้แก่ ฝรั่งเศส- เยอรมนี ไอซ์แลนด์ –กรีซ- อิตาลี -โปรตุเกส –ออสเตรีย- สวิตเซอร์แลนด์

7. บทบาทของทวีปยุโรปและความสัมพันธ์กับประเทศไทย

1. ด้านการค้าขาย มีการซื้อขายสินค้าซึ่งกันและกันตลอดมา

2. ความสัมพันธ์ด้านการทูต ซึ่งเคยมีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา เช่น ประเทศสหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี

3. ความสันพันธ์ด้านการให้ความช่วยเหลือ ประเทศไทยได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลสวีเดนและนอร์เวย์

4. ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันพระมหากษัตริย์ เช่น สหราชอาณาจักร สเปน สวีเดน นอร์เวย์ เดนมาร์ก เบลเยี่ยม เนเธอร์แลนด์ ด้านอื่น ๆ เช่น กีฬา การศึกษา การส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรม ตลอดจนการท่องเที่ยว

2.1.3 ข้อมูลพื้นฐานของทวีปเอเชีย

เอเชีย เป็นทวีปใหญ่และมีประชากรมากที่สุดในโลก ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในซีกโลกเหนือและตะวันออก ครอบคลุมพื้นที่ร้อยละ 8.7 ของผิวโลก (ร้อยละ 30 ของส่วนที่เป็นพื้นดิน) และมีประชากรราว 3,900 ล้านคน หรือร้อยละ 60 ของประชากรมนุษย์ปัจจุบัน ระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 20 ประชากรเอเชียเพิ่มขึ้นเกือบสามเท่า

1. ลักษณะภูมิประเทศ

เขตที่ราบต่ำภาคเหนือ เขตนี้มีลักษณะเป็นที่ราบขนาดใหญ่ระหว่างแม่น้ำอ็อบกับแม่น้ำเยนีเซย์เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า **ที่ราบไซบีเรียตะวันตก** มีลำน้ำสาขาซึ่งเกิดจากการละลายของน้ำแข็งและหิมะที่ปกคลุมบริเวณดังกล่าว ในช่วงฤดูหนาวของทุกปี ลำน้ำนี้จะแข็งตัวเป็นน้ำแข็ง การสัญจรทางน้ำหรือการคมนาคมทางน้ำจึงไม่สะดวก ลำน้ำและพื้นที่ใช้ประโยชน์ได้น้อยมาก ดังนั้น บริเวณนี้จึงเป็นบริเวณที่มีประชากรอาศัยอยู่เบาบางมากเขตภูเขาและที่ราบสูง (หินใหม่) กระจายตัวออกไป 3 ทาง คือ ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทิศตะวันตก และทิศตะวันตกเฉียงใต้ จากยอดเขาที่สูงที่สุดในโลกบางส่วนยาวไปถึงประเทศตุรกีซึ่งอยู่บนคาบสมุทรอานาโตเลีย

ภาพที่ 2.6 แผนที่ประเทศเอเชีย

ที่มา : พิกกิมีเดีย (ออนไลน์) (เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2560)

เขตที่ราบสูงเก่า ที่ราบสูงเก่าของทวีปเอเชียมีโครงสร้างทางธรณีวิทยาเป็นแผ่นดินหินของเปลือกโลกที่มีอายุเก่าแก่ ประกอบด้วยที่ราบสูงเดกกัน (Deccan Plateau) ในคาบสมุทรอินเดีย และที่ราบสูงอาหรับ (Arabian Plateau) ในคาบสมุทรอาหรับ ลักษณะของที่ราบสูงทั้งสองมีดังนี้

ที่ราบสูงเดกกัน เกิดจากการที่แผ่นดินส่วนหนึ่งจากทวีปแอนตาร์กติกาเคลื่อนตัวมาชนกับแผ่นทวีปเอเชียจนทำให้เกิดเป็นภูเขาขึ้นมาทางด้านแนวชนที่เกิดขึ้น จากตะกอนทะเลทำให้เกิดเป็นเทือกเขาหินสูงตระหง่านที่ชื่อ "หิมาลัย"

ที่ราบสูงอาหรับ เกิดจากการที่หินใต้เปลือกโลกเคลื่อนตัว ทำให้เกิดแนวหุบเหวลึกจน

กลายเป็นทะเลแดงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังปรากฏภูมิประเทศแบบทะเลทรายในคาบสมุทรอาหรับ โดยเฉพาะในดินแดนของประเทศซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น

เขตที่ราบลุ่มแม่น้ำ ทวีปเอเชียมีที่ราบลุ่มแม่น้ำหลายสาย ซึ่งแม่น้ำบางสาย เช่น แม่น้ำหวางเหอ (แม่น้ำเหลือง) แม่น้ำคงคา แม่น้ำสินธุ และแม่น้ำไทกริส-ยูเฟรทีส เคยเป็นแหล่งอารยะธรรมโบราณ ปัจจุบัน แม่น้ำเหล่านี้เป็นที่ตั้งถิ่นฐานที่สำคัญและเป็นเมืองใหญ่ ดินบริเวณนี้ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากมีตะกอนที่แม่น้ำพัดพาไปทับถมจึงเป็นดินที่เหมาะแก่การเพาะปลูก จึงมีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น แม่น้ำที่สำคัญของทวีปเอเชีย ได้แก่

แม่น้ำสายสำคัญของเอเชียตะวันออก ได้แก่ แม่น้ำหวางเหอ แม่น้ำแยงซี และแม่น้ำจือ (ซีเจียง) ในประเทศจีนแม่น้ำสายสำคัญของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ แม่น้ำแดงในประเทศเวียดนาม แม่น้ำเจ้าพระยาในประเทศไทย แม่น้ำอิระวดีในประเทศพม่า เป็นต้น

แม่น้ำสายสำคัญของเอเชียใต้ ได้แก่ แม่น้ำคงคาในประเทศอินเดีย แม่น้ำสินธุในประเทศปากีสถาน แม่น้ำพรหมบุตรในประเทศบังกลาเทศ เป็นต้น

แม่น้ำสายสำคัญของเอเชียตะวันตกเฉียงใต้ ได้แก่ แม่น้ำไทกริส-ยูเฟรทีสในประเทอิรัก

เอเชียเหนือนักภูมิศาสตร์ใช้คำนี้น้อยมาก แต่โดยปกติหมายถึงรัสเซีย เรียกอีกอย่างว่าไซบีเรีย บางครั้งรวมถึงประเทศทางตอนเหนือของเอเชียด้วย เช่น คาซัคสถาน

เอเชียกลาง เป็นภูมิภาคที่เกิดขึ้นใหม่จากประเทศต่าง ๆ ที่แยกตัวออกจากสหภาพโซเวียต (เฉพาะที่มีเขตแดนอยู่ในทวีปเอเชีย) มีขนาดพื้นที่ประมาณ 4,021,431 ตารางกิโลเมตร และมีประชากรประมาณ 61,551,945 คน (กุมภาพันธ์ 2553) เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่อันกว้างใหญ่ของภูมิภาค เอเชียกลางจึงเป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีประชากรอาศัยอย่างเบาบางที่สุดแห่งหนึ่งของโลก (เฉลี่ยทั้งภูมิภาค 15 คนต่อตารางกิโลเมตร) และเหตุที่ประเทศภูมิภาคเอเชียกลางไม่มีทางออกสู่ทะเล การส่งออกและการค้าของเอเชียกลางจึงพัฒนาอย่างช้า ๆ โดยประเทศส่งออกหลักของกลุ่มประเทศเอเชียกลาง ได้แก่ รัสเซีย ยุโรปตะวันออก และเอเชียตะวันตกเฉียงใต้ ลักษณะภูมิประเทศของเอเชียกลางเป็นแบบที่ราบสูง แต่จะมีที่ราบลุ่มบริเวณทะเลแคสเปียน ด้านศาสนา ประเทศส่วนใหญ่ในเอเชียกลางนับถือศาสนาอิสลามและศาสนาคริสต์

เอเชียตะวันออก หรือ เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ มีพื้นที่ประมาณ11,640,000 ตารางกิโลเมตร หรือร้อยละ 15 และ 20 ของพื้นที่ทั้งหมดของทวีปเอเชีย นับเป็นภูมิภาคย่อยซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดและมีประชากรมากที่สุดในทวีปเอเชีย ประเทศที่มีขนาดใหญ่ที่สุด คือ ประเทศจีน มีพื้นที่ประมาณ 9,584,492 ตารางกิโลเมตร เอเชียตะวันออกมีประชากรมากกว่า 1,500 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 40 ของของชาวเอเชียทั้งหมด หรือประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรโลกอาศัยอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ทำให้ภูมิภาคนี้กลายเป็นภูมิภาคที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นมากที่สุด

แห่งหนึ่งของโลก อัตราความหนาแน่นของประชากรในเอเชียตะวันออกอยู่ที่ 230 คนต่อตารางกิโลเมตร ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าอัตราความหนาแน่นโดยเฉลี่ยของประชากรโลกถึง 5 เท่า ประเทศที่มีประชากรมากที่สุด คือ ประเทศจีน มีประชากรประมาณ 1,322,044,605 หรือร้อยละ 85 ของประชากรในภูมิภาค ส่วนประเทศที่มีความหนาแน่นของประชากรมากที่สุด คือ ไต้หวัน ความหนาแน่นเฉลี่ย 626.7 คนต่อตารางกิโลเมตร

นอกจากนี้ เอเชียตะวันออกยังเป็นภูมิภาคที่ได้ชื่อว่าเจริญที่สุดในทวีปเอเชีย เพราะเป็นภูมิภาคเดียวที่การทำอุตสาหกรรมก้าวหน้าไปมาก โดยเฉพาะญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน และไต้หวัน ส่วนประเทศมองโกเลียและเกาหลีเหนือ อุตสาหกรรมยังไม่ค่อยพัฒนานัก เมืองอุตสาหกรรมสำคัญของเอเชียตะวันออก ได้แก่ โตเกียว ฮิโระชิมะ นะงะซะกิ โซล ปูซาน ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ ไทเป อินช็อน เทียนสิน ฮ่องกง เป็นต้น

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือ เอเชียอาคเนย์ มีพื้นที่ประมาณ4,600,000 ตารางกิโลเมตร ประชากรประมาณ 593,000,000คน (2008) ความหนาแน่นของประชากรเฉลี่ย 116.5 คนต่อตารางกิโลเมตร มีที่ตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของทวีปเอเชีย ประกอบด้วยประเทศ 11 ประเทศ ลักษณะทำเลที่ตั้งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนภาคพื้นทวีปและภาคพื้นสมุทร ส่วนภาคพื้นทวีป ได้แก่ พม่า ไทย เวียดนาม ลาว กัมพูชา และมาเลเซียตะวันตก และภาคพื้นสมุทร ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซียตะวันออก ติมอร์-เลสเต บรูไน และสิงคโปร์ ลักษณะภูมิประเทศแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ที่ราบลุ่มแม่น้ำ (ที่ราบลุ่มแม่น้ำอิรวดี ที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง ที่ราบลุ่มแม่น้ำแดง ที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา) ที่ราบสูง (ที่ราบสูงในรัฐฉาน เทือกเขาอาระกันโยมา พื้นที่ส่วนใหญ่ของลาว ตอนเหนือของมาเลเซียตะวันตก) และ เขตหมู่เกาะ (หมู่เกาะอินโดนีเซีย หมู่เกาะฟิลิปปินส์ เกาะสิงคโปร์)

โครงสร้างทางเศรษฐกิจของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนใหญ่เป็นแบบเกษตรกรรม ยกเว้นสิงคโปร์และบรูไนซึ่งมีการพัฒนาอุตสาหกรรมก้าวหน้าไปมาก ในขณะเดียวกันทุกประเทศก็พัฒนาอุตสาหกรรมจนมีความก้าวหน้าไปมาก เช่น ไทย มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย ในปัจจุบัน กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีการร่วมมือกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีเมืองใหญ่ที่สำคัญหลายเมือง เช่น จาการ์ตา (เมืองใหญ่ที่สุดในภูมิภาค) กรุงเทพมหานคร นครราชสีมา เชียงใหม่ โฮจิมินห์ซิตี ฮานอย ปุตราจายา กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ บันดาร์เสรีเบกาวัน ภูเก็ต เป็นต้น

เอเชียใต้ หรือ ชมพูทวีป หรือ อนุทวีป เป็นทวีปที่อยู่ทางใต้ของทวีปเอเชีย เป็นต้นกำเนิดพุทธศาสนาและศาสนาพราหมณ์-ฮินดู เอเชียใต้มีพื้นที่ประมาณ 5,180,000 ตารางกิโลเมตร หรือร้อยละ 10 ของทวีปเอเชีย ภูมิภาคนี้ยังเป็นภูมิภาคที่มีประชากรมากที่สุดอีกแห่งหนึ่งของโลก มี

จำนวนประชากรกว่า 1 พันล้านคนอาศัยอยู่ในภูมิภาคนี้ ซึ่งคิดเปรียบเทียบเป็นสัดส่วนเท่ากับ 1 ใน 3 ของชาวเอเชียทั้งหมด หรือ 1 ใน 5 ของประชากรโลก อัตราความหนาแน่นของประชากรเท่ากับ 305 คนต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าอัตราความหนาแน่นโดยเฉลี่ยของประชากรโลกถึง 7 เท่า ประเทศที่มีประชากรมากที่สุด คือ ประเทศอินเดีย (1,198,003,000 คน) ลักษณะภูมิประเทศของเอเชียใต้ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง (เช่นที่ราบสูงเดกกันในประเทศอินเดีย) และ
ยังมีที่ราบลุ่มแม่น้ำที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น ได้แก่ ที่ราบลุ่มแม่น้ำคงคา (ในประเทศอินเดีย) ที่ราบลุ่มแม่น้ำสินธุ (ในประเทศปากีสถาน) และที่ราบลุ่มแม่น้ำพรหมบุตร (ในประเทศบังกลาเทศ) ทางตอนเหนือของเอเชียใต้ติดกับที่ราบสูงทิเบตและเทือกเขาหิมาลัย ทำให้มีอากาศหนาวเย็น

ด้านเศรษฐกิจ ทุกประเทศยังมีโครงสร้างส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรม อุตสาหกรรมยังไม่พัฒนามากนัก มีเพียงอินเดียชาติเดียวที่พัฒนาอุตสาหกรรมได้เจริญรุ่งเรือง เพราะได้รับการช่วยเหลือจากประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำของเอเชีย คือ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน นอกจากนี้ ภาษาที่ใช้ในเอเชียใต้มีมากถึง 800 ภาษา แต่ภาษากลางจะใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร เมืองที่ใหญ่ที่สุดของเอเชียใต้ คือ มุมไบ ซึ่งเป็นเมืองท่าทางตะวันตกของประเทศอินเดีย

เอเชียตะวันตกเฉียงใต้ หรือ ตะวันออกกลาง หรือ เอเชียตะวันตก มีพื้นที่ประมาณ 6,835,434 ตารางกิโลเมตร เป็นดินแดนที่ปกคลุมไปด้วยทะเลทรายแห้งแล้งกว้างใหญ่ ในภูมิภาคนี้ยังมีแม่น้ำสายสำคัญที่เป็นแหล่งอารยธรรมโลก คือ แม่น้ำไทกริส-ยูเฟรทีสในประเทศอิรัก เป็นบริเวณที่มีการทำการเกษตรได้ดีที่สุด ด้วยลักษณะทางกายภาพส่วนใหญ่เป็นทะเลทราย ดินแดนแถบนี้จึงอุดมไปด้วยทรัพยากรน้ำมัน ทำให้น้ำมันกลายเป็นสินค้าส่งออกหลักของประเทศในแถบนี้ อย่างไรก็ตาม เอเชียตะวันตกเฉียงใต้ยังให้กำเนิดศาสนาที่สำคัญ เช่น ศาสนาคริสต์ ศาสนายูดาย และศาสนาอิสลาม ถึงแม้ว่าดินแดนแถบนี้จะแห้งแล้ง แต่เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง เพราะมีอาณาเขตติดต่อกับทวีปแอฟริกาทางด้านตะวันตก และทวีปยุโรปทางตะวันตกเฉียงเหนือและทิศเหนือ ลักษณะภูมิประเทศของเอเชียตะวันตกเฉียงใต้ มีลักษณะส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง (เช่นที่ราบสูงอิหร่านและที่ราบสูงอานาโตเลีย) นอกจากนี้ ยังมีบริเวณที่เป็นคาบสมุทรที่สำคัญ คือ คาบสมุทรอาหรับ

ลักษณะทางเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้ คือ อุตสาหกรรมน้ำมัน (โดยเฉพาะประเทศซาอุดีอาระเบีย เป็นประเทศที่มีน้ำมันสำรองมากที่สุดในโลก) ประเทศที่มีความเจริญทางด้านอุตสาหกรรมมากที่สุดในภูมิภาคนี้ คือ ตุรกี

2. ลักษณะภูมิอากาศของทวีปเอเชีย

1. ภูมิอากาศแบบป่าดิบชื้น เขตภูมิอากาศแบบป่าดิบชื้นอยู่ระหว่างละติจูดที่ 10 องศาเหนือถึง 10 องศาใต้ ได้แก่ ภาคใต้ของประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ มีความแตกต่างของอุณหภูมิระหว่างกลางวันและกลางคืนไม่มากนัก มีปริมาณน้ำฝนมากกว่า 2,000 มิลลิเมตร (80 นิ้ว) ต่อปี และมีฝนตกตลอดปี

2. ภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อน หรือร้อนชื้นแถบมรสุม เป็นดินอด้นที่อยู่เหนือ ได้แก่ บริเวณ ละติจูด 10 องศาเหนือขึ้นไป มีฤดูแล้งและฤดูฝนสลับกันประมาณปีละ เดือน คาบสมุทรอินเดีย และคาบสมุทรอินโดจีน เขตนี้เป็นเขตที่ได้รับอิทธิพลของลมมรสุม ปริมาณน้ำฝนจะสูงในบริเวณด้านต้นลม (Winward side)และมีฝนตกน้อยในด้านปลายลม (Leeward side) หรือเรียกว่า เขตเงาฝน(Rain shadow)

3. ภูมิอากาศแบบทุ่งหญ้าเมืองร้อน มีลักษณะอากาศคล้ายเขตมรสุม มีฤดูแล้งกับฤดูฝน แต่ปริมาณน้ำฝนน้อยกว่า คือ ประมาณ 1,000-1,500 มิลลิเมตร (40-60 นิ้ว)ต่อปี อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 21 องศา เซลเซียส(70 องศาสฟาเรนไฮต์) อุณหภูมิกลางคืนเย็นกว่ากลางวัน ได้แก่ บริเวณตอนกลางของอินเดีย พม่า และคาบสมุทรอินโดจีน

4. ภูมิอากาศแบบมรสุมเขตอบอุ่น อยู่ในเขตอบอุ่นแต่ได้รับอิทธิพลของลมมรสุม มีฝนตกในฤดูร้อนฤดูหนาวค่อนข้างหนาว ได้แก่ บริเวณภาคตะวันตกของจีน ภาคใต้ของญี่ปุ่น คาบสมุทรเกาหลี ฮ่องกง ตอนเหนือของอินเดีย ในลาว และตอนเหนือของเวียดนาม

5. ภูมิอากาศแบบอบอุ่นภาคพื้นทวีป ได้แก่ทางเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศจีน เกาหลีเหนือ ภาคเหนือของญี่ปุ่น และตะวันออกเฉียงใต้ของไซบีเรีย มีฤดูร้อนที่อากาศร้อน กลางวันยาวกว่ากลางคืน นาน 5-6 เดือน เป็นเขตปลูกข้าวโพดได้ดี เพราะมีฝนตกในฤดูร้อน ประมาณ 750-1,000 มม.(30-40)นิ้วต่อปี ฤดูหนาวอุณหภูมิเฉลี่ยถึง 7 องศาเซลเซียส (18 องศาฟาเรนไฮต์) เป็นเขตที่ความแตกต่างระหว่างอุณหภูมิมีมาก

6. ภูมิอากาศแบบทุ่งหญ้ากึ่งทะเลทรายแถบอบอุ่น มีอุณหภูมิสูงมากในฤดูร้อน และอุณหภูมิต่ำมากในฤดูหนาว มีฝนตกบ้างในฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อน ได้แก่ ภาคตะวันตกของคาบสมุทรอาหรับตอนกลางของประเทศตุรกี ตอนเหนือของภาคกลางของอิหร่าน ในมองโกเลีย ทางตะวันตกเฉียงเหนือของจีน

7. ภูมิอากาศแบบทะเลทราย มี ความแตกต่างระหว่างอุณหภูมิกลางวันกับกลางคืน และฤดูร้อนกับฤดูหนาวมาก ได้แก่ ดินแดนที่อยู่ภายในทวีปที่มีเทือกเขาปิดล้อม ทำให้อิทธิพลจากมหาสมุทรเข้าไปไม่ถึง ปริมาณฝนตกน้อยกว่าปีละ 250 มม.(10นิ้ว) ได้แก่บริเวณคาบสมุทรอาหรับ ทะเลทรายโกบี ทะเลทรายธาร์ และที่ราบสูงทิเบต ที่ราบสูงอิหร่าน บริเวณที่มีน้ำและต้นไม้ขึ้น เรียกว่า โอเอซิส (Oasis)

8. ภูมิอากาศแบบเมดิเตอร์เรเนียน มีอากาศในฤดูร้อน ร้อนและแห้งแล้ง ในเลบานอน ซีเรียอิสราเอล และตอนเหนือของอิรัก

9. ภูมิอากาศแบบไทกา (กึ่งขั้วโลก) มีฤดูหนาวยาวนานและหนาวจัด ฤดูร้อนสั้น มีน้ำค้างแข็งได้ทุกเวลา และฝนตกในรูปของหิมะ ได้แก่ ดินแดนทางภาคเหนือของทวีปบริเวณไซบีเรีย

10. ภูมิอากาศแบบทุนดรา (ขั้วโลก) เขตนี้มีฤดูหนาวยาวนานมาก อากาศหนาวจัด มีหิมะปกคลุมตลอดปี ไม่มีฤดูร้อน

11. ภูมิอากาศแบบที่สูง ในเขตที่สูงอุณหภูมิจะลดลงตามระดับความสูงในอัตราความสูงเฉลี่ยประมาณ 1 องศาเซลเซียสต่อความสูง 10 เมตร จึงปรากฏว่ายอดเขาสูงบางแห่งแม้จะอยู่ในเขตร้อน ก็มีหิมะปกคลุมทั้งปี หรือเกือบตลอดปี ได้แก่ ที่ราบสูงทิเบต เทือกเขาหิมาลัย เทือกเขาคุนลุน และเทือกเขาเทียนชาน ซึ่งมีความสูงประมาณ 5,000-8,000 เมตร จากระดับน้ำทะเล มีหิมะปกคลุมและมีอากาศหนาวเย็นแบบขั้วโลก

3. ประเทศในทวีปเอเชีย

1. Afghanistan Islamic สาธารณรัฐอิสลามอัฟกานิสถาน คาบูล (Kabul)
2. Armenia สาธารณรัฐอาร์เมเนีย เยเรวาน (Yerevan)
3. Azerbaijan สาธารณรัฐอาเซอร์ไบจาน บา** (Baku)
4. Bahrain ราชอาณาจักรบาห์เรน มานามา (Manama)
5. Bangladesh สาธารณรัฐประชาชนบังกลาเทศ ธากา (Dhaka)
6. Bhutan Kingdom ราชอาณาจักรภูฏาน ทิมพู (Thimphu)
7. Brunei Darussalam เนการาบรูไนดารุสซาลาม บันดาร์เสรีเบกาวัน (Bandar Seri Begawan)
8. Cambodia Kingdom ราชอาณาจักรกัมพูชา พนมเปญ (Phnom Penh)
9. China สาธารณรัฐประชาชนจีน ปักกิ่ง (Beijing)
10. Cyprus สาธารณรัฐไซปรัส นิโคเซีย (Nicosia)
11. East Timor Democratic สาธารณรัฐประชาธิปไตยติมอร์-เลสเต ดิลี (Dili)
12. Georgia สาธารณรัฐจอร์เจีย ทบิลิซิ (Tbilisi)
13. India สาธารณรัฐอินเดีย นิวเดลี (New Delhi)
14. Indonesia สาธารณรัฐอินโดนีเซีย จาการ์ตา (Jakarta)
15. Iran Islamic สาธารณรัฐอิสลามอิหร่าน เตหะราน (Tehran)
16. Iraq สาธารณรัฐอิรัก แบกแดด (Baghdad)

17. Israel รัฐอิสราเอล เยรูซาเลม (Jerusalem),
18. Japan ญี่ปุ่น โตเกียว (Tokyo)
19. Jordan Hashemite Kingdom ราชอาณาจักรฮัชไมต์จอร์แดน อัมมาน (Amman)
20. Kazakhstan สาธารณรัฐคาซัคสถาน อัสตานา (Astana)
21. North Korea สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี เปียงยาง (Pyongyang)
22. South Korea สาธารณรัฐเกาหลี โซล (Seoul)
23. Kuwait รัฐคูเวต คูเวตซิตี (Kuwait City)
24. Kyrgyzstan สาธารณรัฐคีร์กีซ บิชเคก (Bishkek)
25. Laos สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เวียงจันทน์ (Vientiane)
26. Lebanon สาธารณรัฐเลบานอน เบรุต (Beirut)
27. Malaysia มาเลเซีย กัวลาลัมเปอร์ (Kuala Lumpur)
28. Maldives สาธารณรัฐมัลดีฟส์ มาเล (Malé)
29. Mongolia มองโกเลีย อูลานบาตอร์ (Ulaanbaatar)
30. Myanmar สหภาพพม่า เนปีดอ (Naypyidaw)
31. Nepal Federal สหพันธ์สาธารณรัฐประชาธิปไตยเนปาล กาฐมาณฑุ (Kathmandu)
32. Oman รัฐสุลต่านโอมาน มัสกัต (Masqat; Muscat)
33. Pakistan สาธารณรัฐอิสลามปากีสถาน อิสลามาบัด (Islamabad)
34. Philippines สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ มะนิลา (Manila)
35. Qatar State รัฐกาตาร์ โดฮา (Doha)
36. Saudi Arabia Kingdom ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ริยาด (Riyadh)
37. Singapore สาธารณรัฐสิงคโปร์ สิงคโปร์ (Singapore)
38. Sri Lanka สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาธิปไตยศรีลังกา โกตเต (Kotte),
39. Syria Syrian สาธารณรัฐอาหรับซีเรีย ดามัสกัส (Damascus)
40. Tajikistan สาธารณรัฐทาจิกิสถาน ดูชานเบ (Dushanbe)
41. Thailand Kingdom of Thailand ราชอาณาจักรไทย กรุงเทพมหานคร (Bangkok; Krung Thep Maha Nakhon)
42. Turkey สาธารณรัฐตุรกี อังการา (Ankara)
43. Turkmenistan เติร์กเมนิสถาน อาชกาบัต (AŞgabat)

44. United Arab Emirates สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อาบูดาบี (Abu Dhabi)

45. Uzbekistan สาธารณรัฐอุซเบกิสถาน ทาชเคนต์ (Tashkent)

46. Vietnam สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ฮานอย (Hanoi)

47. Yemen สาธารณรัฐเยเมน ซานา (Sanaá; San'a)

4. ลักษณะทางสังคมวัฒนธรรมของทวีปเอเชีย

ประชากร การกระจายของประชากร ย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ กล่าวคือ บริเวณที่ประชากรเบาบางเป็นบริเวณที่แห้งแล้ง และหนาวเย็นเกินไป เช่น ในไซบีเรียและภาคกลางของทวีปหรือเป็นบริเวณที่เป็นภูเขาสูงสลับสับซ้อน ได้แก่ เขตทะเลทรายในเอเชียตะวันตกเฉียงใต้ ส่วนบริเวณที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น ได้แก่ บริเวณชายฝั่งมหาสมุทรและตามลุ่มแม่น้ำต่าง ๆ เช่น ลุ่มแม่น้ำฮวงโฮ ลุ่มแม่น้ำแยงซีเกียง ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ลุ่มแม่น้ำคงคา ลุ่มแม่น้ำพรหมบุตร ลุ่มแม่น้ำสินธุ เป็นต้น และในเกาะบางเกาะที่มีดินอุดมสมบูรณ์ เช่น เกาะของประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น เป็นต้น

เชื้อชาติ ทวีปเอเชียเป็นทวีปที่มีขนาดใหญ่และมีประชากรมากที่สุดประกอบด้วยหลายเชื้อชาติด้วยกัน ได้แก่

เชื้อสายมองโกลอยด์ แบ่งออกเป็น 2 พวก คือ พวกมองโกลอยด์เหนือ เป็นประชากรส่วนใหญ่ของทวีปเอเชีย ได้แก่ ชาวทิเบต ชาวจีน ชาวญี่ปุ่น และชาวเกาหลี และพวกมองโกลอยด์ใต้ อยู่ทางใต้และตะวันออกเฉียงใต้ของทวีปเอเชียได้แก่ ชาวไทย พม่า ลาว เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย รวมทั้งชนกลุ่มน้อยแถบภูเขาในประทศไทย พม่า ลาว เวียดนาม และชนกลุ่มน้อยในหมู่เกาะของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เชื้อสายคอเคซอยด์ เป็นพวกผิวขาว หน้าตารูปร่างสูงใหญ่อย่างชาวยุโรปแต่ตาและผมมีสีดำ ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเอเชียตะวันตกเฉียงใต้และทางภาคเหนือของอินเดีย ได้แก่ ชาวอาหรับ ชาวปากีสถาน ชาวอินเดีย และประชากรในประเทศเนปาล และภูฏาน

เชื้อสายนิกรอยด์ เป็นชาวเอเชียผิวดำ ได้แก่ ชาวพื้นเมืองทางภาคใต้ของอินเดีย (ดราวิเดียน) และชาวพื้นเมืองที่อาศัยอยู่ในส่วนต่าง ๆของเอเชีย ได้แก่ พวกเงาะซาไก เซมัง ปาปวน ส่วนใหญ่พวกนี้มีรูปร่างค่อนข้างเล็ก ผมหยิก ได้แก่ประชากรที่อาศัยทางภาคใต้ของอินเดีย ในศรีลังกา ในคาบสมุทรมลายูและในหมู่เกาะต่าง ๆของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ภาษา ทวีปเอเชียมีภาษาที่ใช้กันนับพันภาษาซึ่งจำแนกเป็น 8 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

กลุ่มภาษาตุรคิก ใช้กันทางภาคใต้ของสหพันธรัฐรัสเซีย

กลุ่มภาษาสลาวิกเป็นภาษาของชาวรัสเซียกลางและตะวันตกเฉียงใต้

กลุ่มภาษาตุงกูสิก ใช้กันทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน

กลุ่มภาษาจีน เป็นกลุ่มภาษาที่ประชากรส่วนใหญ่ของทวีปเอเชียใช้พูดกัน และภาษาจีนกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งเป็นภาษาที่ใช้กันในประเทศจีน เวียดนาม เกาหลี ญี่ปุ่น

