



ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
**Satisfaction and Behavior of European Tourists visiting
Bangkok, Thailand**

เขมจิรา ใจตุ้ย

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหา
บัณฑิตสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการ
โรงแรมมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2562

ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

เขมจิรา ใจตุ้ย

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2562

**Satisfaction and Behavior of European Tourists visiting
Bangkok, Thailand**

Khaemjira Chaituy

**A Thematic Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement
for the Degree of Masters of Arts
Department of Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality, Duhrakij Pundit University**

2019



ใบรับรองสารนิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อสารนิพนธ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยว


กรุงเทพมหานคร

เสนอโดย นางสาวเข็มจิรา ใจคู่ย์


สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ดร.สุวันชัย หวนนากลาง

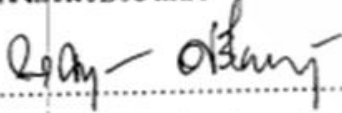
ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรษมา ศิลปอาชา)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(ดร.สุวันชัย หวนนากลาง)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิณ แสงทิกุล)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


.....คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นงคันุช ศรีชนานนงค์)

วันที่ 4 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2562

หัวข้อสารนิพนธ์	ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	เข็มจิรา ใจตุ้ย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. สุวันชัย หวนนากลาง
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ที่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ โดยใช้ตัวเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Chi-square, t-test และ f-test

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ไม่น้อยกว่า 1000 ยูโรต่อเดือน มีความพึงพอใจในความสวยงามของวัดและวัง มีศูนย์ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจำนวนมาก มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่เหมาะสมพอใจในการให้บริการของที่พักรับ มีความปลอดภัยในทุกๆด้าน และความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ โดยเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นเวลา 1-4 วัน เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ/คู่รักเป็นครั้งแรก รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากทางอินเทอร์เน็ต มาเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ โดยเห็นว่ากรุงเทพมหานครมีสถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร มีความสวยงามของวัดเป็นสิ่งดึงดูดใจ และวางแผนจะไปถนนข้าวสารต่อจะพักที่โรงแรม 3 ดาว มีค่าใช้จ่ายต่างๆรวมอยู่ที่ 120 ยูโรต่อวันหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่จะเดินทางด้วยรถแท็กซี่

Title	Satisfaction and Behavior of European Tourists visiting Bangkok, Thailand
Author	Khaemjira Chaituy
Advisor Associate	Dr. Suwanchai HounnaKlang
Department	Tourism Management
Academic	Year 2019

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the satisfaction of European tourists visiting in Bangkok, Thailand, 2) to study the behavior of European tourists visiting in Bangkok, Thailand. The sample group covered 400 English-speaking European tourists in Bangkok; employing accidental sampling technique. This quantitative research's instrument in collecting the data was questionnaires. The statistical methods used in data analysis were percentage means, standard deviation, Chi-square, t-test and f-test.

The results found that most samples were female, and had an average age between 18-30 years old, single and graduate with bachelor degrees and had monthly incomes less than 1000 Euros. They are satisfied with the beauty of temples and palaces. There are many tourist information centers and appropriate travel expenses. Lastly, they are satisfied with the service of the staff in the accommodation, safety during the day and night, and the friendliness of the people in Bangkok. They planned to spend travelling for 1-4 days. Most of them travelling in Bangkok for the first time and the tourists planned the itinerary with Family/Relative/Lovers. They acquired the tourism information from the internet. Their purpose of travel was for new experiences because Bangkok has the variety of tourist attraction. The beauty of the temple is attractive and the next place they wanted to visit was Kao San Road. They planned to stay at 3 star hotels. Their daily expenses averaged at 120 Euros or less. Mostly, they will travel by taxi.