กลุ่มภาษาอินโด-อารยัน เป็นกลุ่มภาษาในเอเชียใต้

กลุ่มภาษาอิเรเนียน เป็นกลุ่มภาษาที่ใช้พูดกันแถบที่ราบสูงอิหร่าน

กลุ่มภาษาทิเบต-พม่า ได้แก่ภาษาทิเบต และภาษาของประเทศต่าง ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

กลุ่มภาษามองโกล ได้แก่ภาษามองโกเลีย และภาษาที่ใช้กันในไซบีเรียของสหพันธรัฐรัสเซียปัจจุบันนี้ภาษาในทวีปเอเชียบางกลุ่มมีผู้ใช้มากขึ้นเช่นภาษาของจีน โดยเฉพาะภาษาแมนดาริน ขณะเดียวกันภาษาบางกลุ่มกลับมีจำนวนผู้ใช้น้อยลงเช่นกลุ่มภาษาตุงกูสิกที่ใช้กันทางตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ส่วนอินเดียมีภาษาถิ่นมากมายและเคยตกเป็นอาณานิคมของอังกฤษเป็นเวลานาน รัฐบาลจึงให้ใช้ภาษาอังกฤษและภาษาฮินดีเป็นภาษาทางราชการ

ศาสนา ศาสนาที่สำคัญของโลกทุกศาสนาต่างเกิดขึ้นในทวีปเอเชีย ซึ่งมีแหล่งกำเนิดดังนี้ เอเชียตะวันตกเฉียงใต้ เป็นต้นกำเนิดของศาสนายูดาย ศาสนาคริสต์และอิสลาม ศาสนายูดายเป็นศาสนาเก่าแก่ที่สุดในเอเชียตะวันตกเฉียงใต้ และเป็นต้นกำเนิดของ ศาสนาคริสต์ ซึ่งเป็นศาสนาที่มีผู้นับถือมากที่สุดในโลกขณะนี้ โดยได้เผยแผ่ไปสู่ยุโรป และซีกโลกตะวันตกอื่น ๆ และชาวยุโรปนำมาเผยแผ่สู่ทวีปเอเชียอีกครั้งหนึ่ง ศาสนาอิสลาม เกิดภายหลังศาสนาคริสต์ประมาณ 600 ปี เป็นศาสนาที่สำคัญของเอเชียตะวันตกเฉียงใต้ ปัจจุบันศาสนานี้ยังได้เผยแผ่เข้าสู่ภาคเหนือของอินเดีย ดินแดนทางตอนเหนือของอ่าวเบงกอล คาบสมุทรมลายู และประเทศอินโดนีเซีย

เอเชียใต้ เป็นแหล่งกำเนิดศาสนาฮินดูและศาสนาพุทธ ศาสนาฮินดู มีความเชื่อมาจากศาสนาพราหมณ์ ซึ่งเป็นศาสนาเก่าแก่ของโลกเมื่อประมาณ 5000ปี และเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตของชาวอินเดีย กระทั่งถึงปัจจุบันนี้ ส่วน พระพุทธศาสนาเกิดก่อนศาสนาคริสต์ประมาณ 500 ปี และถึงแม้จะเกิดในอินเดีย แต่ก็มีชาวอินเดียนับถือพระพุทธศาสนาน้อย แต่มีผู้นับถือกันมากในทิเบต ศรีลังกา พม่า ไทย ลาว และกัมพูชา

เอเชียตะวันออก เป็นแหล่งกำเนิดของลัทธิขงจื้อ เต๋า และชินโต ต่อมาเมื่อพระพุทธศาสนาได้เผยแผ่เข้าสู่จีน ก็ปรากฏว่า หลักธรรมของศาสนาพุทธสามารถผสมผสานเข้ากับคำสอนของขงจื้อ ได้ดี ส่วนในญี่ปุ่นพระพุทธศาสนายังมีปัญหากับปรัชญาและความคิดในศาสนาชินโตอยู่บ้าง

ลักษณะการเมืองการปกครองของทวีปเอเชียในยุคราชวงศ์เมารยะซึ่งปกครองอาณาจักรอินเดียอันกว้างใหญ่ไพศาล ได้ใช้วิธีการปกครองที่กษัตริย์ทรงมีอำนาจเด็ดขาดการปกครองซึ่งเป็นผลจากการรับแนวคิดจากคัมภีร์อรรถศาสตร์ที่ว่าด้วยการสร้างและรักษาอำนาจการ

ใช้วิเทโศบายทางการเมืองต่าง ๆ เพื่อเอาชนะศัตรูในด้านการบริหารงานราชการแผ่นดิน แบ่งเป็น 3 ฝ่ายคือ

ฝ่ายตุลาการ มีกษัตริย์เป็นประมุข

ฝ่ายทหาร มีกษัตริย์เป็นจอมทัพ ควบคุมกองทหารต่าง ๆ

ฝ่ายพลเรือน ประกอบด้วยข้าราชการส่วนกลาง และหัวเมืองโดยราชการส่วนกลาง แบ่งเป็น 5 หน่วยตามประเภทงาน คือ

1. หน่วยดูแลชาวต่างชาต
2. หน่วยจัดทำทะเบียนประชาก
3. หน่วยดูแลการค้าขาย
4. หน่วยทำหน้าที่เก็บเป็นต้นส่วนหัวเมืองแบ่งแคว้นเรียกว่า เทศาแต่ละ เทศาแบ่งย่อยออกไปจนถึงหมู่บ้านตามลำดับ ผู้ปกครองประเทศ เรียกว่า ราชาหรืออุปราชที่อาจเป็นพระราชวงศ์หรือขุนนางผู้ใหญ่ขึ้นตรงต่อกษัตริย์นอกจากนี้ส่วนกลางยังแต่งตั้งข้าราชการจากเมืองหลวง
5. หน่วยสืบราชการลับคอยสอดส่องการปฏิบัติงานของขุนนางหัวเมืองนอกจากดูแลความสงบเรียบร้อยแล้วยังมีการ พัฒนาด้านต่าง ๆ การชลประทาน การทำเหมืองแร่ การทำป่าไม้ เป็นต้น

รัชสมัยพระเจ้าอโศกมหาราช ในระยะต้นราชการ พระองค์ยังคงใช้วิธีการปกครองตามแนวของคัมภีร์อรรถศาสตร์ของฮินดู แต่เมื่อทรงเปลี่ยนมานับถือพระพุทธศาสนาพระองค์ทรงเปลี่ยนวิธีการปกครองโดยใช้หลักธรรมในพระพุทธศาสนาเป็นแนวทาง โดยกษัตริย์มีฐานะเป็น “ ธรรมราชา ”และไม่ยึดมั่นในระบบวรรณะอย่างเคร่งครัด

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการศึกษา ผลงานแนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลาย ไว้ดังนี้

2.2.1 แนวคิดและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังจะพัฒนา นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างนานาชาติ ซึ่งการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางการท่องเที่ยวหลายอย่างที่ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแยกกันไม่ได้ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจ

คมนาคม หรือสถานที่อำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อเป็นการบริการแก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง

2.2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

คำว่า “การท่องเที่ยว” หลายคนอาจนึกถึงคำว่า การเดินทาง ไปเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ หรือเพื่อไปร่วมกิจกรรมบางอย่าง เยี่ยมเยือนญาติมิตร ไปประชุมหรือบางคนอาจจะนึกถึงชาวต่างประเทศสะพายกระเป๋า เดินอยู่กลางถนน นอนอาบแดดอยู่ริมชายหาด ดังนั้นจึงพบว่ากิจกรรมการเดินทางนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่สมัยโบราณ (เลิศพร ภาระสกุล และคณะ, 2551 : 1)

อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาในเรื่องความหมายและพฤติกรรมแล้วการท่องเที่ยวกับการเดินทางแตกต่างกัน ในพจนานุกรมการท่องเที่ยว (The Dictionary of Tourism) ได้ให้ความหมายการเดินทางว่า “การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่าง ๆ กัน หรือบางครั้งเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมายังสถานที่เดิม (Stevens, 1990 : 3)

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวที่เป็นสากล (World Tourist Organization : WTO, 1981) ซึ่งเป็นเครือหนึ่งของสหประชาชาติได้บัญญัติขึ้น หมายถึงการเดินทางใด ๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพและการหารายได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างเพราะมิได้หมายความเฉพาะเพียงการเดินทาง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อทางธุรกิจ ตลอดจนเยี่ยมญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ (นิคม จารุมณี, 2535)

Davidson (1995 : 2) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะสั้น เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตรหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน การกีฬา กระประชุม สัมมนา เป็นต้น

Holloway (1983 : 3) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การที่คนเดินทางออกจากที่พัก หรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้นและคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทางต้องการไปเยี่ยมญาติมิตรหรือท่องเที่ยว

Mill (1990 : 359) ได้กล่าว การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจการบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

Coltman (1989 : 3) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังกล่าวแล้วต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่พำนักหนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง เป็นการเดินทางแต่เพียงชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมเยือนญาติมิตร และหาประสบการณ์ใหม่ ๆ หรือเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ โดยมีอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง อาทิเช่น การใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ แต่มิใช่การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพแต่อย่างใด

2.2.1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

เลิศพร ภาระสกุล และคณะ (2551) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากสาเหตุ 3 ประการใหญ่ ๆ คือ

1. เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและพักผ่อน (Holiday) เป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ต้องการความเพลิดเพลิน สนุกสนาน รื่นเริง อาทิ เช่น การเดินทางไปอาบแดด ชายทะเล การเดินทางไปเล่นน้ำตก การเดินทางไปสวนสนุก เป็นต้น
2. เพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางที่ควบคู่ไปกับการทำงานแต่มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้จากสถานที่ที่ไปท่องเที่ยวนั้น รวมถึงการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและจัดนิทรรศการ อาทิเช่น การเดินทางไปประชุมเกี่ยวกับวาระต่าง ๆ การเดินทางไปร่วมงานจัดแสดงสินค้า การเดินทางไปสำรวจตลาด เป็นต้น
3. เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์เฉพาะที่นอกเหนือจากการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ 2 ประการข้างต้น อาทิเช่น การเดินทางไปศึกษาธรรมชาติศิลปวัฒนธรรม การเดินทางไปเผยแผ่ศาสนา การเดินทางไปรักษาโรคภัยไข้เจ็บ เป็นต้น

Davidson (1995 : 2-3) ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการเช่นเดียวกัน

1. การท่องเที่ยวในเวลาว่าง (Leisure Tourism) ได้แบ่งวัตถุประสงค์หลักของการ

ท่องเที่ยวออกเป็น ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวในวันหยุด เช่น การเดินทางไปพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

1.2 การเล่นกีฬา เช่น ขี่ม้า การล่องเรือ ฯลฯ

1.3 การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปะวัฒนธรรม

1.4 การเยี่ยมญาติมิตร

2. การท่องเที่ยวทางธุรกิจ (Business Tourism) การท่องเที่ยวทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น ดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการติดต่อทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมชมสินค้าหรือซื้อสินค้า

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อชมการแสดงสินค้า

2.3 การประชุมทางด้านธุรกิจ

3. การท่องเที่ยววัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้แก่ การศึกษาเล่าเรียนในระยะเวลาสั้น ๆ ประมาณไม่เกิน 2 เดือน การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การท่องเที่ยวเพื่อศาสนกิจ

2.2.1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การแบ่งตามสากล การแบ่งตามลักษณะการจัดากรเดินทางและการแบ่งตามจุดหมายของการท่องเที่ยว

1. การแบ่งตามสากล ได้แก่การแบ่งโดยใช้ประเทศเป็นตัวกำหนด ได้แก่

1.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) หมายถึง ผู้ที่อาศัยภายในประเทศนั้น ๆ เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของตนเอง

1.2 การท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศ (Inbound Tourism) หมายถึง ผู้ที่มีถิ่นพำนักอาศัยที่อื่นเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศนั้น ๆ

1.3 การท่องเที่ยวนอกประเทศ (Outbound Tourism) หมายถึง ผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศหนึ่งเดินทางออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ

2. การแบ่งตามลักษณะของการจัดการเดินทาง แบ่งออกเป็น

2.1 การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะหรือเรียกว่า “Group Inclusive Tour : GIT” การท่องเที่ยวลักษณะแบบหมู่คณะสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ กรุ๊ปเหมา และกรุ๊ปจัด กรุ๊ปเหมา คือ การท่องเที่ยวของคณะนักท่องเที่ยวซึ่งมีความสัมพันธ์กัน อาจจะเป็นทางด้านส่วนตัวหรือหน้าที่การงานเดินทางร่วมกันมีความต้องการคล้ายคลึงกัน ส่วนกรุ๊ปจัด คือ การเดินทางของ

คณะนักท่องเที่ยวซึ่งไม่มีความสัมพันธ์ทั้งทางด้านส่วนตัวและด้านหน้าที่การงาน แต่มีความต้องการที่จะเดินทางร่วมกันไปยังสถานที่เดียวกัน โดยที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะซื้อโปรแกรมนำเที่ยว (Package Tour) ที่ถูกจัดไว้ เมื่อถึงเวลาตามกำหนด จึงออกเดินทางพร้อมกัน

2.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ หรือที่เรียกว่า Foreign Individual Tourism : FIT คือการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการความเป็นอิสระ และมักเดินทางตามลำพัง นักท่องเที่ยวอาจจะวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง หรือใช้บริการบริษัทนำเที่ยวก็ได้

3. การแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

การแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง จำเป็นต้องพิจารณาถึงกิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ณ สถานที่นั้น ๆ เป็นหลัก อาจแบ่งออกได้เป็น

1. การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อน
2. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ
3. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์พิเศษ กิจกรรมที่เกิดขึ้นมีหลาย

รูปแบบ สามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

ก. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ข. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา

ค. การท่องเที่ยวเชิงศิลปะวัฒนธรรม

ง. การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น

จ. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่จัดแบ่งตามสากล คือ การท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทย (Inbound Tourism) โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่างชาวยุโรปกับชาวเอเชีย ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ หรือ 3As (Davidson, 1995 : 4) ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Sites) และเหตุการณ์ (Event)

สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Comforts) ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยว หรือคนเดิน

ทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานในการผลิต (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้สิ่งก่อสร้างอื่น ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก โรงพยาบาล ฯลฯ ตลอดจนระบบการกำจัดของเสียก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่กันไปกับแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง (Route) พาหนะ (The Vehicle) สถานี (Station) และผู้ประกอบการ (Investor) การขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของ ไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทางหรือท่อลำเลียง

2.2.1.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่มีอยู่แล้วในทุกประเทศ ไม่ว่าประเทศนั้นจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วหรือเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาอยู่ก็ตาม หากกล่าวถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวเรามักจะนึกถึงภูมิทัศน์ที่งดงามประเภท ภูเขา แม่น้ำ หรือหาดทราย ความงามของธรรมชาติเหล่านี้ เป็นที่กล่าวขานต่อ ๆ กัน ไปจนทำให้สถานที่นั้นมีชื่อเสียง และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญขึ้นมา แต่ในปัจจุบันนี้ เราคงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าเมืองใหญ่ ๆ อย่างลอนดอน ปารีสและโตเกียวกลายเป็นสถานที่ที่ผู้คนมากมายหลั่งไหลไปเที่ยวในแต่ละปี หรือแม้แต่งานแสดงสินค้านานาชาติที่จัดขึ้นตามเมืองใหญ่ ๆ ของโลกล้วนได้รับความสนใจจากผู้คนเข้าชมเป็นจำนวนมาก

ดังนั้น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจึงมีความหมายครอบคลุมถึงสิ่งต่าง ๆ อย่างกว้าง ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้น เป็นสิ่งที่ได้รับการโฆษณา เผยแพร่ให้กลายเป็นสิ่งที่ผู้คนรู้สึกต้องการไปเที่ยวชมมากกว่าจะให้เป็นแค่เพียงทรัพยากรที่มีอยู่อย่างนั้นโดยไม่ได้ใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของ “ทรัพยากรการท่องเที่ยว” ไว้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน เพิ่มพูนความรู้ตลอดจนทัศนคติที่กว้างขวาง และเป็นทรัพยากรที่สงวนไว้มี 2 ประเภท คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ สภาพธรรมชาติที่มีความสวยงามน่าสนใจ เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก หาดทราย ทะเล เกาะ ระบบนิเวศน์ เป็นต้น

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ สิ่งที่เกี่ยวเนื่องทางประวัติศาสตร์

โบราณสถาน โบราณคดี และศาสนสถาน ตลอดจนศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมต่าง ๆ ที่แสดงออกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และการประพฤติปฏิบัติที่ยึดถือสืบทอดต่อกันมา

2.2.1.5 ทรัพยากรการท่องเที่ยวปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

การที่บนโลกมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันจึงทำให้เกิดภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ประกอบกับการที่มนุษย์มักต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังบริเวณที่มีสภาพแวดล้อมแตกต่างจากที่ตนเองอาศัยอยู่ จึงเห็นได้ว่าปัจจัยทางภูมิศาสตร์และปัจจัยทางวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่ช่วยดึงดูดและผลักดันให้นักท่องเที่ยวแต่ละคนเดินทางออกมาจากแหล่งที่ตนเองอาศัยอยู่

1. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์

เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างสรรค์ภูมิทัศน์ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก ซึ่งปัจจัยสำคัญเหล่านี้ ได้แก่

1.1 ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิประเทศที่ปรากฏอยู่ตามส่วนต่าง ๆ ของโลกจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของเปลือกโลกซึ่งแต่ละส่วนของโลกมีการเปลี่ยนแปลงไม่เท่ากันและไม่เหมือนกัน ลักษณะภูมิประเทศจึงแตกต่างกัน

1.2 ลักษณะภูมิอากาศ พื้นที่ที่ตั้งอยู่แตกต่างกันจะมีสภาพภูมิอากาศที่แตกต่างกันและสภาพอากาศที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่อาจทำให้พบสภาพภูมิประเทศที่สวยงามแตกต่างกัน

2. ปัจจัยทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรม คือ วิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคม ซึ่งแต่ละชาติจะมีวัฒนธรรมที่แตกต่าง การที่วัฒนธรรมแตกต่างกันย่อมเป็นสิ่งดึงดูดใจและส่งเสริมให้กับคนต่างวัฒนธรรมเข้ามาเที่ยวชมความแตกต่าง เช่น วิธีกิน วิธีอยู่ การแต่งกาย วิธีสื่อความหมาย ศิลปะ ประเพณี การประกอบอาชีพ และวิถีชีวิตอื่น ๆ เป็นต้น

2.2.1.6 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 5 ประการ หรือที่เรียกกันว่า 5 As ได้แก่

1) ความดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสนอหาเฉพาะตัว อันมีสาเหตุมาจาก

มีความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่าง ๆ ป่าไม้ พรรณไม้ชนิดต่าง ๆ หรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา

2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง การที่จะดึงดูดความสนใจของเหล่านักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวหากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยงมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างการคมนาคมที่สะดวกสบาย

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใด

สถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการ ก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบการสื่อสารต่าง ๆ

4) ที่พัก (Accommodation) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวนั้นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการคือ ที่พักแรมเนื่องจากในการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้นบางครั้งอาจมีการนอนพักค้างคืนภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวควรมีการจัดบริการ ที่พักแรมภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

5) กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การล่องแก่ง การพายเรือ หรือกิจกรรมการร่ายรำ การจัดงานรื่นเริงการบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น องค์ประกอบที่กล่าวมาทั้ง 5 ประการดังกล่าว เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะ เช่น กลุ่มอนุรักษา กลุ่มนักผจญภัย กลุ่มนักวิชาการ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไม่ให้ความสนใจกับสิ่งอำนวยความสะดวกนัก เนื่องจากกลุ่มบุคคลดังกล่าวต้องการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมเดิม

2.2.1.7 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสานของสินค้าและการบริการชนิดต่าง ๆ เข้าด้วยกันผลผลิตทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของการบริการต่าง ๆ เช่น การบริการที่พัก การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การบริการทางด้านการ

ขนส่งการบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ดังนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงแยกออกเป็น 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบหลักและองค์ประกอบเสริม ดังนี้

2.2.1.8 องค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่คอยบริการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ถ้าหากว่าไม่มีนักท่องเที่ยวก็จะไม่มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น หากแหล่งท่องเที่ยวใดมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จะก่อให้เกิดกิจกรรมและการบริการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น องค์การสหประชาชาติ ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี ค.ศ.1963 ได้กำหนดให้เรียกรวมกับนักเดินทางทั้งหมดว่า“ผู้มาเยือน” (Visitor) ซึ่งหมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งที่มิใช่ที่อยู่อาศัยของตน ด้วยเหตุผลใดก็ตาม ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ดังนั้น คำว่า ผู้มาเยือนจึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยว (Tourist)คือ ผู้มาเยือนชั่วคราว ที่มาพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี และจะต้องเป็นการมาเยือนด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น การติดต่อธุรกิจ การศึกษา การพักผ่อนหย่อนใจการเยี่ยมญาติมิตร การประชุมสัมมนา การกีฬา เป็นต้น แต่มิใช่เดินทางมาเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ หรือไปอยู่ประจำ ได้แก่ ผู้ที่ถือสัญชาติของประเทศนั้น ผู้ที่ไม่มีถิ่นพำนักอยู่ในสถานที่ที่ไปเยือน ผู้ที่เป็นลูกเรือและได้เข้าไปพักค้างคืน

ประเภทที่ 2 นักทัศนาจร (Excursionist) คือ ผู้มาเยือนชั่วคราว ที่เข้าไป อยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมงและมิได้พักค้างคืน อันได้แก่ ผู้โดยสารเรือสำราญหรือเรือเดินสมุทรที่มาแวะพักชั่วคราว หรือผู้มาเยือนที่เดินทางออกจากที่นั้นภายในวันเดียวและผู้ที่เป็นลูกเรือ ซึ่งมิได้มีถิ่นอาศัย ณ สถานที่นั้น ๆ และแวะพักเพียงชั่วคราวไม่เกิน 24 ชั่วโมง สำหรับประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ได้กำหนดความหมายของ “ผู้มาเยือน”หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท่องถิ่นที่อยู่อาศัยปกติของตน ไปยังท่องถิ่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่มิใช่เพื่อการ ประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งได้มีการกำหนดคำนิยามของผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวสำหรับเก็บรวบรวมสถิติ โดยมีการปรับให้มีความเหมาะสมกับประเทศไทย และให้สอดคล้องกับระยะเวลาสูงสุดที่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพักอาศัยอยู่ในประเทศไทยตามข้อกำหนดการตรวจลงตราหนังสือเดินทาง (Visa) ของสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ดังนี้

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) คือ ผู้ที่มิได้มีถิ่นพำนัก

ถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อนศึกษาหาความรู้ เยี่ยมญาติมิตรซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยอย่างน้อย 1 คืนในแต่ละครั้ง แต่ไม่เกิน 60 วัน

นักทัศนาจรระหว่างประเทศ (International Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทย โดยมิได้ค้างคืน

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีถิ่นพำนักอย่างถาวรในราชอาณาจักรไทยและเดินทางจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่งที่อยู่ภายในราชอาณาจักรไทย เช่น พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษา เยี่ยมญาติมิตร ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางออกจากที่พักของตนไปท่องเที่ยวภายในประเทศ ไม่น้อยกว่า 1 คืน

นักทัศนาจรภายในประเทศ (Domestic Excursionist) คือนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มิได้พักค้างคืนนอกที่อาศัยในปัจจุบัน

2.2.1.9 องค์ประกอบสนับสนุนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันข้อมูลข่าวสาร มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากการได้รับข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสารแผ่นพับ หนังสือ โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา นอกจากนี้ยังมีข้อมูลข่าวสารสำหรับคนในท้องถิ่น เช่น ข่าวสารด้านการตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ข่าวสารด้านความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ข่าวสารด้านการปฏิบัติตนเป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นต้น

ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง ในปัจจุบันปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปหรือไม่ไปในประเทศใดประเทศหนึ่ง เกิดขึ้นจากความปลอดภัยภายในประเทศนั้น ๆ เช่น มีการก่อการร้าย สงครามกลางเมือง การลอบวางระเบิดในสถานที่สำคัญต่าง ๆ หรือมีสถิติว่าเกิดอาชญากรรมสูง ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว อีกด้านหนึ่งที่สำคัญก็คือ การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองเพราะจะเป็นปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวก้าวเข้ามาในประเทศแล้วจะเกิดความประทับใจจากการบริการของเจ้าหน้าที่ นักท่องเที่ยวจะสัมผัสได้จากการให้การต้อนรับที่ดี เช่น สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานระหว่างประเทศ เป็นต้น

โครงสร้างพื้นฐานเป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนทางการท่องเที่ยว ที่ทำให้การท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี อันประกอบไปด้วย ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบขนส่งสาธารณะ ระบบสาธารณสุข ระบบการสื่อสาร องค์ประกอบเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ และสามารถทำให้การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลและหน่วยงานเอกชน ภาครัฐบาลจะต้องมีการประสานความร่วมมือกันในการให้นโยบาย กระตุ้นและส่งเสริมในการประกอบธุรกิจของเอกชนและการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ภาคเอกชนก็จะดำเนินงานในด้านสินค้าและบริการของตนเองให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพ เป็นที่น่าเชื่อถือต่อนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, (2548)

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.2.2.1 แนวคิดและความสำคัญของความพึงพอใจ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2540) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจไว้ว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึก ความคิดเห็น หรือความพอใจแก่มนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร หรือสิ่งเร้าการวิเคราะห์ระบบความพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน แต่เนื่องจากทรัพยากรในโลกนี้มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีการจัดการทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสมสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นทรัพยากรของระบบความพอใจอย่างหนึ่ง ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพสามารถศึกษาได้อย่างชัดเจน เมื่อแยกออกเป็นการตอบรับ (Response) และปฏิกิริยา (Reaction) ของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปฏิกิริยาต่อสภาพแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางชีวะภาพหรือสรีระ ซึ่งสามารถวัดได้ง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเต้นของหัวใจ อุณหภูมิของร่างกาย ฯลฯ ในขณะที่การตอบรับ หมายถึง การรับรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งรวมเรียกว่า การตอบรับทางสังคม จิตวิทยาและพฤติกรรม (Social-psychological and behavioural response) ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการตอบรับในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่

1. ลักษณะของบุคคลผู้ตอบรับสภาพแวดล้อม
2. ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดการตอบรับ
3. การรับรู้ของบุคคล

4. การประเมินสภาพแวดล้อมของบุคคล

5. ความพอใจในสภาพแวดล้อม

6. พฤติกรรมของบุคคลเนื่องมาจากสภาพแวดล้อม

ปัจจัย 2 กลุ่มแรก เป็นสิ่งที่ป้อนเข้าระบบ โดยลักษณะของบุคคลรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ด้านประชากรศาสตร์ พื้นฐานทางสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบของวงจรชีวิต ส่วนปัจจัย 4 กลุ่มหลังเป็นผลที่ส่งออกมาจากระบบ การที่บุคคลจะรับสภาพแวดล้อมใด ๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพและมาตรฐานของบุคคลนั้น การประเมินผลความพึงพอใจในกายภาพของบุคคลมาจากการรับรู้พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลก็เกิดจากการรับรู้ การประเมินผลการแสดงออกนี้จะสะท้อนว่า บุคคลนั้นมีความพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นหรือไม่

ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้มีความเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539 : 24-37) ซึ่งลักษณะทั่วไปมีดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงทางอารมณ์ และความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นกับสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การรับรู้ เรียนรู้ สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เป็นเช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของการของการบริการหรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่าง ๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์บริการก่อนที่ประชาชนจะมาใช้บริการใดก็ตามมักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกรับของผู้อื่น การรับทราบข้อมูล การรับประกันบริการจากการโฆษณาการให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการ ใช้เปรียบเทียบกับการบริการก่อนที่จะได้รับบริการ หรือคาดหวังในสิ่งที่ควรจะได้รับนี้ มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาการเผชิญความจริงหรือการพบปะระหว่างผู้ใช้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังที่ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้นจะ

ชี้ให้เห็นระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยก็ได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปทางบวกแสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

วารินทร์ สินสูงสุด และวันทิพย์ สินสูงสุด (2541) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการ ความพึงพอใจขึ้นอยู่กับการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์โดยถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่คาดหวัง แสดงว่าลูกค้าพึงพอใจแต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้แสดงว่าไม่พึงพอใจ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้าไว้ว่า การประเมินสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ว่าได้ตอบสนองความต้องการของตนได้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าได้ตามที่ตั้งความหวังไว้ ลูกค้าจะมีความพึงพอใจ

ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์ (2549) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือการวัดผลการดำเนินงานถึง “ผลิตภัณฑ์โดยรวม (Total Product)” ในองค์การว่า สามารถทำงานได้เป็นอย่างไรบ้างเมื่อเปรียบเทียบกับความต้องการของลูกค้า

Vroom (1964) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า หรือบริการในทางบวก

Shelly (1975) ได้กล่าวไว้ว่า ความพอใจเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึก 2 แบบของมนุษย์คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวก คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข เห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความทุกข์ความกังวล

Shelly (1975:252-268) อ้างถึงในพัสตร์ หิรัญญการ, 2554) กล่าวว่า ทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึก 2 แบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ เซลลี่ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกสลับซับซอน และความรู้สึกนี้จะมักส่งผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

Oliver (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการทางอารมณ์โดยรวม ที่รับรู้ได้ถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการบริโภค และการรับรู้ผลหลังการบริโภค

Westbrook (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง จิตใจของแต่ละบุคคลในการประเมินผลจากผลลัพธ์ หรือจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า หรือการใช้บริการ

Bolton & Drew (1991) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้รับจาการซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคมักจะนำมาเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนที่ได้รับกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายออกไป

Kotler (2000) กล่าวว่าความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้า หรือบริการกับความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะใช้หรือได้รับสินค้า หรือบริการนั้น ๆ

2.2.2.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ

ดนัย เทียนพุฒ (2543 : 26) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า จะช่วยส่งผลต่อกำไรกับธุรกิจ ใน 4 ด้วยกัน คือเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ

1. สร้างการส่งเสริมการขายเชิงบวกแบบปากต่อปาก
2. เพิ่มการจ่ายเพิ่มขึ้นในขณะที่ทำการซื้อของลูกค้า
3. มีผลต่อกระแสเงินสดหมุนเวียน

2.2.2.3 การวัดความพึงพอใจ

สมยศ นาวีการ (2536) อธิบายถึง การวัดความพึงพอใจว่า สามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถามต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านที่ต่าง ๆ กัน
2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรงต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจึงจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง
3. การสังเกต เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจ โดยพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าเป็นการแสดงออกจากการพูด กิริยา ท่าทาง ซึ่งวิธีนี้ต้องอาศัยการสังเกตอย่างจริงจังและมีระเบียบแบบแผน

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2548) ได้สรุปว่า แบบวัดความพึงพอใจหรือที่เรียกว่า แบบวัดเจตคตินั้น เป็นชุดของข้อความด้านความรู้สึกที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

ในทางบวกหรือทางลบ ซึ่งมีการกำหนดระดับของคำตอบไว้เป็นช่วง ๆ (interval) ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบตามความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งเจตคติจะประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ส่วนที่เป็นความรับรู้หรือความเชื่อ (Cognitive or belief Component) ซึ่งเป็นการรับรู้หรือความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งเร้า
2. ส่วนที่เป็นความรู้สึกหรือการประเมิน (Feeling or evaluating Component) ซึ่งเป็นกริยาท่าทีที่แสดงออกว่าชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งเร้านั้น
3. ส่วนที่เป็นพฤติกรรม (Behavioral Component) ซึ่งเป็นความโน้มเอียงที่จะกระทำหรือจะปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งเร้านั้นฉะนั้นการวัดเจตคติจึงต้องวัดทั้ง 3 องค์ประกอบของเจตคติและจะต้องวัดเป็นภาพรวม ๆ โดยพิจารณากิริยาท่าทีการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในหลายด้าน หลายประการรวมกัน มิใช่วัดจากการกระทำหรือพฤติกรรมอย่างเดียว นอกจากนั้นการวัดเจตคติต้องบ่งบอกทั้งปริมาณความมากน้อยของเจตคติที่มีต่อสิ่งเร้าและทิศทางที่บอกว่ามีเจตคติไปในทางบวกหรือทางลบด้วย

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเรื่องความพึงพอใจนั้น ทำให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจถึงด้านของความรู้สึกทั้งด้านบกและด้านลบ รวมถึงความสุขจากผู้ได้รับนั้น มีความสัมพันธ์กัน โดยทำให้เกิดความพึงพอใจขึ้นจากการได้รับบริการในสิ่งที่ตามคาดหวังไว้ แต่หากไม่ได้รับตามสิ่งที่คาดหวัดไว้ก็อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อบริการนั้น ดังนั้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อาจทำให้เกิดความชอบหรือไม่ชอบก็ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับความคาดหวังของบุคคลหรือนักท่องเที่ยวนั้น ๆ ว่าตั้งเป้าหมายไว้มากน้อยแค่ไหน ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ต้องการศึกษาถึงการเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการมาเยือนกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวระหว่างชาวยุโรปกับชาวเอเชีย ในพื้นฐานของปัจจัยด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว สามารถส่งผลต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวว่ามีความคาดหวังมากน้อยเพียงใด

2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความไม่พึงพอใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไม่พึงพอใจ ได้รับแนวคิดมาจากทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอร์เบิร์ก (Herzber Two-Tactor Theory) เป็นทฤษฎีที่เสนอแนะว่าความพึงพอใจในการทำงานประกอบด้วยสองแนวคิด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ : 2545 : 313-315) คือ

1. แนวคิดที่มีขอบเขตจากความพึงพอใจ (Satisfaction) ไปยังความพึงพอใจ (Satisfaction) และได้รับอิทธิพลจากปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor)
2. แนวคิดที่มีขอบเขตจากความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ไปยังความไม่มีความไม่พอใจ (no dissatisfaction) และได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอนามัย (Hygiene Factor) ทฤษฎีนี้ได้มี

การพัฒนา โดย เฮอร์เบิร์ก ในปี ค.ศ. 1950-1959 และในช่วงแรกของปี ค.ศ. 1960-1969 ทฤษฎี 2 ปัจจัยประกอบด้วย

1) ปัจจัยการจูงใจหรือตัวจูงใจ (Motivation Factor หรือ Motivators) เป็นปัจจัยภายนอก ของบุคคลที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน (Job satisfiers) เช่น ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า เป็นต้น

1.1) ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบผลสำเร็จอย่างดี ความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นและเมื่อสำเร็จ เกิดความรู้สึกพอใจในผลสำเร็จของงานนั้นอย่างยิ่ง

1.2) การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน รวมทั้งการยกย่องชมเชยแสดงความยินดี การให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่นใด ที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ

1.3) ลักษณะของงาน (Work itself) หมายถึง งานที่ท้าทายความสามารถหรือเป็นงานที่อาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เป็นงานที่มีลักษณะพิเศษต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงาน

1.4) ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบและมีอำนาจรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ไม่ควบคุมมากเกินไปจนขาดความอิสระในการทำงาน

1.5) ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง เมื่องานประสบความสำเร็จ ก็ได้รับการตอบสนองในเรื่องของการได้รับเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมทั้งโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือได้รับการฝึกอบรม

2) ปัจจัยการธำรงรักษาหรือปัจจัยสุขอนามัย (Maintenance Factor) หรือปัจจัยอนามัย (Hygiene Factor) เป็นปัจจัยภายนอกที่ป้องกันไม่ให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน การเสนอสุขอนามัยไม่ใช่วิธีการจูงใจที่ดีที่สุดในทัศนะของ เฮอร์เบิร์ก แต่เป็นการป้องกันความไม่พอใจ ประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานหรือการขาดงานของพนักงาน เช่น นโยบายการบริหารขององค์การ การปกครองบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา สภาพการทำงาน เงินเดือน ความมั่นคงในงาน ตำแหน่งงาน เป็นต้น

2.1) นโยบายการบริหารขององค์การ (Company policies and administration) หมายถึง การจัดการและบริหารงานขององค์การ ซึ่งจะต้องมีนโยบายอย่างชัดเจน มีการแบ่งงานไม่ซ้ำซ้อน มีความเป็นธรรม

2.2) การปกครองบังคับบัญชา (Supervision) หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินงานหรือความยุติธรรมในการบริหาร รวมถึงการมีความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหาให้คำแนะนำในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้

2.3) ความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา (Relationship with supervisions, peers and subordinates) หมายถึง การติดต่อรวมทั้งไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันและมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน

2.4) สภาพการทำงาน (Working condition) หมายถึง สภาพทางการของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.5) เงินเดือน (Salary) หมายถึง ค่าตอบแทนสวัสดิการหรือผลประโยชน์ที่ได้รับเหมาะสมกับงานที่ทำ

2.6) ความมั่นคงในงาน (Job security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความมั่นคงขององค์การ หรือความยั่งยืนของอาชีพ

2.7) ตำแหน่งงาน (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคม มีเกียรติและศักดิ์ศรี

2.2.4 ทฤษฎีแรงจูงใจและสุขอนามัย

การค้นพบของ Herzberg พบว่าลักษณะบางอย่างของงานมีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานอย่างต่อเนื่องในขณะที่ปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับความไม่พอใจในงาน เหล่านี้คือ

ตารางที่ 2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจและสุขอนามัย 2 ปัจจัย ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ

ปัจจัยเพื่อความพึงพอใจ	**ปัจจัยสำหรับความไม่พึงพอใจ**
ความสำเร็จ	นโยบายของบริษัท

การยอมรับ	การกำกับดูแล
ผลงานตัวเอง	ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อน
ความรับผิดชอบ	เงื่อนไขการทำงาน
ความก้าวหน้า	เงินเดือน
การเจริญเติบโต	สถานะ
	ความปลอดภัย

ข้อสรุปที่เขาดึงคือความพึงพอใจในงานและความไม่พอใจในงานไม่ใช่สิ่งที่ตรงกันข้าม

1. ตรงกันข้ามกับความพึงพอใจคือไม่มีความพึงพอใจ
2. ตรงข้ามไม่พอใจคือไม่มีความไม่พอใจ

การแก้ไขสาเหตุความไม่พอใจจะไม่สร้างความพึงพอใจ และจะไม่มีการเพิ่มปัจจัยความพึงพอใจในงานการทำงานที่ไม่เป็นมิตรการให้ผู้อื่นโปรโมตจะไม่ทำให้เขาพอใจ หากคุณสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีสุขภาพดี แต่ไม่ได้ให้สมาชิกในทีมของคุณมีปัจจัยด้านความพึงพอใจใด ๆ งานที่พวกเขากำลังทำจะยังไม่เป็นที่น่าพอใจตาม Herzberg ปัจจัยที่นำไปสู่ความพึงพอใจในงาน “แยกและแตกต่างจากที่นำไปสู่ความไม่พอใจงาน” ดังนั้นหากคุณตั้งค่าเกี่ยวกับการลดปัจจัยการทำงานที่ไม่น่าพอใจคุณอาจสร้างสันติภาพ แต่ไม่จำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดตำแหน่งนี้ทำให้พนักงานของคุณแทนที่จะสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ

ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความไม่พอใจในงานเรียกว่า ปัจจัยด้านสุขอนามัย เมื่อได้รับการกล่าวถึงอย่างเพียงพอแล้วผู้คนจะไม่รู้สึกไม่พอใจและไม่พอใจ ถ้าคุณต้องการกระตุ้นให้ทีมงานของคุณคุณต้องมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยด้านความพึงพอใจเช่นความสำเร็จการรับรู้และความรับผิดชอบ

จุฑามาศ ศิลดารงค์ชัย (2550) กล่าวถึงปัจจัยอนามัยและปัจจัยจูงใจ ปัจจัยอนามัยคือสิ่งที่อยู่นอกตัวงาน เช่น สภาพแวดล้อมในการทำงาน เงินเดือน ค่าตอบแทนจูงใจ หากไม่เท่าเทียมกันพนักงานจะไม่พอใจ นายจ้างควรกำหนดเนื้อหาของงานให้จูงใจพนักงานโดยการเพิ่มเนื้อหาของงานให้มีความท้าทายและสะท้อนผลลัพธ์ของงานให้พนักงานรับรู้ ส่วนปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง

วชรภูมิ เบญจโอฬาร (2552) กล่าวถึงแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยแห่งแรงกระตุ้น และปัจจัยแห่งสุขลักษณะ

ปัจจัยแห่งแรงกระตุ้น คือสิ่งที่ทำให้คนสนใจ ตื่นเต้น และพึงพอใจได้ เป็นลักษณะของรางวัลภายใน เกิดขึ้นจากตัวเนื้องานเอง ได้แก่ ความรู้สึกประสบผลสำเร็จในงาน ความรู้สึกได้รับการยกย่องสรรเสริญ ความรู้สึกได้รับผิดชอบ งานที่ท้าทาย ความรู้ได้มีการพัฒนาตนเอง เหล่านี้เป็นแหล่งของแรงจูงใจและทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน

ปัจจัยแห่งสุขลักษณะ คือสิ่งที่จะทำให้คนไม่พอใจ ได้แก่ สิ่งภายนอกที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในที่ทำงาน นโยบายบริษัท การบังคับบัญชาของหัวหน้างาน เงินเดือนและค่าจ้างต่าง ๆ ปัจจัยนี้เป็นแหล่งของความไม่พึงพอใจในการทำงาน โดย Herzberg แนะนำหัวหน้างานว่า ให้คอยตรวจสอบและจำกัดความไม่พึงพอใจในการทำงานด้วยการเสริมสร้างปัจจัยแห่งสุขลักษณะในที่ทำงาน แต่ถ้าจะกระตุ้นให้คนเกิดแรงจูงใจในการทำงานจะต้องใช้ปัจจัยแห่งความพึงพอใจ

ประคัลภ์ ปัณฑพลังกูร (2558) กล่าวว่า หลายองค์กรพยายามที่จะทำเรื่อง Employee Engagement เพื่อที่จะรู้ว่า พนักงานในองค์กรของเรานั้น มีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรสักแค่ไหน โดยที่ลืมไปว่า ก่อนที่พนักงานจะผูกพันต่อองค์กรนั้น ด้านแรกที่จะต้องผ่านให้ได้ก็คือ พนักงานจะต้องมีความพึงพอใจต่อองค์กรก่อน เมื่อพอใจแล้ว ก็จะมีแรงจูงใจในการทำงาน อยากทำงาน อยากพัฒนาตนเอง จากนั้นจึงค่อยพัฒนาสู่เรื่องของความผูกพันต่อองค์กร แค่เพียงเรื่องของความพึงพอใจของพนักงาน ก็เป็นเรื่องยากที่จะทำให้เกิดขึ้นได้ เพราะพนักงานเองก็มีความต้องการที่หลากหลาย แต่ละคนต้องการแตกต่างกันออกไป สิ่งที่องค์กรจะต้องทำก็คือ ศึกษาหาความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีร่วมกันให้เจอก่อน แล้วค่อยสร้างสิ่งเหล่านั้นขึ้นมา เพื่อทำให้พนักงานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการทำงาน

การที่พนักงานยังไม่พึงพอใจในการทำงาน บางองค์กรอาจจะไม่คิดอะไรมาก เพราะเชื่อว่าเราจะไม่สามารถที่จะไปตอบสนองพนักงานทุกคนได้ ก็เลยปล่อยให้เป็นแบบเดิม ๆ ไปเรื่อย โดยไม่คิดที่จะเปลี่ยนแปลงอะไร ผลก็คือ พนักงานก็ยังคงไม่มีความพึงพอใจอยู่ดี ผู้บริหารเองก็มักจะใช้ข้ออ้างว่า ถ้าไม่พึงพอใจ ก็ลาออกไปทำงานที่อื่น แต่เชื่อหรือไม่ พนักงานที่ไม่พึงพอใจต่อองค์กรส่วนใหญ่ ไม่ค่อยลาออกไปไหน มักจะอยู่กับองค์กรนานกว่าคนอื่น แล้วถ้าหากพนักงานกลุ่มนี้อยู่กับองค์กร อย่างที่ไม่มีความพึงพอใจ ผลเสียที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรนั้นมีมากเกินกว่าที่เราคิดไว้แน่นอน ดังนี้

การไม่ทำงานอย่างที่องค์กรคาดหวัง พนักงานที่ไม่มีความพึงพอใจในงาน และองค์กรจะไม่อยากทำงาน ไม่มีแรงจูงใจในการทำงาน แต่ก็ต้องมาทำงานทุกวัน เพราะมีระเบียบบอกไว้ใน

เรื่องของวันเวลาทำงาน ก็เลยต้องมาทำงาน แต่มาแล้วก็ไม่ได้ผลงานอะไร เหมือนอยู่กันไปวัน ๆ โดยที่ไม่อยากทำงานอะไร นายมอบหมายอะไร ก็มักจะไม่ทำ หรืออ้างว่าไม่ว่างบ้าง ทำไม่เป็นบ้าง งานเยอะแล้วบ้าง ฯลฯ ทั้ง ๆ ที่องค์กรก็ต้องจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงานกลุ่มนี้อยู่ทุกเดือน โดยที่เขาไม่ทำผลงานให้กับองค์กรเลย

การเอาเปรียบองค์กรในทุกด้านที่จะทำได้ พนักงานที่ไม่มีความพึงพอใจในการทำงานมักจะเอาเปรียบนายจ้างไม่ว่าจะเป็นเรื่องอะไรก็ตาม ถ้าสามารถทำได้ ก็จะทำทันที เช่น มาทำงานสายให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะไม่รู้จะมาเข้าไปทำไม หรือ ขยันให้น้อยที่สุดเท่าที่จะขยันได้ เพราะไม่รู้ว่าจะขยันไปทำไม หรือ ทำงานให้ช้าที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะไม่รู้จะทำเร็วไปทำไม ฯลฯ

การสร้างบรรยากาศที่ไม่ดีในการทำงาน พนักงานที่ไม่มีความพึงพอใจในการทำงานจะทำให้พนักงานรอบข้างรู้สึกแย่ไปด้วย เพราะเขาจะเป็นคนที่เอาเรื่องราวที่อาจจะไม่เป็นความจริง หรืออาจจะเป็นเรื่องจริง แต่ก็เอามาใส่สีตีไข่เข้าเพิ่มเติม จากนั้นก็จะเอาไปคุยกับพนักงานคนอื่น ๆ ในมุมที่ไม่ดี เพื่อหาพวกให้มาไม่พอใจต่อองค์กรด้วยกัน ผลก็คือ พนักงานก็จะเริ่มไม่พอใจมากขึ้น โดยที่ยังไม่ได้ทราบข้อเท็จจริงเลยด้วยซ้ำไปว่าความจริงมันคืออะไร

การขาดงานบ่อย อีกเรื่องที่มักจะเกิดขึ้นกับพนักงานที่ไม่พึงพอใจ ก็คือ มักจะลางานและขาดงานบ่อย ๆ โดยไม่มีเหตุผล วันไหนไม่อยากทำงาน ก็โทรมาขอลาป่วยกันดื้อ ๆ ทั้ง ๆ ที่อาจจะไม่ได้ป่วยจริง บางคนไม่อยากทำงานก็ไม่มาเสียอย่างนั้น โดยที่ไม่สนใจว่างานจะมีมากน้อยแค่ไหนก็ตาม แต่ไม่อยากมาทำงานก็ไม่มาเลย

การบอกลูกค้าให้ไปใช้บริการที่อื่น เรื่องนี้เป็นเรื่องที่รุนแรงมาก ๆ กล่าวคือ พนักงานที่ไม่พึงพอใจมาก ๆ และถ้ามีโอกาสที่ได้พบปะลูกค้าของบริษัทด้วยแล้ว ก็มักจะไปบอกลูกค้าของบริษัทให้เปลี่ยนแปลงไปใช้สินค้าและบริการของที่อื่น โดยให้เหตุผลที่ไม่ดีต่าง ๆ นานา

กล่าวโดยสรุปความไม่พึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับบุคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อาจทำให้เกิดความไม่ชอบ ไม่สมปรารถนา ซึ่งขึ้นอยู่กับความคาดหวังของบุคคลหรือนักท่องเที่ยวนั้น ๆ ว่าตั้งเป้าหมายไว้มากน้อยแค่ไหน ดังนั้นคุณภาพในการบริการ สินค้า ราคา ปัจจัยภายนอกและปัจจัยส่วนบุคคล จึงมีอิทธิพลต่อความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือคนทำงานหากไม่ได้ดังที่คาดหวังไว้ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ต้องการศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้คำตอบที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านลบของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการกลับมาเที่ยวซ้ำและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

2.2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำถือเป็นปัจจัยสำคัญในการด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในการทำนายพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำคือสภาวะการรู้คิดที่สะท้อนให้เห็นถึงแผนการของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำแหล่งท่องเที่ยวอีกภายในกรอบเวลาที่กำหนด (Woodside & King, 2001 cited in Hu, 2003) ซึ่ง Ajzen and Fishbein (1980 cited in Brown, 1999, Baker & Crompton, 2000) ได้กล่าวว่า มนุษย์นั้นมีเหตุผลและใช้ข้อมูลที่ตนมีอยู่อย่างเป็นระบบ กล่าวคือ บุคคลมีการพิจารณาก่อนตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมส่วนมากของบุคคลอยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น (Behavioral Intention) และพฤติกรรมสามารถทำนายได้จากการวัด หรือทำนายความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม โดยอาจทำนายในระดับบุคคลหรือระดับรวมก็ได้ ในการทำนายพฤติกรรมระดับบุคคล คือ การถามความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมของเขา โดยให้มีความตรงกันของเกณฑ์ระหว่างความตั้งใจกระทำพฤติกรรม วิธีที่ง่ายที่สุดและให้ผลในทางเป็นไปมากที่สุด คือ การศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเลือกปฏิบัติหรือกระทำพฤติกรรมของเขา ถ้าสามารถวัดความตั้งใจที่จะปฏิบัติหรือกระทำพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสมแล้ว ก็จะสามารถทำนายพฤติกรรมได้อย่างถูกต้องใกล้เคียงมากที่สุด โดย Lennon, R., Weber, J.M., & Henson, J.(2000) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า พฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention) ของผู้บริโภค เป็นตัวสะท้อนของการทำนายพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้บริการในอนาคต สามารถใช้เป็นตัวทำนายที่เหมาะสมในการแสดงออกของพฤติกรรมนั้นหลังจากการประเมินแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Sources of Information) ได้แก่ ประสบการณ์ส่วนตัว หรือการเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่นซึ่งได้มาจากการรวบรวมข้อมูลการบอกเล่าปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการในองค์กรอื่นที่จัดเตรียมทไว้ให้แก่ผู้บริโภค และแหล่งข้อมูลจากภายนอก (External Sources of Information) ได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เมื่อเกิดความรู้ความเข้าใจในข้อมูลนั้นแล้ว ผู้บริโภคจะสามารถตัดสินใจว่าสิ่งไหนที่พวกเขาควรจะซื้อหรือใช้บริการ โดยพฤติกรรมความตั้งใจทางบวกอาจเกิดได้จากการโฆษณา รณรงค์หรือการสนับสนุนอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค การตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการจึงเป็นการแสดงออกของพฤติกรรมความตั้งใจ ซึ่งมาจากพื้นฐานความสัมพันธ์ของแหล่งข้อมูลในและแหล่งข้อมูลภายในอกที่พบได้โดยทั่วไป การทำนายพฤติกรรมที่มาจากความตั้งใจจะกระทำพฤติกรรมของบุคคล หากมีความตั้งใจในระดับสูงแล้วย่อมมีโอกาสที่จะเกิดพฤติกรรมตามที่ตั้งใจมากเช่นกัน ทั้งนี้ความตั้งใจที่จะปฏิบัติพฤติกรรมตามแผนที่กำหนดไว้ เป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดพฤติกรรม และความตั้งใจจะเป็นตัวผลักดันให้บุคคลแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม (Pender, 1996)

เพราะฉะนั้นในด้านการท่องเที่ยวหากสามารถเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวแล้ว ก็จะสามารถทำนายพฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคตของนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ จากการศึกษาของ Tian (1999) ได้ให้ความเห็นว่า หากเราสามารถทราบปัจจัยที่มีอำนาจในการทำนายพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในกลุ่มใดแล้ว ก็จะสามารถทราบพฤติกรรมที่มีแนวโน้ม จะเกิดขึ้นในอนาคตตามพฤติกรรมความตั้งใจ ทำให้องค์กรหรือหน่วยงานในแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดรูปแบบการบริการตามปัจจัยนั้น ๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เมื่อความต้องการถูกตอบสนองจะเกิดความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจในทางบวก มีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งต่อไป และจากการศึกษาของ Eugrnio Mrtin and Avila-Foucant (2005) พบว่า การกลับมาเที่ยวซ้ำ (Repeat Visits) เกิดจากการนักท่องเที่ยวมีความสุข ความเพลิดเพลินกับการมาเที่ยว แล้วเต็มใจที่จะกลับไปเที่ยวอีกในอนาคต มีการแนะนำกลุ่มเพื่อน หรือคนรู้จักให้ไปเที่ยวเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้การที่นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำหรือไม่กลับมาเที่ยวซ้ำนั้น อาจจะมีสาเหตุมาจากปัจจัยอื่นด้วย จากการศึกษาของ Weaver and Lawton (2002) (อ้างถึงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548) กล่าวว่า การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในประสบการณ์การท่องเที่ยวซ้ำ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น เป็นประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตและไม่สามารถจะกลับไปได้อีกเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีราคาแพง

1. High กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับสูง และกลับไปเที่ยวซ้ำเสมอ นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังเป็นผู้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี โดยการบอกต่อถึงความประทับใจหรือสิ่งที่ดีในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

2. Latent กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในประสบการณ์การท่องเที่ยวมาก แต่ไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น เป็นประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตและไม่สามารถจะกลับไปได้อีกเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีราคาแพง

3. Low กล่าวคือ ไม่มีความภักดีหรือมีความภักดีในระดับต่ำ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกิดขึ้นจากความไม่พใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวและไม่คิดจะกลับไปเที่ยวซ้ำ

4. Spurious กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลับไปเที่ยวซ้ำด้วยเหตุผลอื่นนอกเหนือจากความพึงพอใจหรือความภักดี ซึ่งเหตุผลอาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า ที่เลือกไปเพราะเป็นความประสงค์ของลูกค้า ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้หากลดลงไป มิได้เป็นสิ่งบ่งชี้ว่าแหล่งท่องเที่ยวขาดความนิยมเพราะเป็นเพียงกลุ่มที่มาเที่ยวเพราะความสะดวกหรือเพราะความจำเป็น ไม่ใช่ความชอบของกลุ่มที่แม้จริงแต่อย่างใด

(อ้างถึง ภัทรพร ทิมแดง, ดร.วินัย ปัญจขจรศักดิ์, 2554) การกลับมาเที่ยวซ้ำ การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมีความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะสิ่งเหล่านี้จะแสดงให้เห็นถึงความดึงดูดใจ การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ ตามที่ Oppermann (1998) ได้กล่าวไว้ว่า หลักการทางการบริโภคซ้ำทางการตลาดประการหนึ่งที่กล่าวถึงในวรรณกรรมการท่องเที่ยวคือ ต้นทุนที่ใช้ 5-6 ครั้ง ในการดึงพูดลูกค้าเดิม เป็นการใช้ต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการลงทุนเพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่ นอกจากนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำจะเป็นแหล่งสร้างรายได้ของการท่องเที่ยวที่สม่ำเสมอและยังเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลที่ไปยังระบบเครือข่ายต่าง ๆ เช่น เพื่อน ญาติ และนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพกลุ่มอื่น ๆ ได้อีกด้วย (Lau & Mckercher, 2004) กรณีของฮ่องกง นักท่องเที่ยวจากจีนแผ่นดินใหญ่ที่กลับมาเที่ยวซ้ำถือเป็นภาคตลาดที่มีนัยสำคัญเพราะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีจำนวนมาก และมีศักยภาพในการเติบโตในอนาคต

2.2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

Anderson, Fornell & Lehmann (1994) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าซื้อสินค้า หรือบริการจากผู้ขาย หรือผู้ให้บริการ และได้กระทำการซ้ำอีกครั้งหนึ่งหลังจากได้ใช้บริการไปแล้ว

Zeithmal, Berry & Parasuranman (1996) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง ปฏิกิริยาในการตอบสนองบางอย่างของลูกค้าที่มีความตั้งใจในการที่จะกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

Cronin, et al. (2000) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าเคยซื้อสินค้าหรือบริการแล้วเกิดความพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีก และมีการบอกเล่าถึงคุณประโยชน์ หรือประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับสินค้า หรือบริการต่อไปยังผู้อื่น

Hellier, Geursen, Carr & Rickard (2003) กล่าวว่า การซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำ หมายถึง ความตั้งใจของบุคคล หรือเจตจำนงที่มีความต้องการจะกลับไปซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำจากร้านค้าหรือหน่วยงานเดิมที่เคยซื้อ หรือใช้บริการมาแล้วจากที่ผ่านมา

การกลับมาเที่ยวซ้ำ และการแนะนำบอกต่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะเปรียบเสมือนเป็นการรักษาลูกค้าเก่าแก่เอาไว้และอาจได้ลูกค้าใหม่มาเพิ่ม ที่จะช่วยให้วงจรอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เติบโตต่อไป ถ้าหากนักท่องเที่ยวเกิดความไม่มั่นใจในแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ก็อาจมีแนวโน้ม ที่จะไม่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ และยังอาจไม่แนะนำแหล่งท่องเที่ยวนั้นให้กับคนอื่นอีกด้วย (George, 2011) ก่อให้เกิดความเสียหายทางธุรกิจและส่งผลกระทบด้านลบต่อธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยวและชุมชนนั้นด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความไม่พึงพอใจในการมาเยือนกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับปัจจัย

ด้านลบที่นักท่องเที่ยวได้ประสบพบเจอความไม่พึงปรารถนาแล้วทำให้เกิดความไม่พึงพอใจและไม่ต้องการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำอีก

2.2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อ

เอ็มมานูแอลโรเซน (2543:p. 9) ได้จำกัดความการบอกต่อ คือเรื่องราวทั้งหมดที่เป็นคำพูดปากต่อปากที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า (Brand) ซึ่งเป็นการรวบรวมการติดต่อสื่อสารระหว่างคน ๆ หนึ่งกับคนอีกคนหนึ่ง (Person-to-person Communication) ซึ่งเป็นการที่เจาะจงลงไปถึงสินค้า การบริการหรือบริษัทหนึ่ง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในช่วงเวลาใดก็ตาม

วิกกิพิเดีย (2551 : online) ได้ให้คำจำกัดความของ การบอกต่อ (Word of Mouth) หมายถึงการส่งผ่านข้อมูลจากคนหนึ่งไปอีกคนหนึ่ง เดิมนั้นหมายถึงการบอกต่อแบบปากต่อปาก แต่ปัจจุบันยังรวมไปถึงทุกช่องทางการสื่อสารของมนุษย์ เช่น การพบหน้ากัน การโทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์และการส่งข้อความผ่านโทรศัพท์มือถือ

ศรัญญ์ทิตา ชนะชัยภูวพัฒน์ (ม.ป.ป. : ออนไลน์) Word of Mouth Communication เป็นต้นรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ โดยการบอกต่อแบบปากต่อปากซึ่งเกิดจากการที่กลุ่มเป้าหมายได้ใช้สินค้าหรือบริการแล้วเกิดความพึงพอใจ ก็บอกต่อจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่น

ริซินส์ และ รูท-ชาร์ฟเฟอร์ (Assael, 1998 ; citing; & Root-Shaffer, 1987) อ้างอิงจาก อาภา เอราวัณ (2545) ได้แบ่งการสื่อสารแบบบอกต่อออกเป็น 3 ประเภท

1. การสื่อสารแบบบอกต่อเป็นแหล่งข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. การสื่อสารแบบบอกต่อเป็นการให้คำแนะนำ
3. การสื่อสารแบบบอกต่อเป็นการบอกเล่าประสบการณ์ส่วนตัว

การสื่อสารแบบบอกต่อแต่ละประเภทต่างมีลักษณะแตกต่างกันออกไป กล่าวคือ แหล่งข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลเกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็น การแสดงความรู้สึก รวมทั้งการให้คำปรึกษา สำหรับการบอกเล่าประสบการณ์ส่วนตัวนั้นจะเป็นการวิพากษ์วิจารณ์คุณลักษณะ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่เกี่ยวกับแหล่งข่าวของผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นข้อมจริงที่ตรงไปตรงมา ส่วนข้อมูลที่เป็นคำแนะนำและการบอกเล่าประสบการณ์ส่วนตัวนั้นจะเป็นไปในรูปแบบของการสื่อสารแบบบอกต่อซึ่งสามารถเป็นข้อมูลเชิงบวกหรือลบก็ได้ อาจสรุปหน้าที่ของการสื่อสารแบบบอกต่อออกเป็น 2 แบบ 1. การแจ้งข้อมูลและ 2. การมีอิทธิพลต่อการตัดสิน โดยแต่ละแบบมีความสำคัญแตกต่างกันขึ้นกับแต่ละขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ เช่น การบอกประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก็จะมีความสำคัญในขั้นตอนของการประเมินทางเลือก

(Evaluation) และสุดท้าย ข้อมูลในลักษณะของคำแนะนำจะสำคัญสุดในขั้นตอนสุดท้ายของการตัดสินใจ (Decision Marketing)