กิตติกรรมประกาศ

การทำสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.สุวันชัย หวนนากลาง อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่งจากท่าน จนการศึกษาสารนิพนธ์สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยขอการขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะ และให้คำปรึกษาในเรื่องของระเบียบวิจัยและแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์เชียง เกาจิต อาจารย์ผู้สอนและผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ ที่กรุณาสละเวลาให้คำชี้แนะเรื่องระเบียบวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณนางสาวปณิศา เตชะวงศ์ ที่คอยให้ความช่วยเหลือในเรื่องการแจกแบบสอบถามมาโดยตลอด ขอขอบคุณนางสาวภัทรสุดา มณฑา ที่คอยให้คำปรึกษาเรื่องงานวิจัยเป็นอย่างดี ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ ที่คอยให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยในการทำสารนิพนธ์นี้ตลอดเวลาและขอขอบคุณนักท่องเที่ยวยาวูโรทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ และขอขอบคุณค่าความสำเร็จของการศึกษานี้ให้กับทุกคนในครอบครัวใจสู้ย คือ ร.ต.ท.ประชัน ใจสู้ย บิดา และนางอรทัย ใจสู้ย มารดา ที่คอยให้การสนับสนุนการศึกษา และคอยเป็นกำลังใจอันยิ่งใหญ่เสมอมา

เขมจิรา ใจสู้ย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๑
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	๗
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.6 นิยามศัพท์.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	7
2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว.....	16
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	24
2.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....	29
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่วิจัย.....	37
2.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	41
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	42
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
3.3 การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	45

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย.....	47
4. ผลการศึกษา.....	48
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป.....	49
ตอนที่ 2 มวลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทาง มาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร.....	53
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมา ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร.....	63
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน.....	67
5. สรุปผลการศึกษา.....	111
5.1 วัตถุประสงค์การศึกษาวิจัย.....	111
5.2 ขอบเขตการวิจัย.....	111
5.3 ระเบียบวิจัย.....	111
5.4 สรุปผลการศึกษา.....	112
5.5 อภิปรายผลการศึกษา.....	114
5.6 ข้อเสนอแนะ.....	116
บรรณานุกรม	
บรรณานุกรม.....	119
ภาคผนวก	
ภาคผนวก.....	125
ประวัติผู้เขียน.....	138

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ตารางแสดงจำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา ประเทศไทย ปีงบประมาณ 2550-2558 (ย้อนหลัง 9 ปี).....	2
1.2 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ปีงบประมาณ 2556-2558 (ย้อนหลัง 3 ปี).....	3
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิลำเนา.....	49
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	50
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	50
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	51
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	51
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	52
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	52
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยว ที่กรุงเทพมหานคร.....	53
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการพำนักใน กรุงเทพมหานคร.....	54
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมา ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร.....	54
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะที่เดินทางมา ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร.....	55
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....	55
4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจุดประสงค์หลักในการ เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครในครั้งนี้.....	56
4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความโดดเด่นของ กรุงเทพมหานคร.....	57

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร.....	58
4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพ มหานครที่ท่านวางแผนจะไป.....	59
4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่พักผ่อนในกรุงเทพ มหานครเมื่อท่านเดินทางมาถึง.....	60
4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักต่อวัน...	60
4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหาร ต่อวัน.....	61
4.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทาง ต่อวัน.....	61
4.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในเรื่องการช้อปปิ้ง ต่อวัน.....	62
4.22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการเดินทางที่ใช้ท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร.....	62
4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว.....	64
4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	65
4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านการคมนาคม.....	65
4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านที่พัก และร้านอาหาร.....	66

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย.....	66
4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านอัยาศัย ของคนในท้องถิ่น.....	67
4.29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรป.....	68
4.30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรป.....	76
4.31 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา และพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป.....	87
4.32 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป.....	97
4.33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อ การมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครมีการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	108
4.34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร.....	109