ซิลเวอร์แมน (Silverman, 2001) สรุปคุณสมบัติของการสื่อสารแบบบอกต่อไว้ดังนี้

1. การสื่อสารแบบบอกต่อเป็นแรงจูงใจที่มีอิทธิพลและมีพลังมากในตลาด
2. การสื่อสารแบบบอกต่อเป็นกลไกในการส่งผ่านประสบการณ์
3. การสื่อสารแบบบอกต่อมีความเป็นอิสระ จึงมีความน่าเชื่อถือ
4. การสื่อสารแบบบอกต่อเป็นส่วนหนึ่งของตัวผลิตภัณฑ์เอง
5. การสื่อสารแบบบอกต่อมีการปรับแต่งข้อมูลให้มีความเกี่ยวข้องและสมบูรณ์ในตัวมันเอง
6. การสื่อสารแบบบอกต่อมีการแยกแยะข้อมูล เพิ่มเติมข้อมูล ตกแต่งข้อม และบางครั้งก็เป็นการระเบิดข้อมูล
7. การสื่อสารแบบบอกต่อมีขอบเขตและความเร็วอย่างไม่จำกัด
8. การสื่อสารแบบบอกต่อเกิดขึ้นจากแหล่งข้อมูลเพียงแหล่งเดียว ไม่ใช่เกิดจากแหล่งข้อมูลเล็ก ๆ หลาย ๆ แหล่งมารวมกัน
9. การสื่อสารแบบบอกต่อขึ้นอยู่กับธรรมชาติของแหล่งข้อมูลค่อนข้างสูง
10. การสื่อสารแบบบอกต่อช่วยให้ประหยัดข้อมูลและแรงงาน และยังมีประสิทธิภาพ
11. การสื่อสารแบบบอกต่อส่วนใหญ่จะเป็นไปในเชิงลบ
12. การสื่อสารแบบบอกต่อเป็นเครื่องมือที่ไม่สิ้นเปลืองงบประมาณในการสร้างความสนใจเพิ่มเติมและสนับสนุนข้อมูล

เอ็มมานูเอล โรเซน (2545) กล่าวถึงในเรื่อง Buzz Marketing คือกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ ที่กระตุ้นให้บุคคลมีการส่งต่อข่าวสารไปให้คนอื่น โดยการบอกต่อกันไปเรื่อย ๆ ทำให้เป็นการสร้างประสิทธิภาพในการกระจายข่าวสารและเรื่องราวของมันได้เป็นอย่างดี โดยทั่วไปสามารถแบ่งความหมายของ Buzz Marketing ออกได้เป็น 2 ประเภท แยกตามสื่อที่ใช้ในการส่งข่าวสารดังนี้

1. การส่งผ่านข่าวสารโดยใช้การพูดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Marketing) จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคล กลุ่มหนึ่ง ทำให้เกิดเป็นเรื่องที่คนพูดถึง (Talk of the town)
2. การส่งผ่านข่าวสารต่อ ๆ กันไปโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Viral Marketing) ได้แก่ E-mail ทำให้เกิดการแพร่กระจายของข่าวสารได้อย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีทางด้าน Internet มีความก้าวหน้าอย่างมาก ทำให้วิธีการแพร่กระจายข่าวสารด้วยวิธีนี้เป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก

วิธีการส่งผ่านข่าวสารโดย Buzz สามารถทำได้ 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. ผู้เชี่ยวชาญสู่ผู้เชี่ยวชาญ (Expert to Exert) โดยปกติผู้เชี่ยวชาญจะเป็นต้นตอของการพูดต่อที่มีความน่าเชื่อถือมาก เพราะว่าถ้าให้ผู้เชี่ยวชาญพูดเกี่ยวกับตัวสินค้าให้คนทั่วไปฟังแล้วบ่อยครั้งที่เขาจะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักได้เป็นอย่างดี ดังนั้น การที่เราพยายามทำให้ผู้เชี่ยวชาญในสินค้าหนึ่งเป็นต้นตอในการกระจายข้อมูลไปสู่ผู้เชี่ยวชาญคนอื่น ๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันโดยผ่านงานสัมมนา หรืองานประชุมทางวิชาการจะเป็นการทำให้สามารถเพิ่มความสามารถในการบอกต่อของข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าตัวนั้นให้มากขึ้นได้ เช่น คุณสมบัติของยาที่มีการบอกต่อกันในงานสัมมนา เป็นต้น

2. ผู้เชี่ยวชาญสู่บุคคลทั่วไป (Expert to Peer) วิธีการส่งผ่านข่าวสรด้วยวิธีนี้ คือ การให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้บอกต่อข้อมูลของตัวสินค้าให้แก่คนทั่วไปได้ทราบ ซึ่งจะค่อนข้างได้รับความน่าเชื่อถือ เพราะว่าผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้มักจะบอกถึงคุณสมบัติที่แท้จริงของตัวสินค้า โดยไม่มีการพูดเกินความจริงเหมือนกับบริษัทส่วนใหญ่ใช้ในการโฆษณา หรือการสื่อสารด้วยวิธีอื่น ๆ เช่น รายการ Sport Weekly ทางสถานีโทรทัศน์ ITV เป็นต้น

3. บุคคลทั่วไปบอกต่อกันเอง (Peer to Peer) โดยวิธีการนี้จะใช้หลักให้คนทั่วไปบอกต่อกันเอง ซึ่งวิธีนี้จะได้รับความน่าเชื่อถือมากที่สุด เนื่องจากสิ่งที่คนทั่วไปได้บอกนี้จะเป็นประสบการณ์ที่เขาได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการชนิดนั้นในชีวิตจริง ๆ

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2549, น. 117) ให้แนวคิดไว้ในส่วนประสมของการสื่อสารการการตลาดบริการ ว่าการสื่อสารแบบปากต่อปากนี้เป็นแหล่งอ้างอิงที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจด้านการบริการ ซึ่งข้อมูลได้รับการเผยแพร่ออกไปด้วยวิธีการนี้อาจเป็นไปได้ทั้งในแง่บวกและในแง่ลบดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารแบบปากต่อปากทางด้านบวก เมื่อลูกค้าพอใจในการบริการก็จะถ่ายทอดให้ผู้อื่น เป็นแหล่งอ้างอิงสำคัญมีผลมากโดยเฉพาะธุรกิจบริการด้านการรักษาพยาบาลหรืองานบริการด้านวิชาชีพเช่น แพทย์ ทันตแพทย์ ที่ปรึกษาทางด้านการจัดการ สถาปนิก และบัญชีเป็นต้น การสื่อสารด้วยวิธีนี้จะช่วยให้องค์กรสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับวิธีการสื่อสารแบบอื่น ๆ

2. การสื่อสารแบบปากต่อปากทางด้านลบ หากลูกค้าไม่พอใจงานบริการที่ได้รับ ก็เพิ่มความระมัดระวังถึงผลกระทบของการสื่อสารแบบปากต่อปากในแง่ลบนี้เอาไว้ด้วย

(อ้างถึง ภัทรพร ทิมแดง, ดร.วินัย ปัญจขจรศักดิ์, 2554) การบอกต่อ นักการตลาดในปัจจุบันก็เริ่มให้ความสำคัญกับเรื่องการ “บอกต่อ” กันมากขึ้นเพราะเชื่อว่าการบอกต่อนั้นลดความรู้สึกต่อต้านการขายสินค้าได้มาก ทั้งยังสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจต่อสินค้าและบริการได้สูง นอกจากนี้หากผู้บอกต่อมีความสนิทสนมกับผู้ที่ได้รับการบอกต่อมากเท่าใด น้ำหนักของความน่าเชื่อถือในการท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อย ๆ ในการท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการบอกต่อนั้นเริ่มที่จะได้รับความนิยมนั้น มีอัตราส่วน 1:10 คือ ลูกค้า 1 คน จะบอกต่อไปยังคนอื่น ๆ ได้อีก 10 คน ส่วนบางตำราก็ว่า 1:20 หรือแม้กระทั่ง 1:150

จากที่มีผู้ให้ความหมายของการสื่อสารแบบปากต่อปากไว้หลายท่าน ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการสื่อสารแบบปากต่อปาก หมายถึงการสื่อด้วยคำพูดระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งเกี่ยวกับความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวหรือการบริการ หรือความไม่ประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวหรือการบริการ จากประสบการณ์ที่เค้าได้รับตามความรู้สึกและความคาดหวังของเค้า อาจจะเป็นทางบวก หรือทางลบ แล้วแต่ที่ผู้สื่อสารบอกต่อหรือแนะนำคนอื่น ได้รับประสบการณ์นั้นมาในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้ข้อความที่บุคคลนั้นพูดถูกเผยแพร่ออกไปในวงกล้าง ซึ่งเป็นการเผยแพร่ที่ไม่สามารถควบคุมได้

2.2.6 การทบทวนปัญหาด้านต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว

การทบทวนปัญหาด้านต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย/ Trip advisor /เว็ปไซด์ต่าง ๆ และสื่อต่างประเทศ

2.2.6.1 สรุปการทบทวนปัญหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สรุปการทบทวนปัญหาด้านต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หากเราวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งถึงปัญหาการพัฒนาการท่องเที่ยว ของไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่าปัญหาของการท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่ได้อยู่ที่จำนวน ของผู้มาเยือน (นักท่องเที่ยว-Demand) สังเกตได้จากจำนวนของ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ประเทศไทยเผชิญกับวิกฤติต่าง ๆ มากมาย หากแต่ ปัญหาคือ “คุณภาพ” ของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่สำคัญที่ถูกมองข้ามมาโดยตลอด และปัญหานี้เองส่งผลกระทบโดยตรงต่อการได้มาซึ่งนักท่องเที่ยวคุณภาพ คือ การจัดการ ฐานทรัพยากรและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Supply) ที่ขาดประสิทธิภาพเนื่องจากอำนาจในการพัฒนาและจัดการ Supply กระจายไปยังหน่วยงานต่าง ๆ มากมาย อาทิ องค์กร ปกครอง

ส่วนท้องถิ่น กระทรวงและหน่วยงานต่าง ๆ ส่งผลให้การจัดการอุปทาน ทางการท่องเที่ยวไร้ทิศทาง ไม่เอกภาพมากนัก รวมทั้งเกิดการกระจายอำนาจ ในการบริหารจัดการ ซึ่งสวนทางกับนโยบายการพัฒนาและการตลาดของหน่วยงานทางการท่องเที่ยวหลัก สะท้อนภาพของการพัฒนาและการจัดการที่ “ขาดองค์รวม” และ “ขาดการบูรณาการ” นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านการกำกับดูแล (Regulator) โดยเฉพาะการบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ (Law Enforcement) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งการรุกล้ำพื้นที่อุทยานและพื้นที่สาธารณะ ของผู้ประกอบการโรงแรมและธุรกิจ การพิจารณาให้ใบอนุญาตสถานประกอบการท่องเที่ยวและโรงแรมที่ไม่มีมาตรการป้องกันมลพิษและผลกระทบอย่างเพียงพอ การกำกับดูแลธุรกิจ ทัวร์และบริการการท่องเที่ยวที่ดำเนินเกินกว่า ขอบเขตธุรกิจที่ได้รับใบอนุญาต และการติดตาม และดำเนินคดีกับธุรกิจที่เอาเปรียบหรือหลอกลวง ผู้บริโภคคือนักท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจรถแท็กซี่ ธุรกิจ กลางคือ และธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น (ที่มา : TAT review Magazine-แนวทางปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย , 2557)

ผลจากการสำรวจข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและข้อเสนอแนะด้านการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในภาคกลางปี 2555 พบว่าปัญหาด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาด้านบริการขนส่งสาธารณะ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ภายในสถานที่ท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ สำหรับรายละเอียดของปัญหาดังต่อไปนี้

1. การเดินทางและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

1) การบริการขนส่งสาธารณะ นักท่องเที่ยวจะพบปัญหาด้านการให้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น พนักงานขายตั๋วมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม พูดจาไม่สุภาพ รถออกไม่ตรงเวลาที่กำหนด พนักงานขับรถไม่สุภาพ ภายในรถสกปรก รถมีสภาพเก่า เป็นต้น

2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะพบปัญหา ระยะทางไกล ไม่มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ป้ายบอกทางเล็กเกินไป ทำให้เกิดการสับสนในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งมีที่จอดรถไม่เพียงพอ จำนวนคนที่เข้ามาท่องเที่ยวมากเกินไป ไม่มีการจำกัดนักท่องเที่ยว การจอดรถของนักท่องเที่ยวไม่มีความเป็นระเบียบเพราะมีการจัดการที่ไม่ดีของแหล่งท่องเที่ยว บางพื้นที่จอดรถไม่เอื้ออำนวยเบียดกัน บางแหล่งมีมิจฉาชีพเข้ามาหากิน เช่น การล้วงกระเป๋า ทุบกระจกรถ ขโมยทรัพย์สินภายในรถ เป็นต้น

2. สถานที่ท่องเที่ยว

2.1) ปัญหาเกี่ยวกับความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัญหาเกี่ยวกับภาชนะรองรับขยะ ในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจำนวนภาชนะรองรับขยะไม่เพียงพอและบางแห่งจดวาง

ภาชนะรองรับไม่ทั่วถึง นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวบางประเภท เช่น วัด ทะเล น้ำตก พบเศษขยะบริเวณหน้า ชายหาด น้ำ โดยไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแลรับผิดชอบจัดเก็บขยะ

2.2) ปัญหาเกี่ยวกับห้องน้ำ ในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีห้องน้ำไม่เพียงพอเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการ ขาดการดูแลรักษาความสะอาดและส่วนใหญ่เป็นห้องน้ำรวมไม่แยกห้องน้ำหญิงและชาย

2.3) ปัญหาเกี่ยวกับร้านขายของฝาก / ของที่ระลึก ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งร้านขายของฝาก / ของที่ระลึกจำหน่ายสินค้าราคาแพง คุณภาพของสินค้าไม่ได้มาตรฐานและสินค้าบางอย่างหมดอายุ

2.4) ปัญหาเกี่ยวกับร้านขายอาหาร / เครื่องดื่ม ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมจำนวนร้านขายอาหาร / เครื่องดื่ม ไม่เพียงพอกับความต้องการ และบางส่วนจำหน่ายอาหารเครื่องดื่มในราคาที่สูงกว่าปกติ

3. คุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ภายในสถานที่ท่องเที่ยว

สื่อที่ใช้ถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ และอุทยานประวัติศาสตร์มีจำนวนน้อยข้อมูลไม่ชัดเจน และรูปแบบการนำเสนอบางส่วนไม่เหมาะสม นอกจากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขาดสื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวน้อยหรือได้รับข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ นอกจากนี้ เจ้าหน้าประชาสัมพันธ์ที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารเป็นภาษาอังกฤษมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

4. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่สามารถดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ที่ทั่วถึงแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว และแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและไม่มีมัคคุเทศก์ประจำแหล่ง (ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555.)

2.4.2 ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากสภาปฏิรูปแห่งชาติ (การท่องเที่ยวและการบริการ) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังประสบกับปัญหาหลายประการตลอดระยะเวลาหลายสิบปีที่ผ่านมาซึ่งสามารถสรุปเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่สำคัญได้ 6 ประการ ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอ ขาดประสิทธิภาพการบริหารจัดการและเสื่อมโทรมจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในหัวเมืองหลัก ในขณะที่จำนวนแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่

เพียงพอ นอกจากนี้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวขาดประสิทธิภาพ ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวอนุรักษ์ ซึ่งพบว่าปี 2558 คะแนนความสามารถในการแข่งขันด้านความยั่งยืนของสภาพแวดล้อมของไทยได้คะแนนเพียง 3.5 จากคะแนนเต็ม 3.5 จากคะแนนเต็ม 7 จัดอยู่ในอันดับที่ 116 จาก 141 ประเทศ

2) การคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวขาดคุณภาพและมาตรฐาน และมีไม่เพียงพอ ความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมทางบกและทางน้ำอยู่ในระดับต่ำ โดยประเทศไทยได้คะแนน 3.41 เป็นอันดับที่ 71 ของโลก และคุณภาพของเครือข่ายการขนส่งทางบกอยู่ในระดับต่ำมาก เป็นอันดับที่ 94 ของโลกตามลำดับ เห็นได้ชัดจากการขนส่งสาธารณะในหัวเมืองท่องเที่ยวหลักที่มีไม่เพียงพอและขาดมาตรฐาน ทั้งนี้ จากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2557 พบว่าการคมนาคมเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจต่ำสุด

ระบบการจราจรทางถนนของกรุงเทพมหานคร มีทั้งระบบวงเวียน คือ มีจุดศูนย์กลางขยายเส้นทางออกไปตามแนวรอบวงเวียนนั้น และระบบแบบบล็อกสี่เหลี่ยม ที่ทำให้เกิดทางแยกและขยายเส้นทางออกไปตามแยกต่าง ๆ เมื่อมีสองระบบก็ทำให้เส้นทางการจราจรเกิดจุดตัวกันมาก ข้อเสียคือทำให้จราจรติดขัด เป็นปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ ที่ถือว่าเป็นปัญหาอันดับต้น ๆ ของกรุงเทพมหานคร (ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

3) สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทางการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องน้ำสะอาด ป้ายบอกทาง ข้อมูลการ-ท่องเที่ยว รวมทั้งโครงพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว มีไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวและการจัดทำระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวยังขาดประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว

4) บริการด้านการท่องเที่ยวขาดมาตรฐาน ผิดกฎหมาย และประสบปัญหากับดักราคาบริการด้านการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร ขาดการกำกับดูแลมาตรฐานการให้บริการที่ดี แม้จะมีการกำหนด “มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย” ซึ่งจัดทำโดยกรมการท่องเที่ยวแล้วก็ตาม แต่โดยโครงสร้างการทำงานที่ทั้งเป็นผู้กำกับมาตรฐาน (Regulator) และผู้ตรวจรับรองมาตรฐาน (Operator) เอง ก่อให้เกิดการขัดกันแห่งผลประโยชน์อันนำมาซึ่งการไม่ยอมรับในมาตรฐานคล้ายกับกรณีมาตรฐานการบินพลเรือนที่องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) กำหนดให้ต้องแยกหน้าที่ทั้งสองนี้ออกจากกัน

นอกจากนี้ยังพบปัญหาการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายของผู้ประกอบการเพื่อเลี่ยงภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดจากข้อมูลกำหนดของรัฐ ทำให้การกำกับดูแลมาตรฐาน และการควบคุมอุปทานของบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปได้ยาก เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงจนกลายเป็นกับดักราคา ส่งผลย้อนกลับให้ไม่มีการพัฒนาคุณภาพ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและที่พักผิดกฎหมาย ซึ่งยืนยันได้จากผลการสำรวจข้อมูลราคาโรงแรมเปรียบเทียบ 68 ประเทศทั่วโลกในปี 2556 โดยอัตราค่าที่พักต่อคืนของประเทศอยู่ในลำดับที่ 59 ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งทางการท่องเที่ยวในภูมิภาค เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน อินโดนีเซีย มาเลเซีย จีน และอินเดียว และมีราคาเท่ากับประเทศฟิลิปปินส์

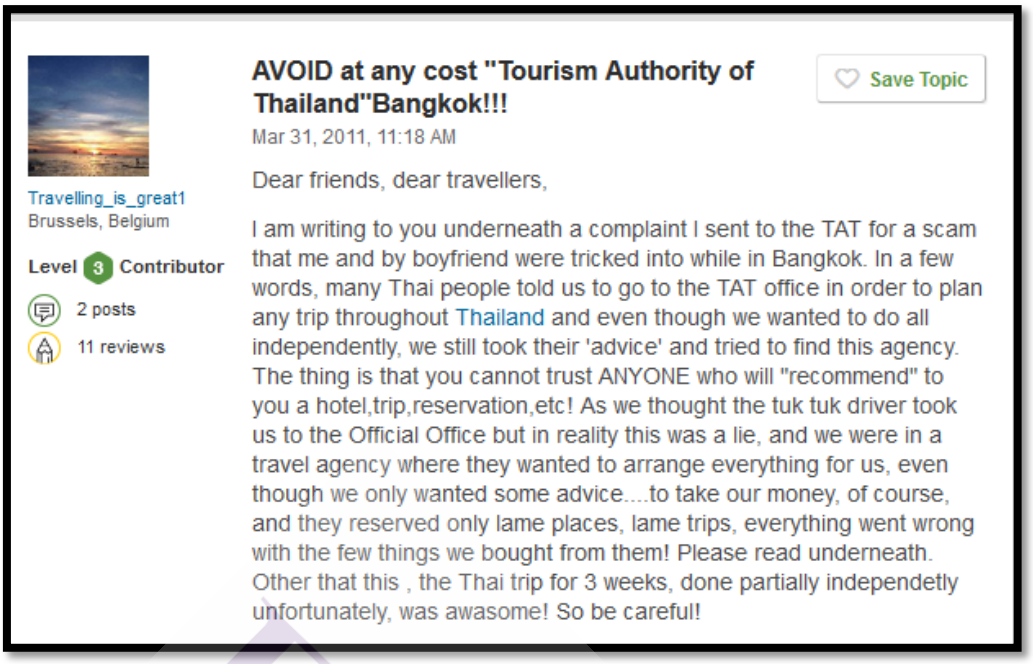
5) บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยขาดประสบการณ์และทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทักษะทางด้านภาษาและการให้บริการ นอกจากนี้จำนวนบุคลากรยังมีแนวโน้มลดลงและอาจขาดแคลนในอนาคตอันสั้น สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจากค่าตอบแทนเฉลี่ยของพนักงานในสาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหารอยู่ในระดับต่ำที่สุดเมื่อเทียบค่าตอบแทนของพนักงานในสาขาเศรษฐกิจอื่นในทุกระดับตำแหน่งงาน

6) ปัญหาความไม่ปลอดภัยในการท่องเที่ยวและการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและการหลอกลวงนักท่องเที่ยว อาทิ การหลอกลวงซื้อสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน การคิดราคาสินค้าและบริการเกินจริง ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งแต่ยังไม่มีกลไกในการดูแลความปลอดภัยและการตอบสนองช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ชัดเจนและทันท่วงที รวมถึงขาดความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลความปลอดภัยส่งผลต่อความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว (ที่มา : สภาปฏิรูปแห่งชาติ, 2558)

2.2.6.2 การทบทวนเกี่ยวกับปัญหาความคิดเห็นเรื่องความไม่พึงพอของนักท่องเที่ยวจาก Trip advisor

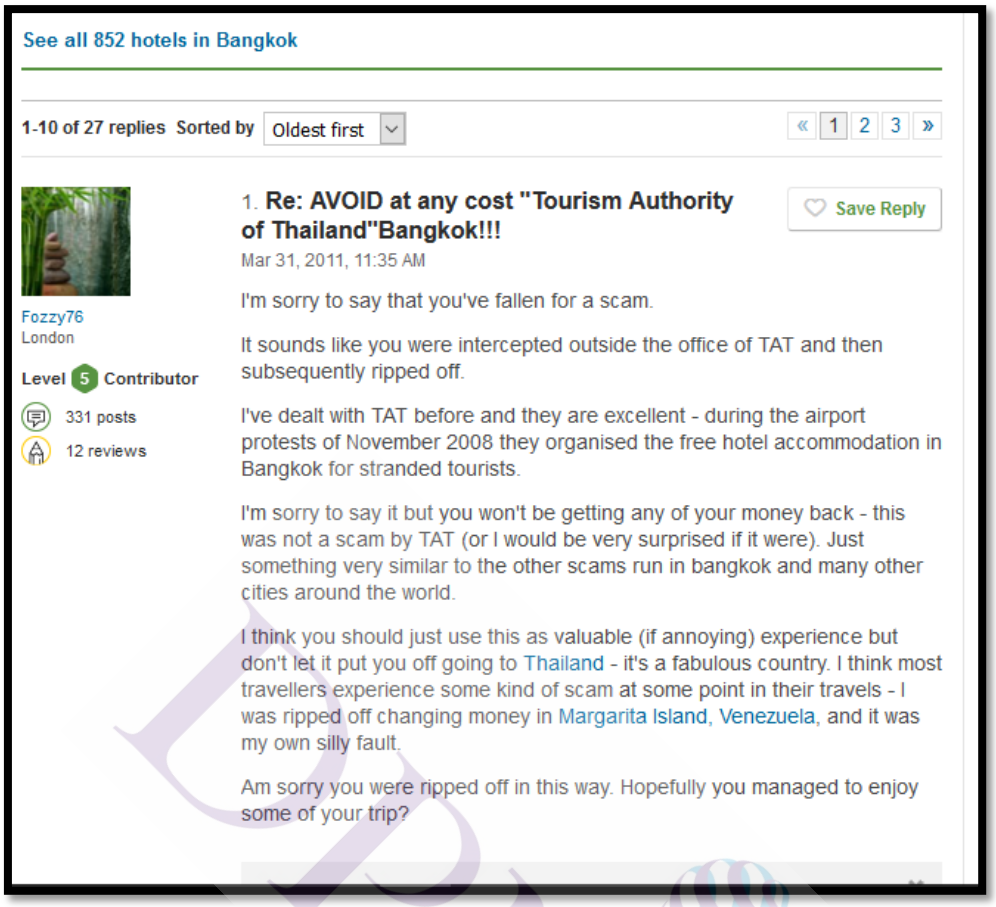
จากการได้ศึกษาปัญหาการรีวิวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านทางเว็ป Trip advisor พบปัญหาเรื่องการขายทัวร์ ที่หลอกลวงลูกค้า การบริการทางด้านรถแท็กซี่ ที่โกงราคาค่าบริการลูกค้า ซึ่งเป็นปัญหาที่ลูกค้าพบในกรุงเทพมหานคร ที่มีการคอมเพลนผ่านทางเว็ปไซด์ดังตัวอย่างที่ยกมาประกอบ

ตัวอย่างการรีวิว “Complaint tourist Bangkok from Trip advisor” ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



ภาพที่ 2.7 รีวิวการ Complaint tourist from Trip advisor

ที่มา : เว็ปไซต์ Trip Advisor (เมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2560)



ภาพที่ 2.7.1 รีวิวการ Complaint tourist from Trip advisor

ที่มา : เว็ปไซด์ Trip Advisor (เมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2560)

ภาพที่ 2.7.2 รีวิวการ Complaint tourist from Trip advisor

ที่มา : เว็ปไซด์ Trip Advisor (เมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2560)

2.4.4 การทบทวนเกี่ยวกับปัญหาความคิดเห็นเรื่องความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากเว็ปไซด์ต่าง ๆ และสื่อต่างประเทศ 10 อันดับการถูกหลอกลวงในเขตกรุงเทพ มหานครและประเทศไทย

1. พระบรมมหาราชวังปิด เป็นการหลอกลวงที่เกิดขึ้นได้ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวจะถูกหลอกว่าพระบรมมหาราชวังปิดด้วยเหตุผลหลายประการ หากคุณสนใจพวกเขาคุณก็อาจจะถูกชักชวนให้ไปร้านอัญมณีหรือร้านตัดเย็บเสื้อผ้า

2. ร้านอัญมณีหลอกขาย หากคุณไม่ได้เป็นผู้เชี่ยวชาญ คุณอาจโดนหลอกในเรื่องของเครื่องเพชร จิวเวลลี่ หากคุณหลงเชื่อ อาจโดนหลอกลวงขายให้ในราคาที่แพง แล้วอาจเป็นของปลอม

3. การหลอกลวงโดยการเปลี่ยนธนบัตรโดยการหลอกลวงในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น พื้นที่ท่องเที่ยว, 7-Eleven และ Family Mart ในการเปลี่ยนเงินของคุณจากแบงค์ 1,000 บาท บเงินไทยและมักจะให้เงินไม่ถูกต้อง หรือไม่สังเกตว่าทอนหรือถูกเปลี่ยนเงิน โดยไม่รู้ตัวเป็น 500 บาท แทน นักท่องเที่ยวจำนวนมาก

4. การโดนหลอกลวงในเรื่องของการเช่าเจ็ทสกี หลายคนในพัทยาและภูเก็ตกำลังถูกหลอกลวงจากการเช่าเจ็ทสกี เมื่อคุณกลับมาจากการเล่นเจ็ทสกี พวกเขาจะชี้ให้เห็นรอยขีดข่วนและรอยบุบในเจ็ทสกีและพวกเขาก็จะเรียกเก็บเงินจากคุณในราคาที่แสนแพงกับค่าเสียหาย พวกเขาทำกับนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ มากเยอะแล้ว

5. Patpong หลอกลวงเซ็กส์โชว์ อย่าเชื่อในการใช้บริการในราคาที่เค้ากำหนดเรื่องเซ็กส์และเครื่องดื่มเพียงราคา 100 บาท เท่านั้น คุณจะถูกเรียกเงินเป็นพัน ๆ หากคุณปฏิเสธที่จะจ่ายเงินให้ชัดเจนหากอยู่คนเดียวเพราะสามารถเปลี่ยนความรุนแรงลงได้

6. บริเวณหัวลำโพง แถวบริเวณนอกสถานีรถไฟคุณจะได้พบกับคนที่กำลังมองหาอย่างเป็นทางการซึ่งจะบอกว่าพวกเขาจองที่นั่ง พวกเขาจะพาคุณไปหาตัวแทนการท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงและแกล้งทำเป็นจะช่วยให้คุณจองห้องพักได้ เขาจะหลอกว่าขบวนรถไฟเต็ม และมีทางเดียวที่จะเดินทางไปได้ต้องใช้รถของพวกเขา

7. กระเป๋ารถประจำทางต่างจังหวัด นักท่องเที่ยวจะถูกขโมยของในกระเป๋าขณะเดินทางไกลในเวลากลางคืน หรือบางคนอาจโดนวางยา เพื่อขโมยเงินหรือทรัพย์สิน

8. แท็กซี่สนามบิน แท็กซี่จะหลอกนักท่องเที่ยวโดยการแกล้งบอกว่า มิเตอร์เสียและจะบอกราคาเหมาเข้าเมืองในราคา 500-1,000 บาท เป็นการหลอกลวงนักท่องเที่ยวในการโก่งราคาค่าแท็กซี่

9. การหลอกลวงไปเล่นไพ่ เริ่มต้นหากมีคนถามคุณว่าคุณมาจากไหน ถ้าคุณตอบว่า
New York แล้วเขาจะชวนคุณคุยเกี่ยวกับน้องสาวเค้าเคยไปศึกษาที่นั่นแล้วพอไปถึงเค้าจะหลอกให้คุณเล่นไพ่กับพวกเขา จากนั้นพวกเขาจะขอให้คุณช่วยโกงคนอื่น จากเงินของพวกเขา อย่าทำตามเพราะคุณจะเป็นผู้ถูกหลอก

10. หลอกลวงในการเป็นแฟนของคุณ โดยการบอกคุณว่าเธอท้องและเขียนจดหมาย
หลอกลวงคุณขอเงินคุณมาเพื่อฝากครรภ์ลูกของคุณและดูแลลูกน้อย เธอทำแบบนี้โดยการเขียนไปขอผู้ชายคนอื่นเช่นกันในเรื่องที่เธอไม่ได้บอกคุณ และทุกวันนี้มียาที่สามารถทานแล้วทำให้ท้องพองขึ้น หากคุณบินมาดูเธอ ซึ่งถ้าอยากทราบข้อเท็จจริงต้องไปพบแพทย์เท่านั้น

“การท่องเที่ยวด้อยคุณภาพของประเทศไทย ท่านอาจไม่เคยได้ยินได้ฟังว่าการที่นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น และประเทศไทยไม่มีศักยภาพเพียงพอในอันที่จะควบคุมธุรกิจท่องเที่ยวให้อยู่ในกรอบแห่งกฎหมาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และประเพณีอันดีงามของชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรืออาจเรียกว่าการท่องเที่ยวด้อยคุณภาพ ได้ก่อให้เกิดปัญหาสังคมตามมานานัปการ มีตั้งแต่แก๊งต้มตุ๋น ค้ายาเสพติดไปจนถึงอาชญากรรมทางเพศ ซึ่งมีทั้งเป็นผู้ก่อเองและเป็นเหตุให้ผู้อื่นก่ออาชญากรรมแก่ตนเอง ดังที่เกิดขึ้นรายล่าสุดที่เกาะเต่า” (ที่มา : บทความวารสาร,หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน,13 ตุลาคม 2557)

นอกจากปัญหาอาชญากรรมอันเกิดจากนักท่องเที่ยวเอง และนักท่องเที่ยวเป็นเหตุแล้วยังมีปัญหาซึ่งมิได้เกิดจากนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่สืบเนื่องจากการท่องเที่ยวได้มีการบุกรุกขายหาด ภูเขา เป็นต้น เพื่อก่อสร้างโรงแรม รีสอร์ท เพื่อเป็นการรองรับนักท่องเที่ยวทำให้ทรัพยากรของประเทศถูกทำลาย และถูกใช้ให้หมดไปอย่างไม่คุ้มค่า และก่อนเวลาอันควร

จากปัญหาสังคมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยว และองค์กรธุรกิจอันเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวนี้เอง ประเทศไทยจะต้องใช้เงินจำนวนมหาศาลบางที่อาจมากกว่ารายได้ ซึ่งเกิดการท่องเที่ยวด้วยซ้ำไป เพื่อแก้ไขและป้องกันปัญหา ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ตัวอย่างรีวิวปัญหาจากการถูกหลอกลวงของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

Donnie Matte : December 22, 2014 at 2:40 am

I was scammed out of 4000 USD by someone claiming to represent Leo Petroleum

Vivi : December 30, 2014 at 9:53 am

Also in Phuket at karon beach, the Seven eleven workers, don’t give you a receit, and add 50-100thb every customers total sum. And funniest in here is, that if you want to contact tourist police, guess where you can do it? In seven eleven :) seven eleven workers in karon are helping the tourist police.

Rsp : January 18, 2015 at 1:35 am

I been scam before in thailand bangkok…

5. Patpong Sex Show Scam

-tht guy say :Free Show not need to pay but end up pay for 60,000 baht..but No choice!!!

*First lady show 5000 baht

*Lady Drink 5000 baht

*Heineken 15000 baht for 1 jar…

*Lady Dance 5000 baht

REALLY NEED TO BE CAREFUL….

And also Be careful when tuk tuk driver or someone show naked girl picture…

Please Do Not Follow, Once you follow it may cost you thousand Dollar…

If you don't have enough money, I have no idea what will happens..

8. Taxi Scam *Some taxi driver don't even switch on the meter just say the price and the price will be more that normal fare maybe double or triple or even more…

glenn haffner : March 12, 2015 at 4:59 am

how about the thai seafood scam from taxi drivers?-Never ask a taxi driver late at night for him to recommend a good restaurant to go to. Taxi drivers will often take you to a seafood restaurant on phaya thai in the middle of nowhere, that inflates the prices of the food by a measure that is off the radar screen. The billing comes up as SD SEAFOOD on your credit card bill. You have been warned. Eat street food late at night, do not ask taxi drivers a damn thing, they are IN with the restaurant. GOT IT??

Masha B : April 25, 2015 at 3:56 pm

New scam! You walk down street and nice Thai man starts talking to you, very nice, shows you on map good temples to go to and says today is holiday! All tuk tuk are only 20 baht for two people, suddenly tuk tuk appears and man is nice and you get in… you go to all the great temples in Bangkok (Black Buddha, is it even real?) you go to one temple, then go to second one (black Buddha) and man there asks how you find this temple since only locals know. Then he talks your ear off for ten minutes about history about Black Buddha, how best tailors are in Bangkok and about Colour Gem store being the best and how much money you can make by reselling jewelry you buy now in a few years. He pretends to not know your driver. Then next stop, driver takes you to factory.. A thai tailor shop. You get a good deal but who knows if the suit will be good.. Then tuk tuk driver takes you to Colour Gem.. Basically tuk tuk is getting a cut out of every place you go and spend money, but he says since its special holiday, he gets free gas tickets from these businesses for driving you around. Be careful. They are so good at lying!

They keep trying to take you anywhere they can to get you to spend money, but say it's just for their free gas cards.. They will show you a card in their wallet that says Free Gas Today! But the card is old and you can tell it's been in the wallet for years! It's not real. And black Buddha story is a scam.

Al : April 30, 2015 at 2:03 am

Many scams in Thailand. I've been here for many years now and see everyday tourist getting scammed. Best advice I can give is to use common sense. Keep your valuables safe and never hand over your passport for bike hire etc. Also the ATM scams are usually done at non bank ATM in always try to use an ATM inside a bank branch with good camera coverage. I rarely take a tuk tuk but if I do I have a specific destination and agree a price before we go. Bangkok has lots to offer the tourist, its a great city. Sadly can be spoiled by the scammers who see westerners as $$$$$$

ตัวอย่างจากงานวิจัย เรื่องที่ต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุงมากที่สุด 5 อันดับแรกจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

5. เรื่องที่ต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุงมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ
(เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบระบุเอง)

	ร้อยละ
รถแท็กซี่ ตุ๊กตุ๊ก คิดเกินราคา/ไม่เปิดมิเตอร์ พาอ้อม	22.3
ปัญหาการจราจรติดขัด	15.7
การสื่อสารภาษาอังกฤษของคนไทย	12.7
ควรมี ป้ายบอกทาง ชื่อถนน และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เป็นภาษาอังกฤษ	8.7
ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น มีทางเท้าเพิ่มขึ้น มีตำรวจสอดส่องดูแล	8.1

ภาพที่ 2.8 ตารางตัวอย่างสรุปความเห็นของชาวต่างชาติต่อการมาเที่ยวไทย

ที่มา : กรุงเทพโพลล์โดยศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 17 พฤศจิกายน 2557

สรุปปัญหาจากการคอมเพลนของนักท่องเที่ยวที่ถูกหลอกลวงหรือถูกโกงในกรุงเทพมหานครและประเทศไทย เป็นปัญหาทางด้านการที่นักท่องเที่ยวถูกหลอกหลวงเกี่ยวกับสินค้าและบริการ การนำเที่ยว การบริการของรถแท็กซี่ ปัญหาจราจรติดขัด และความปลอดภัยในด้านทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ซึ่งปัญหาเหล่านี้ เป็นปัญหาที่สำคัญที่ต้องมีการจัดการและแก้ไขเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาสะสม และจะทำให้กรุงเทพมหานครและประเทศไทยเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกต่อไป

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจ

สมกมล พวงพรหม (2546) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี และมีสถาน ภาพสมรส นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ อเมริกา อังกฤษ และญี่ปุ่น ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีรายได้ / ปี น้อยกว่า US$ 10,000 และพบว่า 1. ปัจจัยจูงในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสารมากที่สุด 3 อันดับ อันดับแรก ได้แก่ เพื่อความสนุกสนานบันเทิง ที่พักราคาถูก และเพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้า 2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสารมากที่สุด ได้แก่ จากเพื่อน และจากอินเตอร์เน็ต 3. จากการศึกษาวิจัยทัศนคติในการท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสารด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า 3.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติเกี่ยวกับราคาของที่พักอยู่ในระดับที่ดี ส่วนทัศนคติเรื่อง ความสะอาดและความปลอดภัยของที่พัก อยู่ในระดับที่ไม่ดี

ศุภกร ภัทรธนกุล (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ทัศนคติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร อันเป็นผลมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง : กรณีศึกษา พ.ศ. 2549-2550” พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ความรู้สึกปลอดภัยในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และความรู้สึกคุ้มค่าต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับ “มาก” อย่างไรก็ดีการท่องเที่ยวไทยควรจะมีการพัฒนาคุณภาพในด้านต่าง ๆ และสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับ “มากที่สุด” อย่างไรก็ดีนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครต่ำกว่า

ระดับ “มาก” มากกว่า 1 ใน 3 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสนใจปัจจัยดังกล่าวนี้มากขึ้นผ่านการควบคุมกวดขันอาชญากรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังคงพบปัญหาจากการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครหลายประการ และปัญหาเหล่านั้นก็เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมานาน ทั้งเรื่องความสะอาด ทัศนียภาพ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ขับรถยนต์รับจ้างที่มักไม่คิดค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวในระดับราคาปกติ ทั้งยังขาดความรู้ทางภาษาที่เหมาะสม นอกจากนั้นการจราจรที่ขาดการควบคุมดูแลอย่างมีประสิทธิภาพทำให้เกิดการจราจรติดขัด เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่อยู่ในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็ยังมีไม่เพียงพอทำให้เสียโอกาสทางการตลาด ปัญหาสัตว์จรจัดที่อยู่บริเวณสถานที่สาธารณะก็อาจทำอันตรายแก่นักท่องเที่ยวได้ทั้งยังสร้างภูมิทัศน์ที่ไม่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวอีกด้วย

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ (2554) ศึกษาวิจัย “โครงการการรายงานและพยากรณ์สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย” พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลงเมื่อเทียบกับช่วงไตรมาสที่ 3 ที่ผ่านมา และลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับช่วงไตรมาสที่ 3 ของปีที่แล้ว (2553) โดยมีนักท่องเที่ยวร้อยละ 30 รู้สึกธรรมดากับการท่องเที่ยวไทยในครั้งนี้ โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในการท่องเที่ยวไทยในไตรมาสนี้ ได้แก่ การเดินทางขนส่งที่ยากลำบาก (ร้อยละ 72) และสภาพภูมิอากาศ (ร้อยละ 35) ในขณะที่สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ ได้แก่ อาหารไทย (ร้อยละ 62) และคนไทย (ร้อยละ 56)

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2555) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ในช่วงเทศกาลปีใหม่” พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 87.6 เห็นว่าสถานการณ์วิกฤตน้ำท่วมประเทศไทยส่งผลน้อยถึงน้อยที่สุดต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครา 12.4 เห็นว่าส่งผลมากถึงมากที่สุด ทั้งนี้เมื่อถามถึงสิ่งที่ดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มากที่สุดอันดับแรก คือ อาหารไทย (ร้อยละ 56.9) รองลงมาคือ โบราณสถานและโบราณวัตถุ (ร้อยละ 54.0) และอัธยาศัยไมตรีของคนไทย (ร้อยละ 41.7) สำหรับสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินึกถึงเป็นอันดับแรก เมื่อคิดถึงกรุงเทพมหานคร ได้แก่ วัดพระแก้วและบรมมหาราชวัง (ร้อยละ 29.6) รองลงมา คือ วัดวาอาราม (ร้อยละ 13.7) และแหล่งชอปปิ้ง (ร้อยละ 10.5) อย่างไรก็ตามเรื่องที่นักท่องเที่ยวเป็นกังวลมากที่สุดเมื่อมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร อันดับแรก คือ การจราจรติดขัด (ร้อยละ 35.2) รองลงมาคือ สินค้าราคาแพง ถูกโก่งราคา (ร้อยละ 17.3) และการโก่งค่าโดยสารของ รถแท็กซี่ รถตุ๊ก ๆ (ร้อยละ

15.0) ด้านความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ที่ 7.65 คะแนนจากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากผลการสำรวจเมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา (7.52 คะแนน) 0.13 คะแนนโดยมีคะแนนความพึงพอใจในอาหารและเครื่องดื่มสูงสุดที่ 8.65 คะแนน และมีคะแนนความพึงพอใจในคุณภาพอากาศต่ำสุดที่ 5.05 คะแนน

มาลินี สนธิมูล และ อิทธิกร ขำเดช (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร” การท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมสำคัญหนึ่งที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจโรงแรม โรงแรมต่าง ๆ จึงต้องให้ความสำคัญต่อมาตรฐานคุณภาพของบริการโดยเฉพาะโรงแรมหรูที่มีมาตรฐานสากลในการให้บริการ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย และพักแรมในโรงแรมระดับ 5 ดาว และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์การใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร รวม 384 ตัวอย่างผ่าน 3 ช่องทาง ประกอบด้วย ทางออนไลน์ ทางบริษัทนำเที่ยว และเก็บด้วยตัวเองตามโรงแรมระดับ 5 ดาว และสถานที่ท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ตามแต่โอกาสที่เอื้ออำนวย ช่องทางละ 128 ตัวอย่างเท่ากัน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้อยู่ระหว่างเดือนสิงหาคม 2556 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2557 และใช้สถิติต่าง ๆ วิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test , F-test และ MRA ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสัญชาติ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและพักแรมในโรงแรมระดับ 5 ดาว ส่วนใหญ่ ได้แก่ เหตุผลหลักที่ใช้เลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย ระยะเวลาที่ใช้บริการพักแรมในโรงแรมระดับ 5 ดาว และช่องทางของข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย การเมืองและกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

Ealine (1984 : 30-40) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนันทนาการ และสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา” โดยการสำรวจ

ประชาชนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 980 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบความพึงพอใจในการบริการ การนันทนาการและสภาพสวนสาธารณะ พบว่าประชาชนที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.82 ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมากทั้งเพศหญิงและเพศชาย ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจมีความพึงพอในอยู่ในระดับมาก ทั้งทางด้านสภาพพื้นที่และการนันทนาการ รองลงมาข้าราชการ นักเรียน นักศึกษาสำหรับความคิดเห็นทั่ว ๆ ไป มีความเห็นว่าควรปรับปรุงพัฒนาในด้านให้บริการการรักษาความปลอดภัย และเครื่องอำนวยความสะดวกให้ทันสมัยมากกว่าที่เป็นอยู่

Danaher (1996) ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาของผู้เข้าชมไปยังประเทศนิวซีแลนด์” แม้ว่าการวิจัยในความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพการให้บริการได้เพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วง 10 ปี ที่เล็ก ๆ น้อย ๆ ของการวิจัยนี้ได้มุ่งเน้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สำรวจตราสารได้รับการพัฒนาที่ระบุสี่องค์ประกอบหลักของวันหยุดพักผ่อนของนักท่องเที่ยว : ขนส่ง ที่พัก กิจกรรมกลางแจ้งและสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวถูกมองว่าระหว่างที่สนามบินนานาชาติโอกแลนด์ก่อนออกจากนิวซีแลนด์ พวกเขาจัดอันดับความพึงพอใจของพวกเขากับแต่ละสี่องค์ประกอบและส่วนประกอบย่อยต่าง ๆ จากสถิติความถดถอย ผลจากการศึกษาพบว่ามีความพึงพอใจกับที่พัก กิจกรรมกลางแจ้งและการดึงดูดใจ มีผลกระทบที่แข็งแกร่งกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีวันหยุด ในขณะที่ความพึงพอใจกับการกระทำกิจกลางแจ้งส่งผลกระทบโอกาสในการแนะนำนิวซีแลนด์เป็นสถานที่พักผ่อนที่ แม้ว่าจะมีไม่แตกต่างกันมากในระดับความพึงพอใจในหมู่นักท่องเที่ยวจากประเทศที่แตกต่างกันมีความแตกต่างที่สำคัญในกลุ่มผู้เข้าชมรายละเอียดของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมที่พวกเขามีส่วนร่วมระหว่างการเข้าพักของพวกเขา

จากงานวิจัยที่ได้ทบทวนวรรณกรรมในเรื่องของความพึงพอใจในแต่ละด้านของความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น เป็นสิ่งที่สามารถบอกได้ถึงความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดกับการที่ลูกค้าได้รับรู้เมื่อเทียบกับสิ่งที่เค้าคาดหวัง หากลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากแสดงว่าลูกค้าได้รับรู้ถึงความคาดหวังที่หวังไว้เกินคาดหรือตรงตามจุดประสงค์ที่หวังไว้ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น และต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำหรือแนะนำบอกต่อญาติมิตรเพื่อนฟูงต่อไปเมื่อเกิดการประทับใจกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น

2.3.2 งานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

Kye-Sung (1990) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้บริโภคและความไม่พอใจในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ภาพปลายทาง” วัตถุประสงค์หลักของการศึกษาครั้งนี้เพื่อ

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพปลายทางการเดินทางและความพึงพอใจของการท่องเที่ย / ความไม่พอใจ โดยใช้กรอบทฤษฎีความเหมาะสมการประเมินการศึกษาครั้งนี้ มุ่นเน้นไปที่บทบาทของภาพจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค / ความไม่พอใจ จากจุดยืน : (1) สอดคล้องกับการทำงานระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและของเขา / เธอ การรับรู้ของประโยชน์ (ทำงาน) คุณลักษณะเฉพาะของปลายทาง (2) มีมูลค่าการแสดงออก (สัญลักษณ์) สอดคล้องระหว่างแนวคิดตนเองที่ท่องเที่ยวและภาพบุคลิกภาพปลายทาง และ (3) ระดับของการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ บริษัท ร่วมเดินทางกับการซื้อการเดินทางอิทธิพลที่มีต่อเขา / เธอพึงพอใจ /ไม่พึงพอใจ ค้นพบที่สำคัญของการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจ / ไม่พึงพอใจ มีความเกี่ยวกับความเหมาะสมทั้งการทำงานและสัญลักษณ์ ในเรื่องเกี่ยวกับความแข็งแรงของความเหมาะสมการทำงานและความเหมาะสมก็จะพบว่าอธิบาย ความพึงพอใจ / ไม่พึงพอใจในการท่องเที่ยวกับการทำงานความเหมาะสมก็จะว่าพบว่าอธิบาย ความพึงพอใจ / ไม่พึงพอใจดีกว่าความเหมาะสมสัญลักษณ์ นอกจากนี้ยังพบว่าการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ที่ท่องเที่ยวในขั้นตอนการซื้อการเดินทางส่งผลกระทบต่อของเขา / เธอพึงพอใจ / ไม่พอใจกับปลายทาง

Ferguson (1998) ได้ศึกษาเรื่อง “การตอบรับของลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ” ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบของความไม่พึงพอใจจากพฤติกรรมการตอบสนองมันอยู่ในความสนใจของผู้ผลิตมากที่สุด ผู้ผลิตที่จะเข้าใจพฤติกรรมการตอบสนองที่มีศักยภาพเกี่ยวกับพฤติกรรมความไม่พึงพอใจของลูกค้า อาจมีส่วนร่วมและยังเข้าใจในสิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตอบสนองที่ไม่พึงประสงค์ ผลกระทบของพฤติกรรมการตอบสนองต่อความพึงพอใจอาจเป็นอันตรายกับบริษัทองค์กร หากลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ อาจมีการร้องเรียนหรือยุติความสัมพันธ์ทำธุรกรรมต่าง ๆ หรือการไม่กลับมาเป็นลูกค้าอีกในอนาคต และจะทำหใองค์กรเกิดความเสียหายได้มากที่สุด หากลูกค้าไม่กลับมาใช้บริการ ทำให้รายได้ลดลงและเสียชื่อเสียงต่อองค์กร เกิดภาพลบต่อองค์กร ซึ่งเกิดจากปากต่อปากของลูกค้าในการบอกต่อในเชิงลบ ทำให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรได้อย่างมากมาย

Ven (2002) ได้ศึกษาเรื่อง “การแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์เพื่อการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภค/ความไม่พอใจในหมู่นักท่องเที่ยว” การศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์เหตุผลที่นำไปสู่ทางเลือกของการร่วมสังเกตการณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยในทางปฏิบัติภายในกรณีศึกษาความพึงพอใจของการท่องเที่ยวและความไม่พอใจ ในกลุ่มเล็ก ๆ จากการผจญภัยระยะไกลรวมการท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรไปยังประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อได้เปรียบของการสังเกตผู้เข้าร่วมเทียบกับเกณฑ์ดีแบบสอบถามการบริการลูกค้า ผู้เขียนยังแสดงบางส่วนของปัญหาที่สำคัญและปัญหาที่กำลังเผชิญหน้าผ่านเทคนิคและประโยชน์พิเศษสำหรับการวิจัยการท่องเที่ยว

แม้ว่าจุดสำคัญของการวิจัยในครั้งนี้คือการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจ / ไม่พอใจก็เป็นไปได้ที่จะมองเห็นการวิจัยในเรื่องของพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการจัดการคำถามอื่น ๆ ดังนั้นก็หวังว่านักวิจัยและองค์กรอื่น ๆ ในเชิงพาณิชย์จะพยายามใช้มากขึ้นอย่างเต็มที่เทคนิค

Alegre & Garau (2010) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและความไม่พอใจที่ท่องเที่ยว” การวิจัยครั้งนี้ได้สำรวจความพึงพอใจมักจะมีการประเมินผลของคุณลักษณะปลายทางที่แตกต่างในระดับลำดับ ในระดับดังกล่าว, จุดกลางซึ่งเป็นการไม่แยแสต่อการท่องเที่ยวสามารถแสดง / ความพึงพอใจของเธอหรือความไม่พอใจของเขากับแต่ละคุณลักษณะ ในการศึกษานี้จะชี้ให้เห็นว่าบางส่วนของนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เชิงลบหรือไม่น่าพอใจจะต้องมีการกำหนดไว้ในบริบทเฉพาะของการประเมินผล การวิเคราะห์จะทำให้ความแตกต่างและธรรมชาติที่สมบูรณ์ของแนวคิดและการวัดความพึงพอใจและความไม่พอใจ ในระหว่างประสบการณ์วันหยุด ผลงานวิจัยนี้จะตรวจสอบผลกระทบของการประเมินผล ความพึงพอใจและความไม่พอใจขึ้นกับความพึงพอใจโดยรวมทั้งนักท่องเที่ยวและความตั้งใจของพวกเขาที่จะกลับไปยังปลางทาง

Korzay & Alvarez (2011) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและความไม่พอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในตุรกี” จากผลการวิจัยก่อนหน้านี้มีการระบุความพึงพอใจของการท่องเที่ยวที่เป็นแนวคิดที่สำคัญในการสร้างประสิทธิภาพการทำงานของสถานที่ท่องเที่ยว ได้รับการเพิ่มระดับของการแข่งขันก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับเจ้าที่การจัดการปลายทางที่จะเข้าใจปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พอใจสำหรับผู้เข้าชม การวิจัยในปัจจุบันจะขึ้นอยู่กับข้อมูลที่รวบรวมจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นไปเยือนตุรกี ผ่านคำถามปลายเปิดรายการของเหตุผลหลักว่าทำไมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจหรือไม่พอใจกับการเข้าชมของพวกเขาไปยังตุรกีที่ได้รับและวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการชี้ไปที่ความสำคัญของการมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าภาพและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในความสัมพันธ์กับชุมชนเป็นเจ้าภาพและความจำเป็นในการวิจัยต่อไปเพื่อทดสอบผลกระทบของการสังเกตุเหล่านี้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีการเข้าชม ผลกระทบการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการวางตำแหน่งในการแข่งขันของประเทศตุรกีจะได้มาจากข้อสรุปนี้และจากการวิเคราะห์ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ด้วยการเยี่ยมชมของพวกเขาในตุรกี

Supitchayangkool (2012) ได้ศึกษาเรื่อง “ความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจกับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการและการกลับมาเที่ยวซ้ำพัทยา” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการนักท่องเที่ยวฯลฯ มีความตั้งใจที่จะทบทวนพัทยาซึ่งเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในประเทศไทยและเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวพึงพอใจและไม่พอใจที่มีต่อ

การให้บริการ นำผลการสำรวจ จำนวน 400 คน ระหว่างอเมริกันและยุโรป ของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ ผลการสำรวจ 307 นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจ (5%) ในขณะที่ 93 นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ (23.25%) ทางด้านคุณภาพการให้บริการของเมืองพัทยา จากจำนวน 307 ของนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจ 264 เป็นชาวยุโรป (86%) ในขณะที่ 43 เป็นชาวอเมริกัน (14%) ในขณะที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจจำนวน 93 ประกอบด้วย ยุโรป 85 (91.4%) และ ชาวอเมริกัน 8 (8.6%) สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ โดยรวมมีผลทางบวกกับความตั้งใจที่จะกลับมาซ้ำ องค์ประกอบมีผลทางบวกกับความตั้งใจที่เป็นประสบการณ์ ข้อมูล การต้อนรับ ราคาค่าเงินจิสติกส์ และอาหาร สำหรับนักท่องเที่ยวไม่พอใจคุณภาพการบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะทบทวนองค์ประกอบคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ทางบวกด้วยความตั้งใจที่จะทบทวนประสบการณ์หลักท่องเที่ยว ข้อมูล การต้อนรับ สุขอนามัยความคุ้มค่า เงินและโลจิสติกส์เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวไม่พอใจนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจพบว่ามีการรับรู้ที่สูงขึ้นต่อคุณภาพการให้บริการของเมืองพัทยา

L.Crompton (2013) ได้ศึกษาเรื่อง “ประสบการณ์การท่องเที่ยวกับความพึงพอใจและไม่พอใจ” จากการศึกษาพบว่า ความไม่พอใจที่เกิดขึ้นในการเดินทางไปพักผ่อนไม่พบสิ่งที่พวกเขาคาดหวังที่จะหาได้จากที่ปลายทางที่เลือก ปลายทางคือความผิดหวังแล้วนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มไม่เพียงแต่จะดูที่อื่นเพื่อความพึงพอใจในอนาคต แต่ยังมีความสำคัญอย่างยิ่งของปลายทาง การวิจัยสอดคล้องกัน แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารส่วนบุคคลจากสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวเพื่อนและคนรู้จัก เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากที่สุดและแพร่หลายแหล่งข้อมูลวรรณคดีพฤติกรรมของผู้บริโภคแสดงให้เห็นว่าความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะมากขึ้น

งานวิจัยทางด้านความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ เป็นด้านที่ผู้วิจัยศึกษาเนื่องจากเป็นการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยด้านของความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น มันเป็นสาเหตุที่สำคัญที่สามารถบอกได้ถึงความปรารถนาของลูกค้าว่าเกิดความพึงพอใจแค่ไหนในด้านการบริการและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวที่เค้าเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแค่ไหนหรือทำให้เกิดความไม่พึงพอใจกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น จึงเป็นสาเหตุของผลงานวิจัยในอีกส่วนหนึ่งของความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในด้านของความไม่พึงพอใจ เป็นด้านลบในแง่ที่น่าสนใจที่จะนำเอาปัจจัยด้านลบต่าง ๆ มาทำการวิจัย สอบถามความรู้สึกของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงผลทางด้าน

ลบของการท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถนำผลงานของการวิจัยครั้งนี้ มาใช้ประโยชน์ทางด้านธุรกิจการท่องเที่ยวต่อไป

2.3.3 งานวิจัยเกี่ยวกับการกลับมาเที่ยวซ้ำ

สุรชัย จันทร์จรัส และ อาร์ม นาครทรรพ (2556) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการกลับมาเที่ยวซ้ำเชียงคานของนักท่องเที่ยว” การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตำบลเชียงคาน และปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวซ้ำ ด้วยแบบจำลองการวิเคราะห์ความอยู่รอด (Survival Analysis) ผลของการศึกษาทำให้ทราบว่าสิ่งดึงดูดและความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเชียงคานมากที่สุดคือเรื่องของสภาพแวดล้อมวัฒนธรรมและวิถีดั้งเดิม ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนเมืองที่เป็นคนหนุ่มสาว และมีรายได้ต่อเดือนไม่มากนัก นอกจากนี้ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวเชียงคานมาแล้วครั้งหนึ่ง ระยะเวลาการไปเที่ยวเชียงคานซ้ำของนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับระยะทาง คือ ถ้าระยะทางห่างไกลขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มที่จะกลับมาเยือนเชียงคานช้าลง

สุรชัย จันทร์จรัส พงศธร ชัยสวัสดิ์ และอโณทัย หาระสาร (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “อุปสงค์การกลับมาเที่ยวซ้ำและการเลือกที่พักของการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน” ในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การกลับมาเที่ยวซ้ำและอุปสงค์การเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ตัวอย่างทดสอบด้วยใช้แบบจำลองสองทางเลือก (binary logit) และแบบจำลองหลายทางเลือก (multinomial logit) ผลการศึกษาพบว่าความประทับใจในธรรมชาติสิ่งแวดล้อมของจังหวัดน่าน ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวและจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดน่าน มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การกลับมาเที่ยวซ้ำในรอบ 12 เดือนในทิศทางบวก ในขณะที่อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและพบว่าบรรยากาศสิ่งแวดล้อมและความสวยงามของที่พักมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักทั้งประเภทอุทยานแห่งชาติและรีสอร์ท เมื่อเปรียบเทียบกับการเลือกที่พักประเภทโรงแรมในทิศทางบวก

อัศวิน แสงพิกุล (2560) ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาผลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต” ตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็นตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่สำคัญตลาดหนึ่งของจังหวัดภูเก็ต อย่างไรก็ตาม ประเด็นเรื่องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีข้อมูลอยู่น้อย ทั้งนี้การเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำหรือที่เรียกว่า ความภักดีต่อจุดหมายปลายทางเป็นปัจจัยสำคัญทางการต

บาดในการแข่งขันด้านศักยภาพความดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ซึ่งผู้บริหารด้านการท่องเที่ยวควรเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาแผนงานหรือกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนซ้ำ ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อความภักดีจุดหมายปลายทางของจังหวัดภูเก็ต ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 225 คน โดยใช้การเลือกสุ่มแบบตามสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และ ความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้จึงได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

Hui & Wan (2006) ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเทียวและการกลับมาเที่ยวซ้ำในประเทศสิงคโปร์” การศึกษาครั้งนี้ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันโดยใช้รูปแบบความคิดผสมผสานแนวคิดของความคาดหวัง [Oliver, R.L. (1980) รูปแบบองค์ความรู้และความเข้าใจของบุคคลและผลของการตัดสินใจความพึงพอใจ (วารสารการวิจัยการตลาด, 460-469) การบริการคุณภาพกรอบ รูปแบบความคิดของคุณภาพการให้บริการและความหมายของการวิจัยในอนาคต (วารสารการวิจัยการตลาด, 41-50) (Cronin, J.J., & Taylor, S.A.,1992) คุณภาพการให้บริการตรวจวัด : การสอบใหม่และการขยาย จากตัวอย่างจำนวนประชากร นักท่องเที่ยวจำนวน 424 คน จากสนามบินแชงกี ของประเทศสิงคโปร์ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เอเชีย โอเชียเนีย และอเมริกาเหนือ จากผลการวิเคราะห์ทั้งหมด ทางด้านราคาเป็นนัยสำคัญในการสร้างระดับความพึงพอใจโดยรวมสำหรับทุกกลุ่มของนักท่องเที่ยว ที่พักและอาหารอยู่ในความพึงพอใจของชาวอเมริกาเหนือ มีความพึงพอใจสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในความพึงพอใจของ ชาวยุโรปและเอเชีย และวัฒนธรรม อยู่ในความพึงพอใจของชาวโอเชียเนีย ไม่มีปัจจัยเดียวที่สามารถดึงดูดทุกกลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวทุกคนยินดีที่จะแนะนำประเทศสิงคโปร์ให้กับญาติและเพื่อนของพวกเขาและพวกเขายินดีที่จะกลับมายังสิงคโปร์ในอนาคต