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลายและอุดมสมบูรณ์ทั่วทั้งประเทศ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ทางธรรมชาติ ทางศิลปวัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นรายได้หลักของประเทศ(ดวงกมล บุญทวีทรัพย์,2555)ซึ่งทำให้เป็นการนำเงินตราเข้ามาในประเทศและเป็นการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ สามารถสร้างงานให้กับคนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดีเพื่อที่จะทำให้ประชาชนของประเทศมีรายได้กันทั่วทุกครัวเรือน และสร้างอาชีพต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมากทั้งธุรกิจทางตรงและธุรกิจทางอ้อม เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจสื่อสาร ตลอดจนสินค้าที่เกิดจากงานฝีมือและภูมิปัญญาชาวบ้าน(วชิราภรณ์ โลหะชาละ,2545)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจประเทศไทยและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยของเราเป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยว ยังก่อให้เกิดการจ้างงานในพื้นที่ต่างๆ และเป็นการกระจายรายได้ให้กับในส่วนของภูมิภาคต่างๆของประเทศ(ลิซัย ปัญญาวงศ์งาม,2553) จากตารางที่ 1 ในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวไทยมากถึง 29.88 ล้านคน ขยายตัว 20.44% สร้างรายได้ 1.44 ล้านล้านบาทขยายตัว23.39% โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ถึง 20% ถือว่ามีการเติบโตสูงที่สุดเพิ่มขึ้นมากถึง 2.7 แสนล้านบาท ส่วนการเดินทางเที่ยวภายในประเทศ คนไทยเดินทางเที่ยวในประเทศประมาณ 138.8 ล้านคน/ปี สร้างรายได้ 7.9 แสนล้านบาท ส่งผลให้ในปี 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่2.23 ล้านล้านบาท สูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้ 2.20 ล้านล้านบาท เกินกว่าเป้าหมายที่วางไว้ 3 หมื่นล้านบาท (ฐานเศรษฐกิจ:8 มกราคม 2559:เว็บไซต์)

ปี (พ.ศ.)	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ		รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน (คน)	% Δ	จำนวน (ล้านบาท)	% Δ
2550	14,464,228	+4.65	547,781.81	+ 13.57
2551	14,584,220	+0.83	574,520.52	+ 4.88
2552	14,149,841	-2.98	510,255.05	- 11.19
2553	15,936,400	+12.63	592,794.09	+ 16.18
2554	19,230,470	+20.67	776,217.20	+ 30.94
2555	22,353,903	+16.24	983,928.36	+26.76
2556	26,546,725	+18.76	1,207,145.82	+22.69
2557	24,809,683	-6.54	1,172,798.17	-2.85
2558	29,881,091	+20.44	1,447,158.05	+23.39

ภาพที่ 1.1 ตารางแสดงจำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย
ปีงบประมาณ 2550-2558 (ย้อนหลัง 9 ปี)

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
(สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2559)

ตารางที่ 1.2 จากสถิติที่ผ่านมาประเทศไทยได้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากโดยในปี พ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 6,161,893 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปลดลงเป็น 5,629,122 คน ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เป็นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่น่าสนใจอันดับที่สองรองจากตลาดนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออก ที่สามารถทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ตลาดนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกจะมีการชะลอตัวเพียงเล็กน้อย แต่ก็ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อตลาดนักท่องเที่ยวยุโรปมากนัก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2558)

Country of Nationality	2013 (Jan-Dec)		2014 (Jan-Dec)		2015 (Jan-Dec)P		Δ% (Y-O-Y)	
	number	%share	number	%share	number	%share	2014/2013	2015/2014
Europe	6,305,945	23.75	6,161,893	24.84	5,629,122	18.84	-2.28	-8.65
Austria	106,278	0.40	100,968	0.41	97,806	0.33	-5.00	-3.13
Belgium	101,109	0.38	99,729	0.40	106,100	0.36	-1.36	+6.39
Denmark	163,186	0.61	160,977	0.65	159,425	0.53	-1.35	-0.96
Finland	141,692	0.53	142,425	0.57	134,731	0.45	+0.52	-5.40
France	611,582	2.30	635,073	2.56	681,097	2.28	+3.84	+7.25
Germany	737,658	2.78	715,240	2.88	760,604	2.55	-3.04	+6.34
Ireland	63,522	0.24	63,038	0.25	64,716	0.22	-0.76	+2.66
Italy	207,192	0.78	219,895	0.89	246,066	0.82	+6.13	+11.90
Netherlands	218,765	0.82	211,524	0.85	221,657	0.74	-3.31	+4.79
Norway	154,049	0.58	145,207	0.59	135,347	0.45	-5.74	-6.79
Russia	1,746,565	6.58	1,606,430	6.48	884,085	2.96	-8.02	-44.97
Spain	123,084	0.46	116,983	0.47	150,940	0.51	-4.96	+29.03
Sweden	341,398	1.29	324,865	1.31	321,663	1.08	-4.84	-0.99
Switzerland	199,923	0.75	201,271	0.81	206,454	0.69	+0.67	+2.58
United Kingdom	905,024	3.41	907,877	3.66	946,919	3.17	+0.32	+4.30
East Europe	346,230	1.30	370,726	1.49	364,967	1.22	+7.08	-1.55
Others	138,688	0.52	139,665	0.56	146,545	0.49	+0.70	+4.93