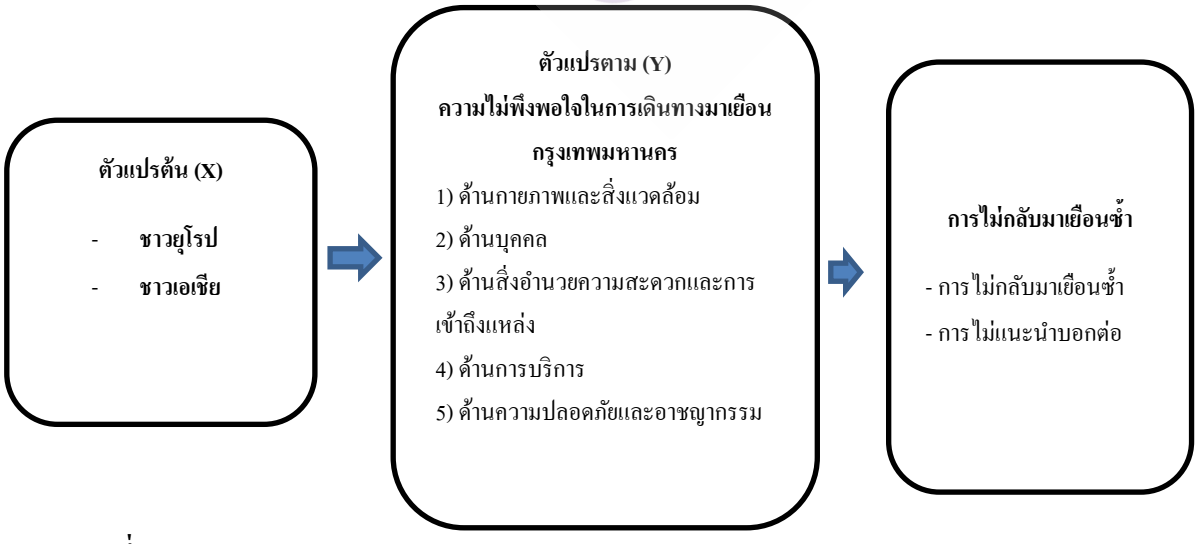
ในการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยด้านที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำหรือกลับมาเที่ยวซ้ำนั้น เป็นผลมาจากความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ หากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วได้รับความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการและความปลอดภัยในทรัพย์สิน ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและทำ

ให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ และบอกต่อหรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้กับบุคคลที่ใกล้ชิดได้ทราบ ว่าดีอย่างไร จึงเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวนั้น แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วเกิดความไม่รู้สึกไม่ดี ได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีเกิดขึ้นในการเดินทางของเค้าในครั้งนั้น เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ก็อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น และทำให้ไม่อยากเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกด้านหนึ่งที่เป็นผลลบต่อการท่องเที่ยว เพราะเป็นเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวลดลงได้

สรุปผลการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องของความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่องานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงปัญหาเกี่ยวกับความไม่พึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวดังนั้นในการศึกษาวิจัยข้างต้นนั้น เพื่อให้ทราบข้อมูล วิธีดำเนินการวิจัย และเป็นแนวทางในการศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่เกี่ยวกับความไม่พึงพอใจในการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชียสรุปโดยใช้ตารางเปรียบเทียบนำเอาด้านความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจมาเปรียบเทียบกันดังตาราง ต่อไปนี้

2.4 กรอบแนวความคิด

ในการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2.9 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย โดยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชีย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยช่วงระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือช่วงเดือนเมษายน - เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560 กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และอธิบายความหมายของข้อมูลพร้อมสรุปผลการศึกษาโดยมีระเบียบวิธีวิจัยของการศึกษาโดยกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.2 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นชาวยุโรปและชาวเอเชีย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2560

3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มตัวอย่างตามตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ความเชื่อมั่น 0.05 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 (อ้างถึงในพรรณี ลีกิจวัฒนะ, 2554 : 75-77)

ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ในเขตเมืองของกรุงเทพมหานคร ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้าและแหล่งชอปปิ้งที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าชาวต่างชาติ ผู้วิจัยจะใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยการเลือกตัวอย่างแบบง่าย (convenient) โดยอาศัยความสะดวก (Simple random sampling) โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลในช่วงเวลา 18.00 น. – 22.00 น. ในวันจันทร์ – ศุกร์ และเวลา 10.00 – 16.00 น. ในวันเสาร์ และ วันอาทิตย์ โดยนักท่องเที่ยวจะตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ จนได้จำนวนแบบสอบถามครบตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้ตามสูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N\,(e)^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของกลุ่มประชากร

e = ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

แทนค่า $$n = \frac{29{,}357{,}784}{1+(29{,}357{,}784)(0.05)^2}$$

โดย $n = 399.99 \approx 400$

ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะใช้กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่างชาวยุโรปกับชาวเอเชีย จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.99 เพื่อความสะดวกของผู้วิจัยจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างสามารถเก็บได้ 450 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนงานวรรณกรรม ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และมาจากการทบทวนงานวรรณกรรมแนวคิดแนวทฤษฎีความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่เกี่ยวกับความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย สามารถแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Closedform Question) แบบเลือกตอบ (Check list) โดยมีแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อการมาเยือนกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชีย มีทั้งหมด 5 ด้าน คือ ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม มีทั้งหมด 23 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Closedform Question) แบบวัดเจตคติโดยใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามแบบของ (Likert s scale) โดยมีเกณฑ์วัดระดับความคิดเห็นแบ่งไว้เป็น 5 ระดับดังต่อไปนี้ (พชรดา มงคลนวคุณ, น.237,2555) , ศิวพร ชูศร, ธนภูมิ อติเวทิน, (2558) , กฤศนพัชญ์ บุญช่วย และสมบัติ กาญจนกิจ, ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร, (2552) , นาตยา เจริญผล, น.149, (2555).

ค่าคะแนนระดับความไม่พึงพอใจ

5 คะแนน	หมายถึง	มากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มาก
3 คะแนน	หมายถึง	ปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	น้อย
1 คะแนน	หมายถึง	น้อยที่สุด

และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยการหนดพิสัยของคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว, 2535, น. 23-24) มีวิธีคำนวณดังนี้

อันตรภาคชั้น = $\frac{\text{คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของคะแนน}}$

= $\frac{5-1}{5}$

= 0.08

เกณฑ์ประเมินผล โดยใช้คะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ ดังนี้

4.21 – 5.00	คะแนน	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 – 4.20	คะแนน	หมายถึง	มาก
2.61 – 3.40	คะแนน	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 – 2.60	คะแนน	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.80	คะแนน	หมายถึง	น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่อาจส่งผลต่ออิทธิพลของความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชีย มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Closedform Question) แบบวัดเจตคติโดยใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามแบบของ (Likert s scale) จำนวน 2 ข้อ วัดระดับความคิดเห็นของความไม่พึงพอใจในการไม่กลับมาเยือนซ้ำและการไม่แนะนำบอกต่อ (เลิศพร ภาระสกุล, (2558)

ค่าคะแนนระดับความคิดเห็น

5 คะแนน	หมายถึง	เป็นไปได้อย่างยิ่ง

4 คะแนน	หมายถึง	เป็นไปได้
3 คะแนน	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2 คะแนน	หมายถึง	เป็นไปได้น้อย
1 คะแนน	หมายถึง	ไม่น่าจะเป็น

และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยการหนดพิสัยของคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว, 2535, น. 23-24) มีวิธีคำนวณดังนี้

อันตรภาคชั้น = $\frac{\text{คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของคะแนน}}$

= $\frac{5-1}{5}$

= 0.08

เกณฑ์ประเมินผล โดยใช้คะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ ดังนี้

4.21 – 5.00	คะแนน	หมายถึง	เป็นไปได้อย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	คะแนน	หมายถึง	เป็นไปได้
2.61 – 3.40	คะแนน	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
1.81 – 2.60	คะแนน	หมายถึง	เป็นไปได้น้อย
1.00 – 1.80	คะแนน	หมายถึง	ไม่น่าจะเป็น

3.3 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้ง เครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปรแต่ละตัว ผู้วิจัยประยุกต์มาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น ต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษาตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความครบถ้วนถูกต้องแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

5. นำข้อมูลที่ได้จากการทดลองใช้ มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยค่าที่หาได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่า สำหรับหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น ครอนบาค (Cronbach) ซึ่งผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.880

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไม่ต่ำกว่า 0.7 ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ให้ความเห็นชอบแล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบ นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ โดยได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม โดยทำการสุ่มแบบบังเอิญจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคือชาวยุโรปกับชาวเอเชีย ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร รายงานวิจัย อินเตอร์เน็ต และข้อมูลสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจด้านต่าง ๆ นำมาวิเคราะห์เพื่อจัดทำเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยข้อมูลที่ได้จะเป็นดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชาวยุโรปและชาวเอเชีย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวออกมาเป็นรูปแบบของ

ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Deviation) ซึ่งเมื่อทราบค่าสถิติแล้วผู้วิจัยจะนำไปสรุปผล ในรูปแบบของตารางแสดงข้อมูลประเภทบรรยาย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่างชาวยุโรปและชาวเอเชีย ในการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร จะเป็นคำตอบที่ได้จากการประเมินค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ออกมาเป็นรูปแบบของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Variance) และค่าเฉลี่ย (Mean) นำไปสรุปผล ในรูปแบบของตารางแสดงข้อมูลประกอบการบรรยาย

การกำหนดค่าน้ำหนักของเกณฑ์การประเมิน เพื่อแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 3.1 การแปลความหมายของข้อมูลแบบสอบถาม

ระดับคะแนน	หมายถึง
4.50 – 5.00	ไม่พึงพอใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	ไม่พึงพอใจมาก
2.50 – 3.49	ไม่พึงพอใจปานกลาง
1.50 – 2.49	ไม่พึงพอใจน้อย
1.00 – 1.49	ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด

การกำหนดค่าน้ำหนักของเกณฑ์การประเมิน เพื่อแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 3.2 การแปลความหมายของข้อมูลแบบสอบถาม

ระดับคะแนน	หมายถึง
4.50 – 5.00	เป็นไปได้อย่างยิ่ง
3.50 – 4.49	เป็นไปได้
2.50 – 3.49	ไม่แน่ใจ
1.50 – 2.49	เป็นไปได้น้อย
1.00 – 1.49	ไม่น่าจะเป็น

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยข้อมูลใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยการวิเคราะห์ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Deviation)

2. การหาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่นักท่องเที่ยวทวีปยุโรปกับเอเชีย โดยการทดสอบจากกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ที่ใช้ Independent Sample t-test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) การเปรียบเทียบปัจจัยความไม่พึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชีย หาความสำคัญของปัจจัยแต่ละองค์ประกอบทั้ง 23 องค์ประกอบเพื่อหาความสำคัญ และเรียงลำดับความสำคัญมากไปหาน้อย

4. การหาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอย พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มากกว่า 2 ตัวแปร ได้แก่ การหาปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อสมมติฐาน (Assumption) ดังนี้

4.1 ค่าความคาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน (The model are independent) โดยมีเงื่อนไขดังนี้

4.1.1 การตรวจสอบ dw < dl, α แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางบวก

4.1.2 การตรวจสอบ dw > dl, α แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางบวก

4.1.3 การตรวจสอบ 4-dw < dl, α แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางบวก

4.1.4 การตรวจสอบ 4-dw > dU, α แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์ทางลบ

4.2 ตัวแปรอิสระต้องไม่สัมพันธ์กัน (Multicollinearity)

4.3 ค่าความคาดเคลื่อนต้องแจกแจงแบบโค้งปกติ (The errors are normally distributed)

4.4 ค่าความคาดเคลื่อนต้องมีค่าเฉลี่ยนเป็นศูนย์ (The mean of the errors is zero)

4.5 ค่าความคลาดเคลื่อนต้องมีความแปรปรวนคงที่ (Errors have a constant variance)

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย” ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 450 คน จากนั้นนำแบบสอบถามที่รวบรวมมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยจะนำเสนอตามลำดับต่อไปนี้

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และดำเนินการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครโดยการจำแนกออกเป็นสองทวีปคือยุโรปกับเอเชีย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) ที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความไม่พึงพอในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชีย

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลถึงอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

(n=450)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวนคน (ความถี่)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	235	52.2
หญิง	215	47.8
รวม	**450**	**100**
2. อายุ		
20 ปี หรือต่ำกว่า	54	12.0
20 - 30 ปี	133	29.6
31 - 40 ปี	104	23.1
41 - 50 ปี	98	21.8
51 ปีขึ้นไป	61	13.6
รวม	**450**	**100.0**
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	160	35.6
ปริญญาตรี	167	37.1
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	123	27.3
รวม	**450**	**100.0**
4. อาชีพ		
พนักงานเอกชน	196	43.6
ข้าราชการ	43	9.6
ธุรกิจส่วนตัว	49	10.9
นักเรียน / นักศึกษา	84	18.7
เกษตรกร	14	3.1
แม่บ้าน	24	5.3
เกษียณ	30	6.7
อื่น ๆ	10	2.2
รวม	**450**	**100.0**

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) **(n=450)**

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวนคน (ความถี่)	ร้อยละ
5. รายได้ปัจจุบัน		
ต่ำกว่า 1,500 เหรียญสหรัฐ	152	33.8
1,500-3,000 เหรียญสหรัฐ	152	33.8
3,001-4,500 เหรียญสหรัฐ	106	23.6
มากกว่า 4,501 เหรียญสหรัฐ	40	8.9
รวม	**450**	**100.0**
6. ภูมิลำเนา		
ยุโรป	246	54.7
เอเชีย	204	45.3
รวม	**450**	**100.0**
7. ประเทศ		
อัลบาเนีย	2	.4
ออสเตรีย	24	5.3
บังกลาเทศ	8	1.8
เบลเยียม	13	2.9
กัมพูชา	2	.4
จีน	62	13.8
เดนมาร์ก	4	.9
ฟินแลนด์	4	.9
ฝรั่งเศส	27	6.0
เยอรมนี	43	9.6
อินเดีย	19	4.2
อินโดนีเซีย	2	.4
ไอร์แลนด์	2	.4
อิตาลี	4	.9
ญี่ปุ่น	31	6.9

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) (n=450)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวนคน (ความถี่)	ร้อยละ
เกาหลี	13	2.9
คูเวต	4	.9
มาเลเซีย	8	1.8
พม่า	4	.9
เนเธอร์แลนด์	17	3.8
นอร์เวย์	9	2.0
ฟิลิปปินส์	22	4.9
โปแลนด์	1	.2
โปรตุเกส	1	.2
โรมาเนีย	2	.4
รัสเซีย	9	2.0
สิงคโปร์	20	4.4
สโลวาเกีย	1	.2
สเปน	5	1.1
สวีเดน	13	2.9
สวิตเซอร์แลนด์	14	3.1
ไต้หวัน	1	.2
ตุรกี	3	.7
สหราชอาณาจักร	48	10.7
เวียดนาม	8	1.8
รวม	**450**	**100.0**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 450 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้ เพศ เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 และเป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามอายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า อายุส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 และช่วงอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทางด้านระดับการศึกษา พบว่า มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทางด้านอาชีพ มีอาชีพส่วนใหญ่พบว่า อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ อาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 อาชีพข้าราชการ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 อาชีพเกษียณ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 อาชีพแม่บ้าน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และอาชีพที่น้อยที่สุด คืออาชีพอื่น ๆ ได้แก่ อาชีพหมอ อาชีพอิสระ อาชีพอาสาสมัค อาชีพผู้ชำนาญอาชญาวิทยา และอาชีพนักแสดง ทั้งหมดรวมเป็น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามรายได้ พบว่า มีรายต่ำกว่า 1,500 ดอลลาร์ กับ 1,500-3,000 ดอลลาร์ต่อเดือนมากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ มีราย 3,001-4,500 ดอลลาร์ต่อเดือน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 และมีรายได้มากกว่า 4,501 ดอลลาร์ต่อเดือน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามภูมิลำเนา พบว่า มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปยุโรป จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 และทวีปเอเชีย จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามภูมิภาค/ ภูมิลำเนา แยกรายประเทศ พบว่า ประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้สึกไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ ประเทศจีน จำนวน 62 คน คิดเป็น 13.8 รองลงมาคือ ประเทศอังกฤษ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ประเทศเยอรมนี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 ประเทศญี่ปุ่น จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ประเทศฝรั่งเศส จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ประเทศออสเตรีย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ประเทศฟิลิปปินส์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ประเทศสิงคโปร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ประเทศอินเดีย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ประเทศเนเธอแลนด์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ประเทศสวิสซ์เซอร์แลนด์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้องละ 3.1 ประเทศเกาหลี, สวีเดน, เบลเยี่ยม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ประเทศนอร์เวย์ ,รัสเซีย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ประเทศบังกลาเทศ

, มาเลเซีย, เวียดนาม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ประเทศสเปน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ประเทศเดนมาร์ก , ฟินแลนด์ , อิตาลี , คูเวต , พม่า จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ประเทศอัลบาเนียร์ , ตุรกี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ประเทศกัมพูชา , โรมาเนียร์ , อินโดนีเซีย , ไอร์แลนด์ , เวียดนาม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 และ ประเทศโปแลนด์, โปรตุเกต, สโลวาเกียร์ , จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครโดยการจำแนกออกเป็นสองกลุ่มทวีปคือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชีย

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง ปัจจัยด้านการบริการและปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชียที่มีต่อกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ	$\bar{X}$	การแปลผล
1	ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	3.70	มาก
2	ด้านบุคคล	2.14	น้อย
3	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง	3.00	ปานกลาง
4	ด้านการบริการ	2.49	น้อย
5	ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม	2.60	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.77**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า หลังจากที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศของกรุงเทพมหานคร สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 3.70) รองลงมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการข้าถึงแหล่ง ($\bar{X}$ = 3.00) ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ($\bar{X}$ = 2.60) ด้านการบริการ ($\bar{X}$ = 2.39) และด้านบุคคล ($\bar{X}$ = 2.14) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ	$\bar{X}$	การแปลผล
1	ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	3.59	มาก
2	ด้านบุคคล	2.07	น้อย
3	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง	2.95	ปานกลาง
4	ด้านการบริการ	2.39	น้อย
5	ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม	2.48	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.69**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.3 พบว่า หลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปได้สัมผัสกับบรรยากาศของกรุงเทพมหานคร สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 3.59) รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการข้าถึงแหล่ง ($\bar{X}$ = 2.95) ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ($\bar{X}$ = 2.48) ด้านการบริการ ($\bar{X}$ = 2.39) และด้านบุคคล ($\bar{X}$ = 2.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ	$\bar{X}$	การแปลผล
1	ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	3.83	มาก
2	ด้านบุคคล	2.22	น้อย
3	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง	3.05	ปานกลาง
4	ด้านการบริการ	2.61	ปานกลาง
5	ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม	2.75	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.89**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.4 พบว่า หลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้สัมผัสกับบรรยากาศของกรุงเทพมหานคร สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ($\overline{X}$ = 3.83) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ($\overline{X}$ = 3.05) ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ($\overline{X}$ = 2.75) ด้านการบริการ ($\overline{X}$ = 2.61) และด้านบุคคล ($\overline{X}$ = 2.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	$\overline{X}$	การแปลผล
1	บ้านเมืองสกปรก, ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.55	มาก
2	การจราจรติดขัด, รถติดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	3.98	มาก
3	สภาวะแวดล้อมมีมลพิษ, มีควันพิษ ไม่ดีต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	3.58	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	**3.70**	**มาก**

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจโดยรวมหลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร คือไม่พึงพอใจในด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมมากที่สุดได้แก่ การจราจรติดขัด, รถติดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ($\overline{X}$ = 3.98) รองลงมา คือ สภาวะแวดล้อมมีมลพิษ, ควันพิษ ไม่ดีต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.58) และ บ้านเมืองสกปรก, ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\overline{X}$ = 3.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	การแปลผล
1	บ้านเมืองสกปรก, ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.43	มาก
2	การจราจรติดขัด, รถติดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	3.80	มาก
3	สภาวะแวดล้อมมีมลพิษ, มีควันพิษ ไม่ดีต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	3.54	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	**3.59**	**มาก**

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ได้แก่ การจราจรติดขัด, รถติดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 3.80) รองลงมาคือ สภาวะแวดล้อมมีมลพิษ, ควันพิษ ไม่ดีต่อสภาพแวดล้อม ($\bar{X}$ = 3.54) และคือ บ้านเมืองสกปรก, ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X}$ = 3.43) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	การแปลผล
1	บ้านเมืองสกปรก, ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.69	มาก
2	การจราจรติดขัด, รถติดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	4.19	มาก
3	สภาวะแวดล้อมมีมลพิษ, มีควันพิษ ไม่ดีต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	3.63	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	**3.83**	**มาก**

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ได้แก่ การจราจรติดขัด, รถติดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.19) รองลงมาคือ บ้านเมือง

สกปรก, ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X}$ = 3.69) และ สภาวะแวดล้อมมีมลพิษ, ควันพิษ ไม่ดีต่อสภาพแวดล้อม ($\bar{X}$ = 3.63) ตามลำดับ

ตางรางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจด้านบุคคล	$\bar{X}$	การแปลผล
1	ผู้คนไม่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว	2.08	น้อย
2	การหลอกลวงนักท่องเที่ยว, การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว	2.21	น้อย
3	ผู้คนไม่ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว	2.14	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.14**	**น้อย**

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านบุคคลมากที่สุด ได้แก่ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว , การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 2.21) รองลงมาคือ ผู้คนไม่ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 2.14) และ ผู้คนไม่เป็นมิตร ($\bar{X}$ = 2.08) ตามลำดับ

ตางรางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยในระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจด้านบุคคล	$\bar{X}$	การแปลผล
1	ผู้คนไม่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว	1.95	น้อย
2	การหลอกลวงนักท่องเที่ยว,การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว	2.18	น้อย
3	ผู้คนไม่ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว	2.09	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.07**	**น้อย**

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านบุคคลมากที่สุดได้แก่ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว , การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 2.18) รองลงมา คือผู้คนไม่ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 2.09) และผู้คนไม่เป็นมิตร ($\bar{X}$ = 1.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อด้านบุคคล

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจด้านบุคคล	$\bar{X}$	การแปลผล
1	ผู้คนไม่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว	2.24	น้อย
2	การหลอกลวงนักท่องเที่ยว,การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว	2.25	น้อย
3	ผู้คนไม่ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว	2.19	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.22**	**น้อย**

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านบุคคลมากที่สุดได้แก่ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว , การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 2.25) รองลงมา คือผู้คนไม่เป็นมิตร ($\bar{X}$ = 2.24) และผู้คนไม่ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 2.19) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง	$\bar{X}$	การแปลผล
1	การทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน, ป้ายบอกทางมีขนาดเล็กเกินไป	2.81	ปานกลาง
2	การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวทำให้มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป	3.40	ปานกลาง
3	ห้องน้ำสาธารณะ มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	3.03	ปานกลาง
4	การดูแลและการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีความเป็นระเบียบ	2.77	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ยรวม	**3.00**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง

มากที่สุดได้แก่ การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป ($\bar{X}$ = 3.40) รองลงมา คือห้องน้ำสาธารณะมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X}$ = 3.03) การทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน, ป้ายบอกทางเล็กเกินไป ($\bar{X}$ = 2.81) และการดูแลและการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีความเป็นระเบียบ ($\bar{X}$ = 2.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง	$\bar{X}$	การแปลผล
1	การทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน, ป้ายบอกทางมีขนาดเล็กเกินไป	2.85	ปานกลาง
2	การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป	3.35	ปานกลาง
3	ห้องน้ำสาธารณะ มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	3.00	ปานกลาง
4	การดูแลและการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีความเป็นระเบียบ	2.63	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.95**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งมากที่สุดได้แก่ การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป ($\bar{X}$ = 3.35) รองลงมา คือห้องน้ำสาธารณะมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X}$ = 3.00) การทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน, ป้ายบอกทางเล็กเกินไป ($\bar{X}$ = 2.85) และการดูแลและการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีความเป็นระเบียบ ($\bar{X}$ = 2.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง	$\bar{X}$	การแปลผล
1	การทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน, ป้ายบอกทางมีขนาดเล็กเกินไป	2.76	ปานกลาง
2	การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวทำให้มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป	3.45	ปานกลาง
3	ห้องน้ำสาธารณะ มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	3.06	ปานกลาง
4	การดูแลและการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีความเป็นระเบียบ	2.93	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ยรวม	**3.05**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งมากที่สุดได้แก่ การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป ($\bar{X}$ = 3.45) รองลงมา คือห้องน้ำสาธารณะมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X}$ = 3.06) คือ การดูแลและการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีความเป็นระเบียบป้ายบอกทางเล็กเกินไป ($\bar{X}$ = 2.93) และ การทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน ($\bar{X}$ = 2.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านการบริการ

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านการบริการ	$\bar{X}$	การแปลผล
1	พนักงานให้บริการล่าช้ากว่าที่ท่านคาดหวังไว้	2.71	ปานกลาง
2	พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่านในการให้บริการ	2.57	น้อย
3	พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพแก่ท่าน	2.21	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.39**	**น้อย**

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านการบริการมากที่สุดได้แก่ พนักงาน

ให้บริการล่าช้ากว่าที่ท่านคาดหวังไว้ ($\bar{X}$= 2.71) รองลงมา คือ พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่านในการให้บริการ ($\bar{X}$ = 2.57) และ พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพแก่ท่าน ($\bar{X}$= 2.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อด้านการบริการ

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านการบริการ	$\bar{X}$	การแปลผล
1	พนักงานให้บริการล่าช้ากว่าที่ท่านคาดหวังไว้	2.70	ปานกลาง
2	พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่านในการให้บริการ	2.39	น้อย
3	พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพแก่ท่าน	2.11	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.40**	**น้อย**

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านการบริการมากที่สุดได้แก่ พนักงานให้บริการล่าช้ากว่าที่ท่านคาดหวังไว้ ($\bar{X}$= 2.71) รองลงมา คือพนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่านในการให้บริการ ($\bar{X}$ = 2.57) และ พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพแก่ท่าน ($\bar{X}$= 2.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อด้านการบริการ

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านการบริการ	$\bar{X}$	การแปลผล
1	พนักงานให้บริการล่าช้ากว่าที่ท่านคาดหวังไว้	2.74	ปานกลาง
2	พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่านในการให้บริการ	2.79	ปานกลาง
3	พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพแก่ท่าน	2.32	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.61**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านการบริการมากที่สุดได้แก่ พนักงาน

ให้บริการล่าช้ากว่าที่ท่านคาดหวังไว้ ($\bar{X}$= 2.74) รองลงมา คือพนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่านในการให้บริการ ($\bar{X}$ = 2.74) และ พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพแก่ท่าน ($\bar{X}$= 2.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม	$\bar{X}$	การแปลผล
1	การถูกฉกชิงวิ่งราว, การถูกทำร้ายร่างกาย, การถูกรูดทรัพย์	2.37	น้อย
2	การปะท้วง, การก่อม็อบ, การก่อการร้าย	2.48	น้อย
3	การถูกแท็กซี่โกงราคาค่าโดยสาร	3.24	ปานกลาง
4	การถูกเอารัดเอาเปรียบด้านสินค้าและบริการต่าง ๆ	3.15	ปานกลาง
5	การถูกขโมยทรัพย์สิน, ทรัพย์สินสูญหายในขณะที่พักในโรงแรมหรือที่พักแรม	2.41	น้อย
6	การถูกบริษัทนำเที่ยวโกงราคาค่าทัวร์, และถูกหลอกลวง	2.54	น้อย
7	การเกิดอุบัติเหตุทางการคมนาคมในระหว่างการเดินทางของท่านบนท้องถนน	2.20	น้อย
8	การไม่มีความปลอดภัยในการใช้บริการขนส่งสาธารณะทางรถและทางเรือ	2.48	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.60**	น้อย

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอในด้านการบริการมากที่สุด ได้แก่ การถูกแท็กซี่โกงราคาค่าโดยสาร ($\bar{X}$ = 3.24) รองลงมา คือการถูกเอารัดเอาเปรียบด้านสินค้าและบริการต่าง ๆ ($\bar{X}$ = 3.04) การไม่มีความปลอดภัยในการใช้บริการขนส่งสาธารณะทางรถและทางเรือ ($\bar{X}$ = 2.48) การถูกบริษัทนำเที่ยวโกงราคาค่าทัวร์, และถูกหลอกลวง ($\bar{X}$ = 2.44) การปะท้วง, การก่อม็อบ, การก่อการร้าย ($\bar{X}$ = 2.31) การถูกฉกชิงวิ่งราว, ทำร้ายร่างกาย, รูดทรัพย์ ($\bar{X}$=2.23) การถูกขโมย

ทรัพย์สิน, ทรัพย์สินสูญหายในขณะที่พักในโรงแรมหรือที่พักแรม ($\bar{X}$=2.22) และ คือการเกิดอุบัติเหตุทางการคมนาคมในระหว่างการเดินทางของท่านบนท้องถนน ($\bar{X}$=2.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม	$\bar{X}$	การแปลผล
1	การถูกฉกชิงวิ่งราว, การถูกทำร้ายร่างกาย, การถูกรูดทรัพย์	2.23	น้อย
2	การปะท้วง, การก่อม็อบ, การก่อการร้าย	2.31	น้อย
3	การถูกแท็กซี่โกงราคาค่าโดยสาร	3.11	ปานกลาง
4	การถูกเอารัดเอาเปรียบด้านสินค้าและบริการต่าง ๆ	3.04	ปานกลาง
5	การถูกขโมยทรัพย์สิน, ทรัพย์สินสูญหายในขณะที่พักในโรงแรมหรือที่พักแรม	2.22	น้อย
6	การถูกบริษัทนำเที่ยวโกงราคาค่าทัวร์, และถูกหลอกลวง	2.44	น้อย
7	การเกิดอุบัติเหตุทางการคมนาคมในระหว่างการเดินทางของท่านบนท้องถนน	2.07	น้อย
8	การไม่มีความปลอดภัยในการใช้บริการขนส่งสาธารณะทางรถและทางเรือ	2.48	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.48**	**น้อย**

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านการบริการมากที่สุดได้แก่ การถูกแท็กซี่โกงราคาค่าโดยสาร ($\bar{X}$ = 3.11) รองลงมา คือการถูกเอารัดเอาเปรียบด้านสินค้าและบริการต่าง ๆ ($\bar{X}$ = 3.04) การไม่มีความปลอดภัยในการใช้บริการขนส่งสาธารณะทางรถและทางเรือ ($\bar{X}$ = 2.48) การถูกบริษัทนำเที่ยวโกงราคาค่าทัวร์, และถูกหลอกลวง ($\bar{X}$ = 2.44) การปะท้วง, การก่อม็อบ, การก่อการร้าย ($\bar{X}$ = 2.31) การถูกฉกชิงวิ่งราว, ทำร้ายร่างกาย, รูดทรัพย์ ($\bar{X}$=2.23) การ

ถูกขโมยทรัพย์สิน, ทรัพย์สินสูญหายในขณะที่พักในโรงแรมหรือที่พักแรม ($\bar{X}$=2.22) และ การเกิดอุบัติเหตุทางการคมนาคมในระหว่างการเดินทางของท่านบนท้องถนน ($\bar{X}$=2.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีต่อด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม

ลำดับ	ความไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม	$\bar{X}$	การแปลผล
1	การถูกฉกชิงวิ่งราว, การถูกทำร้ายร่างกาย, การถูกรูดทรัพย์	2.54	น้อย
2	การปะท้วง, การก่อม็อบ, การก่อการร้าย	2.69	ปานกลาง
3	การถูกแท็กซี่โกงราคาค่าโดยสาร	3.39	ปานกลาง
4	การถูกเอารัดเอาเปรียบด้านสินค้าและบริการต่าง ๆ	3.28	ปานกลาง
5	การถูกขโมยทรัพย์สิน, ทรัพย์สินสูญหายในขณะที่พักในโรงแรมหรือที่พักแรม	2.65	ปานกลาง
6	การถูกบริษัทนำเที่ยวโกงราคาค่าทัวร์, และถูกหลอกลวง	2.67	ปานกลาง
7	การเกิดอุบัติเหตุทางการคมนาคมในระหว่างการเดินทางของท่านบนท้องถนน	2.35	น้อย
8	การไม่มีความปลอดภัยในการใช้บริการขนส่งสาธารณะทางรถและทางเรือ	2.48	น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.75**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่พึงพอใจในด้านการบริการมากที่สุดได้แก่ การถูกแท็กซี่โกงราคาค่าโดยสาร ($\bar{X}$ = 3.39) รองลงมา คือ การถูกเอารัดเอาเปรียบด้านสินค้าและบริการต่าง ๆ ($\bar{X}$ = 3.28) การปะท้วง, การก่อม็อบ, การก่อการร้าย ($\bar{X}$ = 2.69) การถูกบริษัทนำเที่ยวโกงราคาค่าทัวร์, และถูกหลอกลวง ($\bar{X}$ = 2.67) การถูกขโมยทรัพย์สิน, ทรัพย์สินสูญหายในขณะที่พักในโรงแรมหรือที่พักแรม ($\bar{X}$ = 2.65) การถูกฉกชิงวิ่งราว, ทำร้ายร่างกาย, รูดทรัพย์ ($\bar{X}$=2.54) การไม่มีความปลอดภัยในการใช้บริการขนส่งสาธารณะทางรถและทางเรือ ($\bar{X}$=2.48)

และ การเกิดอุบัติเหตุทางการคมนาคมในระหว่างการเดินทางของท่านบนท้องถนน ($\bar{X}$=2.35) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	แนวโน้มในการจะไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	การแปลผล
1	โอกาสที่จะไม่กลับมาเยือนซ้ำ	2.40	เป็นไปได้น้อย
2	โอกาสที่จะไม่แนะนำให้ผู้อื่นมาเยือนซ้ำ	2.24	เป็นไปได้น้อย
	ค่าเฉลี่ยรวม	**2.32**	**เป็นไปได้น้อย**

จากตารางที่ 4.20 พบว่า แนวโน้วในการจะไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว คือ โอกาสที่จะไม่กลับมาเยือนซ้ำ ($\bar{X}$=2.40) รองลงมา คือ โอกาสที่จะไม่แนะนำให้ผู้อื่นมาเยือนซ้ำ ($\bar{X}$=2.24) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) ที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการนำปัจจัยทั้ง 5 ด้าน มาทำการวิเคราะห์ใหม่ให้สถิติเป็นตัวจัดกลุ่มของปัจจัยในแต่ละด้านเกี่ยวกับความสำคัญในเรื่องของความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล (Factor Analysis) ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเบื้องต้น การทดสอบความน่าเชื่อถือ และการวัดความเหมาะสมขององค์ประกอบในแต่ด้าน ก่อนนำไปวิเคราะห์

ตารางที่ 4.21 ความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบในแต่ละด้าน ในแบบสอบถาม

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	23

จากตารางที่ 4.21 พบว่าการวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามทั้งชุดได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .880

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ความไม่พึงพอใจ	Factor Loading
ปัจจัยที่ 1 ด้านบุคคล (Eigenvalue 4.434)	
การหลอกลวงนักท่องเที่ยว, การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว	**.741**
ผู้คนไม่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว	**.736**
ผู้คนไม่ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว	**.721**
ปัจจัยที่ 2 ด้านการบริการ (Eigenvalue 4.199)	
พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่านในการให้บริการ	**.785**
พนักงานให้บริการล่าช้ากว่าที่ท่านคาดหวังไว้	**.623**
พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพแก่ท่าน	**.516**
ปัจจัยที่ 3 ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (Eigenvalue 2.464)	
การถูกแท็กซี่โกงราคาค่าโดยสาร	**.868**
การปะท้วง, การก่อม็อบ, การก่อการร้าย	**.779**
การเกิดอุบัติเหตุทางการคมนาคมในระหว่างการเดินทางของท่านบนท้องถนน	**.757**
การถูกบริษัทนำเที่ยวโกงราคาค่าทัวร์, และถูกหลอกลวง	**.721**
การถูกขโมยทรัพย์สิน, ทรัพย์สินสูญหายในขณะที่พักในโรงแรมหรือที่พักแรม	**.538**
การถูกฉกชิงวิ่งราว, การถูกทำร้ายร่างกาย, การถูกรูดทรัพย์	**.536**
การถูกบริษัทนำเที่ยวโกงราคาค่าทัวร์, การถูกหลอกลวง	**.475**
การไม่มีความปลอดภัยในการใช้บริการขนส่งสาธารณะทางรถและทางเรือ	**.408**

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ปัจจัยที่ 3 ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Eigenvalue 1.349)	
สภาวะแวดล้อมมีมลพิษ, มีควันพิษ ไม่ดีต่อสภาพแวดล้อม	**.787**
การจราจรติดขัด, รถติดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	**.764**
บ้านเมืองสกปรก, ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	**.753**
ปัจจัยที่ 5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (Eigenvalue 1.268)	
การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป	**.686**
ห้องน้ำสาธารณะ มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	**.681**
การทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน ป้ายบอกทางมีขนาดเล็กเกิน	**.590**
การดูแลและการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความเป็นระเบียบ	**.475**
KMO .741 Total Variance Explained 59.624	

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 246 คน เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครแสดงอยู่ในตารางที่ 4.22 ค่า Kaiser-Mayer Olkin (KMO) ของชุดตัวแปรที่ใช้ในการวัดความไม่พึงพอใจของตัวอย่างนักท่องเที่ยวเท่ากับ .741 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ 0.5 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทั้งหมดในสเกลที่ใช้วัดความไม่พึงพอใจมีสหสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Analysis) เป็นการจัดกลุ่มตัวแปรที่สะท้อนแนวคิดที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น ผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.22 แสดงให้เห็นว่าข้อความที่สะท้อนความไม่พึงพอใจทั้ง 21 ข้อความ สามารถสรุปออกมาเป็นความไม่พึงพอใจที่สำคัญ 5 กลุ่มปัจจัย เรียงตามลำดับความสำคัญในการพิจารณาจากค่า Eigenvalue 4.434 ซึ่งเป็นค่าที่สูงที่สุด คือ 1) ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว, การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว รองลงมา คือ 2) ปัจจัยด้านการบริการ ได้แก่ พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่านในการให้บริการ 3) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ได้แก่ การถูกแท็กซี่โกงราคาค่าโดยสาร 4) ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สภาวะแวดล้อมมีมลพิษ, มีควันพิษ ไม่ดีต่อสภาพแวดล้อม และปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจที่มีความสำคัญในลำดับท้ายคือ 5) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง ได้แก่ การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป

อนึ่งดัง ตารางที่ 4.22 ได้เรียงลำดับการจัดองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปไว้ตามลำดับความสำคัญ

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย

ความไม่พึงพอใจ	Factor Loading
ปัจจัยที่ 1 ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (Eigenvalue 7.338)	
การเกิดอุบัติเหตุทางการคมนาคมในระหว่างการเดินทางของท่านบนท้องถนน	**.745**
การปะท้วง, การก่อม็อบ, การก่อการร้าย	**.722**
การไม่มีความปลอดภัยในการใช้บริการขนส่งสาธารณะทางรถและทางเรือ	**.709**
การถูกขโมยทรัพย์สิน, ทรัพย์สินสูญหายในขณะที่พักในโรงแรมหรือที่พักแรม	**.681**
การถูกบริษัทนำเที่ยวโกงราคาค่าทัวร์, และถูกหลอกลวง	**.674**
การถูกฉกชิงวิ่งราว, การถูกทำร้ายร่างกาย, การถูกรูดทรัพย์	**.666**
การถูกเอารัดเอาเปรียบด้านสินค้าและบริการต่าง ๆ	**.577**
การถูกแท็กซี่โกงราคาค่าโดยสาร	**.534**
ปัจจัยที่ 2 ด้านการบริการ (Eigenvalue 2.879)	
พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่านในการให้บริการ	**.864**
พนักงานให้บริการล่าช้ากว่าที่ท่านคาดหวังไว้	**.829**
พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพแก่ท่าน	**.452**
ปัจจัยที่ 3 ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Eigenvalue 2.765)	
การจราจรติดขัด, รถติดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	**.746**
บ้านเมืองสกปรก, ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	**.724**
สภาวะแวดล้อมมีมลพิษ, มีควันพิษ ไม่ดีต่อสภาพแวดล้อม	**.682**
ปัจจัยที่ 4 ด้านบุคคล (Eigenvalue 1.345)	
ผู้คนไม่ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว	**.771**
ผู้คนไม่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว	**.770**

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

การหลอกลวงนักท่องเที่ยว, การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว	**.758**
ปัจจัยที่ 5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (Eigenvalue 1.046)	
ห้องน้ำสาธารณะ มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	**.839**
การทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน ป้ายบอกทางมีขนาดเล็กเกิน	**.807**
การดูแลและการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความเป็นระเบียบ	**.783**
การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป	**.619**
KMO .829 Total Variance Explained 66.839	

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 246 คน เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครแสดงอยู่ในตารางที่ 4.23 ค่า Kaiser-Mayer Olkin (KMO) ของชุดตัวแปรที่ใช้ในการวัดความไม่พึงพอใจของตัวอย่างนักท่องเที่ยวเท่ากับ .829 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ 0.5 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทั้งหมดในสเกลที่ใช้วัดความไม่พึงพอใจมีสหสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Analysis) เป็นการจัดกลุ่มตัวแปรที่สะท้อนแนวคิดที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น ผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.23 แสดงให้เห็นว่าข้อความที่สะท้อนความไม่พึงพอใจทั้ง 21 ข้อความ สามารถสรุปออกมาเป็นความไม่พึงพอใจที่สำคัญ 5 กลุ่มปัจจัย เรียงตามลำดับความสำคัญในการพิจารณาจากค่า Eigenvalue 7.338 ซึ่งเป็นค่าที่สูงที่สุด คือ 1) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ได้แก่ การเกิดอุบัติเหตุทางการคมนาคมในระหว่างการเดินทางของท่านบนท้องถนน รองลงมา คือ 2) ปัจจัยด้านการบริการ ได้แก่ พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่านในการให้บริการ 3) ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การจราจรติดขัด, รถติดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว 4) ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ ผู้คนไม่ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว และปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจที่มีความสำคัญในลำดับท้ายคือ 5) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ อนึ่งดัง ตารางที่ 4.23 ได้เรียงลำดับการจัดองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียไว้ตามลำดับความสำคัญ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความไม่พึงพอในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชีย

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างทวีปยุโรปกับเอเชีย

(n=450)

ปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจ	ทวีปยุโรป (N=246)		ทวีปเอเชีย (N=204)		t	Sig.	ผลการทดสอบ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม	2.488	.557	2.755	.695	-4.423	.003*	แตกต่าง (significant)
ด้านบุคคล	2.071	.711	2.223	.725	-2.236	.808	ไม่แตกต่าง (non-significant)
ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	3.592	.880	3.836	.784	-3.079	.058	ไม่แตกต่าง (non-significant)
ด้านการบริการ	2.398	.721	2.614	.758	-.3075	.035*	แตกต่าง (significant
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง	2.959	.654	3.052	.716	-1.443	.062	ไม่แตกต่าง (non-significant)
รวม	2.66	.427	2.87	.522	-4.542	.000	แตกต่าง (significant)

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า .05

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบการเปรียบเทียบโดยใช้สถิติ t-test ในด้านของความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างชาวยุโรปกับเอเชียในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชียมีความรู้สึกไม่พึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปอยู่ 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม 2) ด้านการบริการ และในอีก 3 ด้านมีความไม่พึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียอาจจะมีระดับความไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านที่อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Independent Sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แทน คือ

H_0: นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียอาจจะมีระดับความไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านที่อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียอาจจะมีระดับความไม่พึงพอใจในปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test ในด้านของความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับเอเชียในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พบว่า ในปัจจัยทั้งสองด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม และด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวเอเชียมีความไม่พึงพอใจแตกต่างจากชาวยุโรป และในอีกทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่งนั้นนักท่องเที่ยวทั้งสองทวีปเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ ที่ไม่แตกต่างกัน ในภาพรวมของความไม่พึงพอใจ มีความแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวเอเชียมีความไม่พึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลถึงอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครระหว่างชาวยุโรปกับชาวเอเชีย

6.1 สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ด้านบุคคล ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการบริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง และมีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Multiple regression Analysis โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แทน คือ

H_0: ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจอาจจะไม่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

H_1: ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจอาจจะมีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไม่พึงพอใจที่จะไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

Dependent Vriable	การไม่กลับมาเยือนซ้ำ ($\hat{y}$)			
Independent Variable	ด้านบุคคล (X_1) ด้านการบริการ (X_2) ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (X_3) ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (X_4) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (X_5)			
Prediction: Goodness-of-Fit				
Multiple R	.946[a]			
R Square	.823			
Adjusted R Square	.915			
Dependent Vriable	การไม่กลับมาเยือนซ้ำ ($\hat{y}$)			
Independent Variable	ด้านบุคคล (X_1) ด้านการบริการ (X_2) ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (X_3) ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (X_4) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (X_5)			
Analysis of Varianc	Degree of Freedom	Sum of Square	Mean Square	
Regression	5	56.556	11.311	
Residual	245	209.591	.873	
F = 12.952	Sig. F=.000[b]			
Durbin-Watson	2.583			

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

Explanation: Variables in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
ด้านบุคคล (X_1)	.258	.166	3.342	.001*
ด้านการบริการ (X_2)	.368	.254	3.740	.000**
ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (X_3)	.358	.191	2.943	.004*
ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (X_4)	.155	.118	2.568	.011*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (X_5)	.105	.066	1.040	.299
ค่าคงที่	.042			
Collinearity Diagnostics	Tolerance	Variable Inflation Factor	Condition Index	
ด้านบุคคล (X_1)	.700	1.428	10.637	
ด้านการบริการ (X_2)	.710	1.409	13.600	
ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (X_3)	.776	1.289	7.704	
ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (X_4)	.869	1.151	13.167	
Collinearity Diagnostics	Tolerance	Variable Inflation Factor	Condition Index	
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (X_5)	.819	1.220	17.931	
ค่าคงที่			1.000	

หมายเหตุ : ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า .05

*ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า .01

การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\hat{y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

โดยที่ $\hat{y}$ คือ การไม่กลับมาเยือนซ้ำ

X_1 คือ ด้านบุคคล

X_2 คือ ด้านการบริการ

X_3 คือ ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม

X_4 คือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม

X_5 คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง

ผลการทดสอบตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวมหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบในภาพรวม (Overall Significant)

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์พบว่า F = 12.952 Sig. = .000[b] เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 พบว่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า สมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ตัวแปรอิสระทั้ง 5 สามารถอธิบายตัวแปรตามในภาพรวม

การทดสอบข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอยมีเงื่อนไข 5 ข้อดังนี้

1. ค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน (The model errors are independent) พบว่า Durbin-Watson Statistic = 2.583 ซึ่งมากกว่า 1.820 ที่องศาอิสระ 246 จึงสรุปได้ว่า ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวก หรือไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์

2. ตัวแปรอิสระต้องไม่สัมพันธ์กัน (Multicollinearity) พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่า VIF ของตัวแปรอิสระ X_1 เท่ากับ 1.428, X_2 เท่ากับ 1.409, X_3 เท่ากับ 1.289, X_4 เท่ากับ 1.151 และ X_5 เท่ากับ 1.220 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

3. ค่าความคลาดเคลื่อนต้องมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ พบว่า ค่า Kolmogorov-Smirnov (K-S) = .890, df. = 246, Sig. = .250 เมื่อกำหนดระดับนัย สำคัญเท่ากับ .05 พบว่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า ค่าความคลาดเคลื่อนต้องแจกแจงแบบโค้งปกติ (The errors are normally distributed) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

4. ค่าความคลาดเคลื่อนต้องมีความแปรปรวนคงที่ พบว่า การทดสอบใช้วิธีของ Breusch - Pagan: LM Test

LM = n x R^2e^2, χ^2 , 5-1 = 4 เปิดตาราง Chi-Square ได้ค่าเท่ากับ 9.49

จาก $LM = n \times R^2 e^2$, = 246 x .015 = 3.69 พบว่า น้อยกว่า 9.49 สรุปได้ว่า ค่าความคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนคงที่ (Errors have a constant variance) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

5. ตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน พบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนต้องมีค่าเฉลี่ย เป็น .000 (The mean of the errors is zero) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ .915 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งห้าตัวนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 91.5 เหลืออีก 8.5 อธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นค่าสมการที่แสดงว่าค่านี้ได้ ดังนี้

$$\hat{y} = -.443 + .258X_1 + .368X_2 + .358X_3 + .155X_4 + .105X_5$$

$$(3.342)^* \ (3.740)^{**} \ (2.943)^* \ (2.568)^* \ (1.040)$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t statistic

ซึ่งพบว่า ตัวแปรอิสระห้าตัวสามารถอธิบายได้อย่างมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากค่า b_1 = .258 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อความไม่พึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจต่อด้านบุคคล จะส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า b_2 = .368 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ด้านการบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความไม่พึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจต่อด้านการบริการ เพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า b_3 = .358 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรมต่อความไม่พึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจต่อด้านความปลอดภัยและอาชญากรรมเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า b_4 = .155 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลทางบวกต่อความไม่พึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจต่อด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า b_5 = .105 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งมีอิทธิพลทางบวกต่อความไม่พึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ ทั้ง 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการบริการมากที่สุดคือ (Beta = .254) รองลงมา คือความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (Beta = .191) ความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านด้านบุคคล (Beta = .166) ความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Beta = .118) และลำดับสุดท้ายต่อความรู้สึกไม่พึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (Beta = .066) ตามลำดับ

โดยสรุปปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่ ด้านการบริการ รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ด้านบุคคล ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ไม่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

6.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ด้านบุคคล ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการบริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง และ ที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Multiple regression Analysis โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แทน คือ

H_0: ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจอาจจะไม่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย

H_1: ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจอาจจะมีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไม่พึงพอใจที่จะไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย

Dependent Variable	การไม่กลับมาเยือนซ้ำ ($\hat{y}$)			
Independent Variable	ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (X_1) ด้านการบริการ (X_2) ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (X_3) ด้านบุคคล (X_4) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง (X_5)			
Prediction: Goodness-of-Fit				
Multiple R	.885[a]			
R Square	.783			
Adjusted R Square	.874			
Standard Error	.854			
Analysis of Variance	Degree of Freedom	Sum of Square	Mean Square	
Regression	5	54.999	11.00	
Residual	203	144.438	.729	
F = 15.079	Sig. F=. 000[b]			
Durbin-Watson	2.657			
Explanation: Variables in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (X_1)	.349	.245	2.979	.003*
ด้านการบริการ (X_2)	.183	.133	2.607	.009*
ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (X_3)	.110	.091	2.007	.045*

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ด้านการบุคคล (X_4)	.397	.290	3.913	.000**
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (X_5)	.084	.061	.867	.387
ค่าคงที่	-.208			
Collinearity Diagnostics	Tolerance	Variable Inflation Factor	Condition Index	
ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (X_1)	.542	1.845	8.672	
ด้านการบริการ (X_2)	.627	1.595	15.404	
ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (X_3)	.827	1.210	14.021	
ด้านการบุคคล (X_4)	.665	1.504	10.928	
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (X_5)	.738	1.356	17.634	
ค่าคงที่			1.000	

หมายเหตุ : ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า .05
*ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า .01

การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\hat{y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

โดยที่ $\hat{y}$ คือ การไม่กลับมาเยือนซ้ำ

X_1 คือ ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม

X_2 คือ ด้านการบริการ

X_3 คือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม

X_4 คือ ด้านบุคคล

X_5 คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง

ผลการทดสอบตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวมหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบในภาพรวม (Overall Significant)

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์พบว่า F = 15.079 Sig. = .000[b] เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 พบว่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า สมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ตัวแปรอิสระทั้ง 5 สามารถอธิบายตัวแปรตามในภาพรวม

การทดสอบข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอยมีเงื่อนไข 5 ข้อดังนี้

1. ค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน (The model errors are independent) พบว่า Durbin-Watson Statistic = 2.657 ซึ่งมากกว่า 1.820 ที่องศาอิสระ 204 จึงสรุปได้ว่า ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวก หรือไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์

2. ตัวแปรอิสระต้องไม่สัมพันธ์กัน (Multicollinearity) พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่า VIF ของตัวแปรอิสระ X_1 เท่ากับ 1.845, X_2 เท่ากับ 1.596, X_3 เท่ากับ 1.210, X_4 เท่ากับ 1.504 และ X_5 เท่ากับ 1.356 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

3. ค่าความคลาดเคลื่อนต้องมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ พบว่า ค่า Kolmogorov-Smirnov (K-S) = .809, df. = 204, Sig. = .270 เมื่อกำหนดระดับนัย สำคัญเท่ากับ .05 พบว่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า ค่าความคลาดเคลื่อนต้องแจกแจงแบบโค้งปกติ (The errors are normally distributed) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

4. ค่าความคลาดเคลื่อนต้องมีความแปรปรวนคงที่ พบว่า การทดสอบใช้วิธีของ Breusch - Pagan: LM Test

LM = n x R^2e^2, χ^2 , 5-1 = 4 เปิดตาราง Chi-Square ได้ค่าเท่ากับ 9.49

จาก LM = n x R^2e^2, = 204 x .016 = 3.264 พบว่า น้อยกว่า 9.49 สรุปได้ว่า ค่าความคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนคงที่ (Errors have a constant variance) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

5. ตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน พบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนต้องมีค่าเฉลี่ยเป็น .000 (The mean of the errors is zero) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ .874 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งห้าตัวนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 87.4 เหลืออีก 12.6 อธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่น ที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นค่าสมการที่แดสงว่าค่านี้ได้ ดังนี้

$$\hat{y} = -.208 + .349X_1 + .183X_2 + .110X_3 + .397X_4 + .084X_5$$

(2.979)* (2.607)* (2.007)* (3.913)** (.867)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t statistic

ซึ่งพบว่า ตัวแปรอิสระห้าตัวสามารถอธิบายได้อย่างมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากค่า b_1 = .349 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อความไม่พึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจต่อด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม จะส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า b_2 = .183 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ด้านการบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความไม่พึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจต่อด้านการบริการ เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า b_3 = .110 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลทางบวกต่อความไม่พึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจต่อด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า b_4 = .397 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ด้านบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อความไม่พึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจต่อด้านบุคคล เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า b_5 = .084 ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง มีอิทธิพลทางบวกต่อความไม่พึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่งเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ ทั้ง 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อปัจจัยมากที่สุดคือปัจจัยด้านบุคคล (Beta = .290) รองลงมา คือความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (Beta = .245) ความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการบริการ (Beta = .133) ความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม

(Beta = .091) และลำดับสุดท้ายต่อความรู้สึกไม่พึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (Beta = .061) ตามลำดับ

โดยสรุปปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ได้แก่ปัจจัยด้านบุคคล รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ด้านการบริการ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ไม่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย

ตารางที่ 4.27 สรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณหาปัจจัยที่มีผลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ

(n=450)

ปัจจัยความไม่พึงพอใจ	ยุโรป (n=246)		เอเชีย (n=204)	
	Beta	Sig.	Beta	Sig.
ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม (X_1)	.191	.004*	.245	.003*
ด้านบุคคล (X_2)	.166	.001*	.290	.000**
ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม (X_3)	.118	.011*	.091	.045
ด้านการบริการ (X_4)	.254	.000**	.133	.009*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง (X_5)	.066	.299	.061	.387

จากตารางที่ 4.27 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับเอเชียที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปไม่พึงพอใจต่อด้านการบริการ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวเอเชียไม่พึงพอใจต่อด้านบุคคล จึงเป็นสาเหตุที่จะส่งผลต่ออิทธิพลของการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร เนื่องจากทั้งสองปัจจัยเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อกัน เพราะการบริการที่ดีและมีคุณภาพนั้นเกิดจากตัวบุคคลและบุคลากรขององค์กรนั้น ๆ จึงจะส่งผลต่ออิทธิให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ต้องการกลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครอีก

บทที่ 5
สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย” ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปผลการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 450 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแล้วเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเป็นเพศชายที่มีอายุระหว่าง 20 -30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพส่วนใหญ่ เป็นพนักงานเอกชน รายได้ปัจจุบัน มีรายได้ต่ำกว่า 1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน และ 1,500-3,000 ดอลลาร์ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป

5.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย

ปัจจัยด้านที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย หากพิจารณารายด้าน พบว่า หลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร สิ่งที่ก่อให้เกิดความรู้สึกให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง ปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ปัจจัยด้านการบริการ และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านบุคคล ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในข้อย่อยของด้านต่าง ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากที่มาสัมผัสบรรยากาศแล้วเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมคือ การจราจรติดขัด, รถติดในระหว่างการเดินทางมากที่สุด รองลงมา ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการ

เข้าถึงแหล่ง คือ จำนวนคนที่เข้ามาท่องเที่ยวมากเกินไป ปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม คือ การถูกแท็กซี่โกงราคาค่าโดยสาร ปัจจัยด้านการบริการ คือ พนักงานให้บริการล่าช้ากว่าที่ท่านคาดหวังไว้ และปัจจัยด้านบุคคล คือ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว, การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

5.1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Analysis) ที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 450 คน โดยการแยกหาค่าองค์ประกอบของแต่ละกลุ่ม (ทวีปยุโรป, ทวีเอเชีย) เข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจน โดยกลุ่มยุโรปได้ให้ความสำคัญขององค์ประกอบมากที่สุด ได้แก่ 1. ด้านบุคคล 2. ด้านการบริการ 3. ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม 4. ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม และ 5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง เรียงตามลำดับ ส่วนกลุ่มทวีปเอเชียได้ให้ความสำคัญขององค์ประกอบมากที่สุด ได้แก่ 1. ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม 2. ด้านการบริการ 3. ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม 4. ด้านบุคคล และ 5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ซึ่งทั้งสองทวีปได้ค่าความสำคัญขององค์ประกอบที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญกับปัจจัยองค์ประกอบด้านบุคคล ส่วนชาวเอเชียให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม

5.1.4 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับชาวเอเชีย ซึ่งผลจากการศึกษา สรุปได้ดังนี้คือ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชียมีความไม่พึงพอใจในทุก ๆ ด้าน มากกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามปัจจัยแต่ละด้านของความไม่พึงพอใจมากที่สุดได้แก่ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ด้านการบริการ และด้านบุคคล ตามลำดับ

5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียอาจจะมีระดับความไม่พึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษา สรุปได้ดังนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ของความไม่พึงพอใจ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีความไม่พึงพอใจด้านการบริการ, ความปลอดภัยและอาชญากรรม ที่แตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียทั้งสองด้านนี้ ส่วนอีกสามด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านบุคคล และด้านสิ่งอำนวย

ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีความไม่พึงพอใจที่ไม่แตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย

5.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านที่ส่งผลถึงอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย แบ่งออกเป็น 2 ทวีปดังนี้

1) ปัจจัยด้านที่ส่งผลต่ออิทธิพลของการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปโดยมีปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ 1) ด้านบุคคล 2) ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม 3) ด้านการบริการ 4) ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม และด้านสุดท้ายคือ 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง โดยจากการวิเคราะห์ ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ยกเว้นปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง เป็นปัจจัยด้านที่ไม่ส่งผลต่ออิทธิของการไม่กลับมาเยือนซ้ำในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

2) ปัจจัยด้านที่ส่งผลต่ออิทธิพลของการไม่กลับมาเยือนซ้ำแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย โดยมีปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ 1) ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม 2) ด้านการบริการ 3) ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม 4) ด้านบุคคล และด้านสุดท้ายคือ 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง โดยจากการวิเคราะห์ ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ยกเว้นปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง เป็นด้านที่ไม่ส่งผลต่ออิทธิของการไม่กลับมาเยือนซ้ำ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย

ดังนั้น ความแตกต่างระหว่าง นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการไม่อยากกลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการบริการ และด้านบุคคล ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญกับด้านการบริการที่ต้องได้รับความพึงพอใจสูงสุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวเอเชียให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุด จึงจะกลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครอีก

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อการมาเยือนกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย

จากการศึกษาวิจัยปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย ทั้ง 5 ด้าน นั้น พบว่าโดยรวมนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชียเกิดความไม่พึงพอใจกับปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง ปัจจัยด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ปัจจัยด้านการ

บริการ และปัจจัยด้านบุคคล ตามลำดับ ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับ ศุภกร ภัทรธนกุล, (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ทัศนคติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร อันเป็นผลมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง : กรณีศึกษา พ.ศ. 2549-2550” เกี่ยวกับประเด็นในเรื่องของความปลอดภัยและอาชญากรรม และด้านบุคคล ในเรื่องของการขายสินค้าราคาแพง, ถูกโก่งราคา, ถูกโกงค่าโดยสาร รถแท็กซี่ รถตุ๊กตุ๊ก ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจ จึงต้องมีการกวดขันอาชญากรรมและดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น ไม่ให้ถูกโกงจากผู้ประกอบการและบุคคลที่ทำธุรกิจกับเกี่ยวกับการบริการนักท่องเที่ยว