ภาพที่ 1.2 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ปีงบประมาณ 2556-2558 (ย้อนหลัง 3 ปี)

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา(สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2559)

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นศูนย์กลางของความเจริญในทุกๆด้าน เป็นศูนย์กลางของการปกครอง การศึกษา วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ระบบการคมนาคมขนส่ง รวมทั้งเป็นศูนย์กลางของการติดต่อกับนานาชาติ และจากที่นักท่องเที่ยวเลือกกรุงเทพมหานครเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแรกของการเดินทางก็เนื่องด้วยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งศิลปวัฒนธรรม เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวทั้งในยามค่ำคืนและกลางวัน ที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มากมายสิ่งต่างๆรอบตัว (อรุณี ลอมเศรษฐี,2554)นอกจากนั้นยังมีแหล่งท่องเที่ยวอีกมากมายของกรุงเทพไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและพระบรมมหาราชวังต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวประเภท หอศิลป์ อนุสาวรีย์ โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ และประเภทโรงละคร สวนสัตว์ สถานที่การแสดงก็มีอยู่มากมายเช่นกัน ถึงแม้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยที่อยู่อาศัยที่แออัด ก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสวนสาธารณะ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สวนสุขภาพที่ผู้คนใช้เป็นที่พักผ่อนร่างกายและพักผ่อนอยู่มาก และที่ขาดไม่ได้ในกรุงเทพมหานครคือแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ

รวมถึงตลาดนัดต่างๆที่เปิดทั้งกลางวันและกลางคืนทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพฯมากยิ่งขึ้น(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2558)

เนื่องจากปัญหาการลดลงของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ให้ความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลความพึงพอใจ พฤติกรรม และความคิดเห็นต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ถูกต้อง ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นพื้นฐานในการพัฒนากรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ให้เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้นและเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้ง เพื่อให้กรุงเทพมหานครเป็นตัวเลือกที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปตัดสินใจเลือกเป็นอันดับแรกเมื่อเดินทางมาถึงประเทศไทย งานวิจัยนี้อาจเป็นส่วนหนึ่งที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนากรุงเทพมหานคร ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศ และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคตได้

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. ได้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครต่อไปในอนาคตได้

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านประชากร นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือน ในช่วงเดือน มกราคมพ.ศ. 2560 ถึงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2560 ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยสำรวจจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ทั้งชายและหญิง อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จำนวน 400 คน โดยสามารถกำหนดจำนวนประชากรจากข้อมูลอ้างอิงสถิตินักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ในปี 2558 มีจำนวน 5,629,122 คน(กรมการท่องเที่ยว, 2559)

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม หรือ สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก สถานที่ต่างๆที่สะท้อนให้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ที่เป็นที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยจะเป็นการถาวรหรือไม่ก็ตามไปยังสถานที่อื่นเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป

นักท่องเที่ยวชาวยุโรป หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจาก สหราชอาณาจักร กรีซ ไครเอเชีย เช็กเกีย ไซปรัส เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ บัลแกเรีย เบลเยียม โปรตุเกส โปแลนด์ ฝรั่งเศส ฟินแลนด์ มอลตา เยอรมนี โรมาเนีย ลักเซมเบิร์ก ลัตเวีย สเปน สโลวาเกีย สโลวาเนีย สวีเดน ออสเตรีย อิตาลี เอสโตเนีย ไอร์แลนด์ ฮังการี

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง กริยาหรือการกระทำใดๆของนักท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับการท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว และการใช้บริการต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของคนให้ได้รับความพึงพอใจ จากการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ

ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลซึ่งเป็นผลจากการประเมินคุณภาพการบริการจากการรับรู้ สิ่งที่ได้รับสิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้นๆ ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคมนาคม ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฯลฯ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง “ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งได้ศึกษาข้อมูลทั่วไปของสถานที่ที่ทำการวิจัยในครั้งนี้อีกด้วย เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้างานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และนำมาพิจารณาดังนี้

- 2.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 2.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยวจากที่องค์กรสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี (นิคม จารุมณี, 2544) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว คือการเดินทางที่มีค่า 3 ค่า เป็นเงื่อนไขในการท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง โดยใช้ยานพาหนะนำไป เป็นระยะทางไกลหรือใกล้ก็ได้ การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีสถานที่ที่เลือกเดินทางไปเยือนและใช้เวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น มักเป็นสถานที่ที่มีความสวยงามทางทัศนียภาพมากหรือเป็นสถานที่ที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่หรือเป็นสถานที่ที่มีวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและ

บริการนักท่องเที่ยวที่เพียงพอสำหรับการสนองความต้องการและความพอใจของผู้มาเยือน การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดหมาย (Purpose) หมายถึง มีจุดประสงค์ในการเดินทางไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ แต่มีความมุ่งหมายในการเดินทางอย่างอื่น โดยผู้เดินทางอาจมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่า 1 อย่างก็ได้

วินิจ วีรยางกูร (ฮ้าวถึงใน ชัยเดช ขาวอ่อน, 2551) ได้กล่าวถึงความหมายการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการเดินทางจากที่หนึ่งอีกสถานที่หนึ่ง โดยใช้ยานพาหนะนำไป การเดินทางท่องเที่ยวนี้คือการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ 1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2. การเดินทางด้วยความสมัครใจ 3. การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์อื่นใดก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ในขณะที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายถึงการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยวแต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้างแต่ต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เชื่อมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น แต่ ชัยเดช ขาวอ่อน (2551) ได้สรุปว่า การท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมการเดินทางรูปแบบหนึ่งโดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างรายได้ โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน เพื่อการศึกษา หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ อันมีแรงกระตุ้นจากความต้องการทางด้านกายภาพ ธรรมชาติ วัฒนธรรม และ ประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่นซึ่งมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันออกไป

นอกจากนั้น ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (2550) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวว่า หมายถึง คำว่าการท่องเที่ยวนี้มีความหมายกว้างขวางไม่ได้เป็นเพียงแค่การเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้นแต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งรวมถึงการเดินทางทั้งภายในและต่างประเทศ รวมถึง พระมหาบุญพิเชษฐ จันทรเมือง (2553) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเดินทางด้วยความสมัครใจเป็นเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เชื่อมญาติ เพื่อการศึกษา ศาสนา กีฬา เพื่อติดต่อธุรกิจรวมถึงการประชุมสัมมนา แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐาน

ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศในการพักผ่อนหย่อนใจหรือทำกิจกรรมอื่นๆที่ไม่เป็นการหารายได้หรือประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นการเดินทางทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

2.1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

เลิศพร ภาระสกุลและคณะ (2551) กล่าวว่าไว้ว่าวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากสาเหตุใหญ่ๆ 3 ประการคือ

1. เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและพักผ่อน เป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน รื่นเริง เช่น การเดินทางไปเที่ยวสวนสนุก การเดินทางไปอ่าวแดงชายทะเล การเดินทางไปเล่นน้ำตก เป็นต้น
2. เพื่อธุรกิจ เป็นการเดินทางที่ควบคู่ไปกับการทำงานแต่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้จากสถานที่ที่เดินทางไปท่องเที่ยวนั้น รวมถึงการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การจัดนิทรรศการและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น การเดินทางไปสำรวจตลาด การเดินทางไปประชุมต่างๆ การเดินทางไปร่วมงานจัดแสดงสินค้า เป็นต้น
3. เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์เฉพาะที่นอกเหนือจากการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ 2 ประการข้างต้น เช่น การเดินทางไปเผยแพร่ศาสนา การเดินทางไปศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม การเดินทางไปรักษาโรคภัยไข้เจ็บ เป็นต้น