5.2.2 จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่มีแนวโน้มที่อาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 450 คน โดยแยกการหาค่าองค์ประกอบออกเป็นทวีปยุโรปกับเอเชีย ตัวแปรทั้งหมดในสเกลที่ใช้วัดความไม่พึงพอใจมีสหสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยได้ 1) ปัจจัยองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป คือ ด้านบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยด้านที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญ ได้แก่ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว, การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว, ผู้คนไม่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว ตามลำดับ ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับ เลิศพร ภาระสกุล, (2558) ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย” ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีทัศนคติที่ดีต่อต่อคนไทยและประเทศไทย แต่ก็มีทัศนคติที่ไม่ดีบางส่วน โดยนักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติที่ไม่ดีส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นคณะทัวร์ ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากอิทธิพลของตัวแทรกที่เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการจัดนำเที่ยว การดูแลของหัวหน้าทัวร์ ซึ่งเป็นความไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านบุคคล ที่มีความสำคัญขององค์ประกอบทางด้านปัจจัยของนักท่องเที่ยว

5.2.3 จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวยุโรปและเอเชียมีความไม่พึงพอใจแตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริการ และ 2) ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ส่วนอีก 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม 2) ด้านบุคคล และ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ไม่แตกต่างกัน ตามลำดับ ผลการวิจัยสอดคล้องกับ พบพร โอทกานนท์, ดร.เยาวภา ปฐมศิริกุล, (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวยุโรปและอเมริกัน” ที่ต้องได้รับความพึงพอใจสูงสุดถึงอยากที่จะ

กลับมาใช้บริการซ้ำ หรือกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นซ้ำอีก เพราะหากนักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวกในบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวก็จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่ใส่ใจข้อผิดพลาดเล็กน้อยที่เกิดขึ้น แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงลบในด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จะทำให้ถูกนำไปขยายต่อในหมู่นักท่องเที่ยวเป็นการบอกต่อในภาพลบและทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการกลับมาเยือนซ้ำอีก

5.2.4 จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย ในส่วนของแนวโน้มของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเกิดความไม่พึงพอใจในด้านการบริการที่ต้องได้รับความพึงพอใจสูงสุด ถึงจะมีความต้องการที่จะกลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครอีก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย มีความรู้สึกไม่พึงพอใจในด้านบุคคลและบุคลากร ที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดถึงจะมีความต้องการที่จะกลับมาเยือนกรุงเทพมหานครอีก และภาพรวมที่ส่งผลถึงการไม่กลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวทั้งสองทวีป ยังมีความต้องการที่จะกลับมาเยือนกรุงเทพมหานครอีก ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ อนันต์ เชี่ยวชาญกิจการ (2556) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาคุณภาพบริการสำหรับสถานประกอบการสปาในกลุ่มท่องเที่ยวแอ็กทีฟบีชประเทศไทย” พบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนการติดต่อระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านคุณค่าการรับรู้ อาจเป็นเพราะปัจจัยด้านการบริการ เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียสามารถรับรู้ได้ทันที เช่น การสื่อสารกับบุคลากรอาจเป็นด่านแรกที่สามารถสร้างความพึงพอใจ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการและการกลับมาใช้ซ้ำหรือบอกต่อไปยังบุคคลอื่น ซึ่งด้านการบริการและด้านบุคคลนั้น เป็นด้านที่ต้องมาจากตัวแปรเดียวกันที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เพราะถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับรู้ในทางด้านบวกของการบริการก็จะมีความต้องการกลับมาเยือนซ้ำ แต่ถ้าหากได้รับรู้ทางด้านลบของการบริการก็อาจจะไม่กลับมาเยือนซ้ำ เพราะสาเหตุจากปัจจัยทั้งสองด้านนี้ก็มีความสำคัญต่อพฤติกรรมหรือการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในโอกาสถัดไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับเอเชีย ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยของความไม่พึงพอใจหลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย มีความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ประเด็นโดยรวมที่ค้นพบเกี่ยวกับความไม่พึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง และด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ตามลำดับ การทราบข้อมูลจากผลการวิจัยในปัจจัยด้านความไม่พึงพอใจเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อกรุงเทพมหานครจะช่วยให้นักธุรกิจ เจ้าของกิจการ ที่ประกอบธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น บริษัททัวร์ ที่พักแรม ร้านอาหาร ซึ่งผู้ดำเนินธุรกิจเหล่านี้ควรทราบถึงปัญหาของกลุ่มเป้าหมายทางด้านความรู้สึกไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปวางแผนในการแก้ไขปัญหาอย่างถูกทาง โดยข้อเสนอแนะจากผู้วิจัยตามลำดับดังนี้

1) ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม พบว่านักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจมาก ได้แก่ 1)บ้านเมืองสกปรก 2) ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย 3) การจราจรติดขัด 4) รถติดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 5) สภาวะแวดล้อมมีมลพิษ 6) มีควันพิษ ไม่ดีต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านนี้มากเพราะฉะนั้น ควรมีการปรับปรุงทัศนียภาพที่ดูสวยงาม สะอาดสะอ้าน มองดูสวยงามมากยิ่งขึ้น รวมถึงการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว หรือสาธารณูปโภคทั้งหลาย ให้มีความสะดวก และการเดินทางที่สะดวกสบายต่อเชื่อมระหว่างเส้นทาง ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีความสำคัญของกรุงเทพมหานคร รวมถึงรัฐบาลต้องให้ความสำคัญกับปัญหาการจราจรที่ติดขัด เป็นปัญหาระดับประเทศ ที่ประเทศไทยเรายังไม่สามารถแก้ไขได้ จึงเป็นอีกปัญหาหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รู้สึกไม่พึงพอใจเกี่ยวกับทางด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก จึงเป็นปัญหาที่ต้องการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง พบว่านักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ ได้แก่ การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป, ห้องน้ำสาธารณะมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ การทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน, ป้ายบอกทางมีขนาดเล็กเกินไป ควรจะมีการปรับปรุงในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวโดยการกำหนดผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ เช่น พระราชวัง และวัดที่สำคัญ ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อแหล่งท่องเที่ยวไม่มีการจำกัดนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน จึงทำให้เสียทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว ผู้คนแออัดยัดเหยียด จนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่พึงพอใจในการเข้าเยี่ยมชม รวมถึงห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวไม่สะอาดและมีไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว และการทำป้ายบอกทางที่ไม่ค่อยชัดเจนและบางที่ไม่มีภาษาอังกฤษ บรรยาย ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งได้ไม่ค่อยสะดวกนัก จึงควรมีการพัฒนาในด้านเหล่านี้ให้ดียิ่งขึ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้กลับมาเยือนกรุงเทพมหานครอีก

3) ด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ทำให้สามารถทราบข้อมูลของความไม่พึงพอใจต่อด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม เพราะฉะนั้นสิ่งที่ต้องนำมาปฏิบัติหาแนวทางแก้ไขปัญหา คือการรักษาความปลอดภัย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่น ในธุรกิจทางการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการถูกโกงราคา การต้มตุ๋น หรืออาชญากรรมในด้านต่าง ๆ ที่การท่องเที่ยวภาครัฐต้องเข้ามามีส่วนร่วมช่วยกันผลักดันและการจัดระบบระเบียบด้านความปลอดภัยทางด้านการท่องเที่ยวให้แก่เจ้าของธุรกิจต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยของความไม่พึงพอใจที่ส่งผลถึงอิทธิพลต่อการไม่กลับมาเยือนซ้ำ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ส่งผลอิทพลต่อการไม่อยากกลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการบริการ และด้านบุคคล ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวยุโรปไม่พึงพอใจในด้านนการบริการที่ต้องได้รับความพึงพอใจสูงสุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวเอเชียไม่พึงพอใจในด้านบุคคลที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุด จึงจะกลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานครอีก ดังนั้นผู้วิจัยต้องการเสนอแนะในสองด้านนี้ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจ คือ

1) ด้านการบริการ ได้แก่ 1) พนักงานให้บริการล่าช้ากว่าที่ท่านคาดหวังไว้ 2) พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อท่าน 3) พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพแก่ท่าน เป็นด้านที่ส่งผลต่ออิทธิพลของการไม่กลับมาเยือนซ้ำกรุงเทพมหานคร ซึ่งปัญหาเหล่านี้ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาการบริการรวมถึงการพัฒนาบุคลากรในสายงานของธุรกิจให้มีศักยภาพและคุณภาพในงานบริการอย่างมีมาตรฐาน สากลประเทศ และรักษาระดับมาตรฐานการบริการให้มีคุณภาพ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น

2) ด้านบุคคล ได้แก่ 1) ผู้คนไม่เป็นมิตร 2) การหลอกลวงนักท่องเที่ยว 3) การต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว เป็นด้านที่ส่งผลต่ออิทธิพลของการไม่กลับมาเยือนซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวอีก ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว หากผู้คนเป็นมิตร มีมิตรไมตรี ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวหรือไม่หลอกลวงนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ ก็จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ เพราะหากนักท่องเที่ยวได้รับความช่วยเหลือ หรือได้รับมิตรไมตรี ก็จะทำให้แหล่งท่องเที่ยว และผู้คนบ้านเมืองเรา เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งอย่างไม่มีข้อกังวลใจ

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน กับกลุ่ม

นักท่องเที่ยวชาวยุโรป และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ซึ่งเป็นสามกลุ่มที่สำคัญที่สุด เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างในด้าน ความไม่พึงพอใจในด้านต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมีจำนวนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย

2) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของปัจจัยทางด้านความไม่พึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว และเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

3) ควรมีการศึกษาแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกรุงเทพมหานคร เพื่อรัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจะได้นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาทางด้านธุรกิจและพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวต่อไป

4) ควรมีศึกษาทำวิจัยโดยขยายขอบเขตจากเฉพาะในกรุงเทพมหานคร เป็นทั่วทั้งประเทศไทย

5.3.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย

1) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ทำให้ไม่สามารถกำหนดสัดส่วน กลุ่มประเทศ ถิ่นพำนัก เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเท่า ๆ กัน เพราะไม่มีหลักเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่างในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาจึงไม่สามารถนำมาอ้างอิงได้ว่าเป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

2) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับเอเชีย ซึ่งมีข้อจำกัดทางด้านภาษา ซึ่งผู้ศึกษาได้แปลภาษาไว้เพียง 2 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ซึ่งยังไม่คลอบคลุมนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและเอเชียบางกลุ่มที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวบางท่านไม่สามารถช่วยตอบแบบสอบถามได้

3) เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเดินทางมาเป็นกรุ๊ปทัวร์ไม่สะดวกต่อการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามได้

4) เนื่องจากการวิจัยเป็นการวิจัยเฉพาะกลุ่ม ในส่วนของโรงแรมจะไม่อนุญาตให้เราเข้าไปเก็บแบบสอบถาม เพราะถือว่าเป็นการรบกวนลูกค้า หรือตามร้านอาหารบางสถานที่ที่สถานประกอบการไม่อนุญาตให้เก็บแบบสอบถามกับลูกค้าในร้านอาหารเหล่านั้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย**. สืบค้น 25 มกราคม 2560, แหล่งที่มาจาก : http://www.2tat.or.th. http://www.th/unesco.org.com.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **รายงานสถิติการท่องเที่ยว**. สืบค้น 28 มกราคม 2560, แหล่งที่มาจาก : http://www.2tat.or.th.

กรุงเทพมหานคร. (2560). **แผนที่กรุงเทพมหานคร**. สืบค้น 25 มกราคม 2560, แหล่งที่มาจาก : http://www.bangkok.doae.go.th.

กฤศนพัชญ์ บุญช่วยและสมบัติ กาญจนกิจ. **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย.** วารสารวิชาการ สถาบันพละศึกษา. มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.

จุฑามาศ ทวีไพบูลย์. (2550). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์.** กรุงเทพฯ. เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ชัชวาล นิธิพิพัฒโกศล. (2547). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณด่านชายแดนไทย-พม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวบริเวณด่านชายแดนไทย-พม่า**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ดนัย เทียนพุฒ. (2543),น.26. **การบริหารทรัพยากรบุคคลในทศวรรษหน้า.** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิคม จารุมณี. (2535). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกครู.

นาตยา เจริญผล. (2555). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดภูเก็ต.** หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ชุมพร.

พัสตร์ หิรัญญการ. (2554). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี**. บทความวิจัยทางวิชาการ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พชรดา มงคลนวคุณ. (2555). **ความพึงพอใจของชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน.** บัณฑิตมหาวิทยาลัย สาขาเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

เลิศพร ภาระสกุล และคณะ. (2551). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. เลิศพร ภาระสกุล. (2558). **แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย.** งานวิจัยทางวิชาการ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

เลิศพร ภาระสกุล และคณะ. (2560). **การเปรียบเทียบแรงจูงใจปัจจัยผลักและปัจจัยดึงในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป กลุ่มประเทศอเมริกาและจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน.** คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์. (2549). **คู่มือวัดความพึงพอใจของลูกค้า**. กรุงเทพฯ. เบรนนิกซ์ บุ๊คส์.

ประคัลภ์ ปัณฑพลังกูร. (2558). **การว่าจ้างและการรักษาบุคลากร.** งานแปลบทความ Harvard Business Review . สำนักพิมพ์ Expernet.

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** บัณฑิตมหาวิทยาลัย สาขาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มาลินี สนธิมูล และอิทธิกร ขำเดช. (2557). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. หลักสูตรบริหารธุรกิจ.มหาวิทยาลัยรังสิต.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2539). น.24-37. **จิตวิทยาบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วชรภูมิ เบญจโอฬาร. (2552). **การบริหารงานก่อสร้าง**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์.

วารสารการท่องเที่ยว. (2560). แหล่งที่มา : **https://www.marketingoops.com/news/brand - move/mastercard-global-destination-cities-index**-2016. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2560.

วารินทร์ สินสูงสุด และวันทิพย์ สินสูงสุด. (2541). **การสร้างความพึงพอใจจากการลดค่าใช้จ่าย.** ชุดศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ : 2545 : น. 313-315) . **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ธรรมสาร. ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2548). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา.

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2548). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.** บัณฑิตมหาวิทยาลัย สาขาวิชาการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2548). **แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน**

ระดับปฏิบัติการ. บทความวิจัยทางวิชาการ. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุรชัย จันทร์จรัส และ อาร์ม นาครทรรพ. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการกลับมาเที่ยวซ้ำเชียงคานของนักท่องเที่ยว**. วารสารสังคมลุ่มแม่น้ำโขง. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ.มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุรชัย จันทร์จรัส, พงศธร ชัยสวัสดิ์ และอโณทัย หารสาร.(2559). **อุปสงค์การกลับมาเที่ยวซ้ำและการเลือกที่พักของการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน**. วารสารศาสตร์. สาขาวิชาสังคมศาสตร์.คณะมนุษย์ศาสตร์และศิลปะ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2540). **การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**. กรุงเทพฯ : ฝ่ายบริการอุตสาหกรรมและที่ปรึกษา. ฝึกอบรม ISO 9001 ระบบบริหารคุณภาพการศึกษากรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ. สยามมิตรการพิมพ์.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). **เคล็ดลับการตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ. พีซี พริ้นท์เทค.

สมยศ นาวีการ. (2536). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหาร**. กรุงเทพฯ. ดวงกมล

อัศวิน แสงพิกุล. (2560**). การศึกษาผลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต**. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อนันต์ เชี่ยวชาญกิจการ.(2556). **การพัฒนาคุณภาพบริการสำหรับสถานประกอบการสปาในกลุ่มท่องเที่ยวแอ็กทีฟบีช ประเทศไทย**. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ภาษาต่างประเทศ

Ajzen and Fishbein. (1980). **Theory of Reasoned Action (TRA). Information Seeking Behavior and Technology Adoptio**n: Theories and Trends. p.17.

Bolton, Ruth N. and James H. Drew (1991), **"A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes,"** Journal of Marketing, 55 (1), 1991, 1-10.

Coltman, Michael M. (1989). **Tourism Marketi**ng. New York : Van Nostrand reinhold.

Cronin, et al. (2000). **Mediating influence on customer loyal**ty. Lynn University.

Davidson, Rob. (1995). **Tourism. Singapore** : Longman Group Limited.

Dwayne A.Baker & John L.Crompton. (2000). **Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions.** Texas A & M University, USA.

Ealine, Ruth. (1984, April).**Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York.** Dissertation Abstracts International. 44(10): 1120-1128 A.

Eugenio Martin and Avila-Foucant, (2005). **Quantifying the Effects of Tourism Crises : An Application to Scotland – Research Gate in Journal of Travel & Tourism Marketing** . George. (2011). **The Business Model in Practice and its Implications for Entrepreneurship Research**.

Hellier, Geursen, Carr & Rickard (2003). **The Effect of brand satisfaction, Trust and brand commitment on loyalty and repurchase intentions**. Social and behavioral sciences. International strategic Management conference.

Holloway,J. Christopher. (1983). **The Business of Tourism. Plymouth** : Macdonald and Evans Ltd.

Jodie L. Ferguson.(2012). **Customer Response to Dissatisfaction**. doctoral student Department of Marketing. J. Mack Robinson college of Business Georgia state University.

Joaquín Alegre & Jaume Garau. (2010). **Tourist Satisfaction and Dissatisfaction**. Annals of Tourism Research 37(1):52-73 · January 2010 with 577 Reads. DOI: 10.1016/j.annals.2009.07.001.

John L. Crompton. (2013). **Revisiting the Multi-Use Pass. Parks and Recreation.** June, p.59-62.

Kotler, P.(2000). **Marketing management : Analyzing consumer marketing and Buyer behavio**r (The Millennium). New Jersey: Prentice Hall.

Kye-Sung. (1990). **The role of destination image in tourism: a review and discussion**. The Tourist Review p.2, 2-9. Klinkers.

Lennon, R., Weber, J.M., & Henson, J.(2000). **A test of a theoretical model of consumer travel behavior : German consumers perception of travel and Tourism marketing**. The Haworth Hospitality. Binghamton, NY13904-1580 USA.

Mill, Robert Christie. (1990). **Tourism The International Business**. New Jersey:Prentice-Hall, Inc.,Stevens, Laurence. (1990). **Guide to Starting and Operating A Successful Travel Agency**. (3^{rd} ed..). New York.

Meral Korzay & Maria D. Alvarez. (2011) . **Satisfaction and Dissatisfaction of Japanese Tourists in Turkey**. Applied Tourism and Research Centre. Bogazici University, Hisar

Campus , Bebek, Istanbul, Turkey.

Motivation Across Cultures. (1950-1959). **A Study of Herzberg's Two-factor Theory of Job Satisfaction and Its Applicability to Romanian NGO Employee**s.

Oliver, R.L. (1980), -**A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions**. Journal of Marketing Research, Vol. 17, No, 4, p. 460-469.

Pender, N.J.(1996). **Health Promotion in nursing practice. Connections: Appleton & Lange**. Peter J Danaher, Nicole Arweiler. (1996). **Customer Satisfaction in the Tourist Industry A Case Study of Visitors to Zealand**. Journal of Travel Research. Professor of Marketing and Econometrics, Monash University. Marketing science, media models.

Shelly. (1975) Shelly, M. W. (1975). **Responding to Social Change**. Pennsylvania: Dowden Huntchisam Press. Inc.

Surat Supitchayangkool. *(*2012*)*. **The Differences between Satisfied/Dissatisfied Tourists towards Service Quality and Revisiting Pattaya, Thailan**d. Graduate School of Commerce, Burapha University.The United Nations.

Tak-kee Hui & David Wan. (2006). **Factors affecting Internet shopping behaviour in Singapore**:gender and educational issues.

Vroom, Victor H. (1964). **Work and motivation**. John Wiley & Sons, Inc. Abstract: Vroom's seminal book that introduces his Expectancy Theory cognitive model. Vroom introduces the model and its concepts of Valence, Expectancy, and Force.

Van de Ven. (2002). **Frequency of satisfaction and dissatisfaction with practice among rural-based, group- employed physicians and non-physician practitioners**. Published online 2016 Oct 22. doi:10.1186/s12913-016-1777-8.

WTO (World Tourism Organization). (1981). **International Tourism in Figur**es. Madrid.

World Tourism Organization (UNOWTO) : **http://www.th/unesco.org.com.**

Westbrook, Robert A. (1980), "**Intrapersonal Affective Influences Upon Consumer Satisfaction with Products,"** U Journal of Consumer Research U, 6 (June), p. 49-54.

Weaver and Lawton. (2002). **Tourism management** : Australia Tourism.

W.Aderson, Fornell & R. Lehmann. (1994). **The link between customer satisfaction and loyalty: the moderating role of customer characteristics**. Journal of Marketing, Vol. 58, No. 3. (Jul., 1994), p. 53–66. Stable URL.

Zeithrmal, Berry & Parasuranman. (1996). **The Behavioral Consequences of Service Quality**. Journal of Marketing.

DPU

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

DPU

QUESTIONNARE

A Comparative Study of Factors Related to Tourist Dissatisfaction in not Revisiting Bangkok between European and Asian Tourists

Please kindly answer the questions. My name is Miss Chayanisa Wongphan, a master student of Tourism Management Program, Faculty of Tourism and Hospitality at Dhurakij Pundit University (DPU). This study is designed to gather information about A Comparative Study of Factors Related to Tourist Dissatisfaction in not Revisiting Bangkok between European and Asian Tourists. Completing the questionnaire will require approximately 20 minutes. Your confidentiality as a participant in this survey will remain secure and used only for this research. Your participation is highly appreciated.

NOTE :

By completing and submitting this questionnaire, you are indicating that you understand the statements above, and consent to participate in this study. Do not put your name on the questionnaire; your signature acknowledging that you understand the information presented above is not required.

There are three parts to complete.

Part I: Background and General Information

Part II: Factors related to the dissatisfaction of tourists visiting in the Bangkok

Part III: Dissatisfaction on your experience in Bangkok.

Thank you very much for your co-operation.

Chayanisa Wongphan

Degree of Master of Arts Program in Tourism Management

Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

There are three parts to complete.

Part I: Background and General Information

Direction: Please mark ☑ for your answers

1. Gender

   ☐ 1) Male ☐ 2) Female

2. Age

   ☐ 1) Under 20 years old ☐ 2) 20-30 years old

   ☐ 3) 31-40 years old ☐ 4) 41-50 years old

   ☐ 5) Over 51 years old

3. Education

   ☐ 1) Lower than Bachelor degree ☐ 2) Bachelor degree

   ☐ 3) Higher than Bachelor degree

4. Occupation

   ☐ 1) An Employee/Office worker ☐ 2) Government / State official

   ☐ 3) Business Owner ☐ 4) School / College Student

   ☐ 5) Agriculturist ☐ 6) Housewife

   ☐ 7) Retiree ☐ 8) Others, please specify…….

5. Income per month (USD.)

   ☐ 1) Less than 1,500 US $ ☐ 2) 1,500-3,000 US $

   ☐ 3) 3,001-4,500 US $ ☐ 4) More than 4,501 US $

6. Continent **(Please specify)**

   ☐ 1) Europe ……. ☐ 2) Asia ……

Part II: Factors related to the dissatisfaction of tourists visiting in the Bangkok

Direction: Please mark ✓ in the Column showing the level of agreement which related to the dissatisfaction of tourists visiting in the Bangkok

Please consider the following factors that may cause dissatisfaction with traveling to Bangkok		Level of Dissatisfaction				
		Most (5)	Very (4)	Moderate (3)	Less (2)	Least (1)
1. The physical and environmental problem						
1	Dirty city, unclean city					
2	Traffic jam, car congestion					
3	Bad Pollution, Air pollution					
2. People						
4	Unfriendly people / unhelpful people					
5	People are not sincere, not good					
6	People do not provide assistance to tourists					
3. The facilities and access to sources						
7	Sign directions are unclear (The sign is too small)					
8	Tourism places are crowded with many people.					
9	There are not enough public toilets to serve tourists					
10	Tourist attractions are not well organized or not well managed					

Please consider the following factors that may cause dissatisfaction with traveling to Bangkok		Level of Dissatisfaction				
		Most (5)	Very (4)	Moderate (3)	Less (2)	Least (1)
4. The services						
11	Service staff of restaurant delayed more than you expected					
12	The staff is not attentive to you in providing the service					
13	Food and drinks are too expensive					
14	The staff is not polite to you					
15	The price of goods and services are too expensive (over price)					
5. The safety and crime						
16	Tourists were injured or robbed (Crime)					
17	There are some protests and bombs in the city.					
18	Taxi is cheating on fare					
19	Tourists were overcharged for goods and services					
20	Your belongings are lost while staying in a hotel					
21	The tour company cheated on tours and was not sincere/honest.					
22	Car accident happens to you					
23	public transportation is not safe (car and boat)					

Part III: Dissatisfaction on your experience in Bangkok.

Direction: Please mark ✓ in the column that represent the fact.

Please indicate the opportunity of your return to Bangkok.	Level of Possibility				
	Strongly Agree (5)	Agree (4)	Unsure (3)	Disagree (2)	Strongly Disagree (1)
1. I am not likely to revisit Bangkok.					
2. I am not likely to recommend Bangkok to other people.					

Thank you.

DPU

ภาคผนวก ข

ผลการแสดงค่าสถิติ Multiple regression

```
USE ALL.
COMPUTE filter_$=(Continent =2).
VARIABLE LABELS filter_$ 'Continent =2 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMATS filter_$ (f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.
REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT Tot_Dis
 /METHOD=ENTER Safety People Environ Services Facilities
 /RESIDUALS DURBIN
 /SAVE RESID.
```

Regression

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Facilities, People, Environ, Services, Safety[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Tot_Dis

b. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.885[a]	.783	.874	.85410	2.657

a. Predictors: (Constant), Facilities, People, Environ, Services, Safety

b. Dependent Variable: Tot_Dis

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.999	5	11.000	15.079	.000[b]
	Residual	144.438	198	.729		
	Total	199.436	203			

a. Dependent Variable: Tot_Dis

b. Predictors: (Constant), Facilities, People, Environ, Services, Safety

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.208	.371		-.561	.575		
	Safety	.349	.117	.245	2.979	.003	.542	1.845
	People	.397	.101	.290	3.913	.000	.665	1.504
	Environ	.110	.055	.091	2.007	.045	.827	1.210
	Services	.183	.070	.133	2.607	.009	.627	1.596
	Facilities	.084	.097	.061	.867	.387	.738	1.356

a. Dependent Variable: Tot_Dis

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	Safety	People	Environ	Services	Facilities
1	1	5.802	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.077	8.672	.03	.01	.36	.07	.07	.09
	3	.049	10.928	.01	.03	.41	.10	.46	.02
	4	.030	14.021	.10	.27	.03	.14	.33	.39
	5	.024	15.404	.02	.69	.20	.04	.07	.50
	6	.019	17.634	.84	.00	.00	.65	.07	.00

a. Dependent Variable: Tot_Dis

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.2261	4.2619	2.3775	.52051	204
Residual	-2.35421	2.12705	.00000	.84351	204
Std. Predicted Value	-2.212	3.620	.000	1.000	204
Std. Residual	-2.756	2.490	.000	.988	204

a. Dependent Variable: Tot_Dis

```
EXAMINE VARIABLES=RES_2
 /PLOT BOXPLOT NPPLOT
 /COMPARE GROUPS
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /CINTERVAL 95
 /MISSING LISTWISE
 /NOTOTAL
```

Explore

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Unstandardized Residual	204	100.0%	0	0.0%	204	100.0%

Descriptives

			Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	Mean		.0000000	.05905775
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	-.1164453	
		Upper Bound	.1164453	
	5% Trimmed Mean		-.0092006	
	Median		-.1147757	
	Variance		.712	
	Std. Deviation		.84351344	
	Minimum		-2.35421	
	Maximum		2.12705	
	Range		4.48126	
	Interquartile Range		.81242	
	Skewness		.306	.170
	Kurtosis		.330	.339

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.809	204	.270	.966	204	.270

a. Lilliefors Significance Correction

```
COMPUTE Sqerr=RES_2*RES_2.
EXECUTE.
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Sqerr
/METHOD=ENTER Safety People Environ Services Facilities.
```

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Facilities, People, Environ, Services, Safety[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Sqerr

b. All requested variables entered.

DPU

```
USE ALL.
COMPUTE filter_$=(Continent =1).
VARIABLE LABELS filter_$ 'Continent =1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMATS filter_$ (f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.
REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT Tot_Dis
 /METHOD=ENTER Safety People Environ Services Facilities
 /RESIDUALS DURBIN
 /SAVE RESID.
```

Regression

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Facilities, Services, Environ, Safety, People[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Tot_Dis

b. All requested variables entered.

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.3222	3.8100	2.2805	.48046	246
Residual	-2.52516	2.45197	.00000	.92492	246
Std. Predicted Value	-1.995	3.183	.000	1.000	246
Std. Residual	-2.702	2.624	.000	.990	246

a. Dependent Variable: Tot_Dis

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.946[a]	.823	.915	.93450	2.583

a. Predictors: (Constant), Facilities, Services, Environ, Safety, People

b. Dependent Variable: Tot_Dis

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.556	5	11.311	12.952	.000[b]
	Residual	209.591	240	.873		
	Total	266.146	245			

a. Dependent Variable: Tot_Dis

b. Predictors: (Constant), Facilities, Services, Environ, Safety, People

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions (Constant)	Safety	People	Environ	Services	Facilities
1	1	5.769	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.097	7.704	.01	.00	.25	.16	.14	.03
	3	.051	10.637	.01	.03	.71	.03	.46	.01
	4	.033	13.167	.00	.36	.01	.56	.22	.18
	5	.031	13.600	.00	.47	.01	.09	.08	.62
	6	.018	17.931	.98	.14	.02	.17	.09	.16

a. Dependent Variable: Tot_Dis

```
EXAMINE VARIABLES=RES_1
  /PLOT BOXPLOT NPPLOT
  /COMPARE GROUPS
  /STATISTICS DESCRIPTIVES
  /CINTERVAL 95
  /MISSING LISTWISE
  /NOTOTAL.
```

Explore

Descriptives

			Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	Mean		.0000000	.05897058
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	-.1161540	
		Upper Bound	.1161540	
	5% Trimmed Mean		-.0034279	
	Median		-.1252574	
	Variance		.855	
	Std. Deviation		.92491748	
	Minimum		-2.52516	
	Maximum		2.45197	
	Range		4.97712	
	Interquartile Range		1.28967	
	Skewness		.199	.155
	Kurtosis		-.442	.309

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Unstandardized Residual	246	100.0%	0	0.0%	246	100.0%

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.890	246	.250	.982	246	.250

a. Lilliefors Significance Correction

Unstandardized Residual

```
COMPUTE Sqerr=RES_1*RES_1.
      EXECUTE.
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT Sqerr
 /METHOD=ENTER Safety People Environ Services Facilities.
```

Regression

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Facilities, Services, Environ, Safety, People[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Sqerr

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.286[a]	.015	.063	1.02647

a. Predictors: (Constant), Facilities, Services, Environ, Safety, People

DPU

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวชญาณิศา วงษ์พันธุ์
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2545 ระดับปริญญาตรีศิลปศาสตร์ สาขาการท่องเที่ยวสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน	พนักงานราชการ (ครู) วิทยาลัยการอาชีวศึกษาปทุมธานี 2 หมู่ 6 ตำบลบางพูน อำเภอ เมือง จังหวัดปทุมธานี 12000 โทร. 0-2567-0784 Website : www.p-vec.ac.th

DPU