ในขณะที่ Davidson (1995) ก็ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการเช่นเดียวกัน คือ

1. การท่องเที่ยวในเวลาว่าง กล่าวคือเป็นการท่องเที่ยวในวันหยุด การเล่นเกม การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปวัฒนธรรม การเยี่ยมญาติ
2. การท่องเที่ยวทางธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการติดต่อด้านธุรกิจ การท่องเที่ยวเพื่อชมการแสดงสินค้า การประชุมทางด้านธุรกิจ
3. การท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ การศึกษาเล่าเรียนในระยะเวลาสั้นๆ ไม่เกิน 2 เดือน การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่นการอาบน้ำแร่ การท่องเที่ยวเพื่อศาสนกิจ เป็นต้น

2.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในแต่ละครั้งจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่ต้องมีองค์ประกอบการท่องเที่ยวดังนี้

Collier and Harraway (อ้างถึงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเข้าเยี่ยมชมนั้นต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญและมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้งกัน การที่การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ (3A) ดังนี้ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่ง การที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเยี่ยมชมแล้วถ้าไม่มีสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวก็จะไม่มีแรงจูงใจมา ณ สถานที่นั้น 2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึงสิ่งที่จะบริการ

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ให้เกิดความประทับใจ สะดวก และอยากมาท่องเที่ยวอีกหรือพักอยู่นานขึ้น 3. การเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility) หมายถึงการคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงพื้นที่นั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณแหล่งใกล้เคียง จะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้โดยมีปัจจัยคมนาคมที่สะดวกก็จะมีนักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปท่องเที่ยวมาก แต่ถ้าแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกลและไม่มีคมนาคมเข้าถึงได้สะดวกเพียงพอก็จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวผู้นั้นถูกลดความสำคัญลง

ขณะที่ พะยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท (5A) ดังนี้ 1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ มีการคมนาคมที่สะดวกสบายง่ายแก่การเข้าถึง สามารถเดินทางได้หลายช่องทาง เช่น เครื่องบิน รถยนต์โดยสารส่วนตัว รถโดยสารสาธารณะ รถไฟ เรือ ฯลฯ และมีเส้นทางที่ชัดเจน ง่ายแก่การเข้าถึง 2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืนได้แก่ ที่พักประเภทต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ และที่พักแรมประเภทต่างๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่างๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน 3. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่นเช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพ หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม หรือการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น 4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreation Activities) เป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเพียงเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนู ในบริเวณป่าชายเลน การตกหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชนอีกด้วย 5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา

เป็นต้น องค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ควรปรากฏอยู่บนระบบฐานข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง

นอกจากนี้ ฌัฐชนก เพชรพรหม (2554) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญมี 3 ส่วน คือ นักท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยวและธุรกิจอุตสาหกรรม โดยสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ คือ เป็นการรวมเอาสินค้าและบริการทั้งที่เป็นแบบรูปธรรมและนามธรรมเข้าไว้ด้วยกัน เช่น ประเพณี วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ สาธารณูปโภคประเภทต่างๆ อรรถาธิบายไม่ตรีของคนไทย เป็นต้น โดยแบ่งลักษณะและส่วนประกอบของสินค้าทางการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการ คือ สินค้าทางการท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติมีลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะ การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวจะเป็นไปได้ยากและต้นทุนทางการรักษาสีงแวดล้อมสูง ความปลอดภัยและสาธารณูปโภคเป็นอีกส่วนประกอบที่สำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยว บางสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวแต่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความปลอดภัยและสาธารณูปโภคที่มีประสิทธิภาพสูงให้ความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นก็เป็นอีกส่วนที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพราะ คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ก็เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก

ดังที่ได้ศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยว ซึ่งต้องประกอบไปด้วย ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ สาธารณูปโภคและความปลอดภัยเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นทั้งหมดนี้เป็นส่วนที่สำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนี้ได้

2.1.4 รูปแบบการท่องเที่ยว ในประเทศไทย

วิกิเนีย มายอร์ (2555) ได้สรุปว่า องค์การการท่องเที่ยวโลก ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลักได้แก่ 1.รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) 3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบต่อในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็น หินผา ลานหินทราย อุโมงค์ โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของ ภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) (ปรีดา แซ่เต้า, 2551) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับ

ความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทาง วัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้คู่ผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทาง วัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการ การท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) (ปรีดา แซ่เล่า, 2551) ได้กล่าวว่ารูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่ง ธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิถีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความ เพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการ รักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว ที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและ ความงาม (Health Beauty and Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การ เดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หากความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการ ฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมี จิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการ จัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิ ปัญญาไทย เช่น การทำอาหาร ไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงาน ศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของ ชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาว

กะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ สกีนํ้า กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับความประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัยและได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับความประสพการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึงกลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มบ้งจ้ยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยวโดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 - 4 ครั้งต่อปี คราวละนานๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอางค์ จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจ้ดรายการพักรวมตั้งแต่ 2 - 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานท่องเที่ยวที่ต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=Meeting / I= Incentive / C=Conference / E=Exhibition) เป็นการจําหน่ายเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจําหน่ายเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจําหน่ายรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจําหน่ายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักรีสอร์ท 2 - 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยว ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจําหน่ายรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 - 7 วันหรือมากกว่านั้นเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

2.1.5 ประเภทของการท่องเที่ยว

สิริรัตน์ นาคเป็น (2555) กล่าวว่า การท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ การแบ่งตามสากล การแบ่งตามลักษณะการจัดการเดินทางและการแบ่งตามจุดหมายของการท่องเที่ยว

1. การแบ่งตามสากล ทำได้โดยการใช้ประเทศเป็นตัวกำหนดเช่น การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) หมายถึงผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศนั้นเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของตนเอง การท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศ (Inbound Tourism) หมายถึงผู้ที่มีถิ่นพำนักอาศัยอยู่ที่อื่นเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นๆ การท่องเที่ยวออกประเทศ (Outbound Tourism) หมายถึงผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศหนึ่งเดินทางออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ

2. การแบ่งตามลักษณะการจัดการเดินทาง แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะหรือเรียกว่า (Group Inclusive Tour : GIT) เป็นการท่องเที่ยวลักษณะแบบหมู่คณะสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ กรุ๊ปจัด และกรุ๊ปเหมา กรุ๊ปจัด คือ การเดินทางของคณะนักท่องเที่ยวซึ่งไม่มีความสัมพันธ์ทั้งทางด้านหน้าที่การงานและด้านส่วนตัว แต่มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันและไปยังสถานที่เดียวกัน โดยที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนได้ทำการซื้อ

โปรแกรมนำเที่ยวที่ถูกจัดไว้แล้วและเมื่อถึงเวลาตามกำหนดก็จะออกเดินทางพร้อมกัน ส่วนกรู๊ปเหมา และกรู๊ปจัด คือ การท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กัน อาจจะเป็นทางด้านส่วนตัว ด้านหน้าที่การงาน หรือทั้งสองด้านเดินทางร่วมกันและมีความต้องการคล้ายคลึงกัน เป็นต้น อีกลักษณะหนึ่งคือการท่องเที่ยวแบบอิสระ หรือที่เรียกว่า (Foreign Individual Tourism :FIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการความอิสระ มักเดินทางตามลำพัง โดยนักท่องเที่ยวอาจจะวางแผนการเดินทางด้วยตนเองหรือใช้บริการบริษัทนำเที่ยวก็ได้

3. การแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง จำเป็นต้องพิจารณาถึงกิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ในสถานที่นั้นเป็นหลัก เช่น การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อน การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์พิเศษ กิจกรรมที่เกิดขึ้นจึงมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

นอกจากนี้ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้พิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ ขึ้นมาเช่น Green tourism ที่คนมาท่องเที่ยวจะต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือช่วยลดภาวะโลกร้อน เช่น การท่องเที่ยวในเกาะสมุย หรือ War tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม เช่น การท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรีหรือ Volunteer tourism ที่นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครมาช่วยทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ในสถานที่และเส้นทางท่องเที่ยวต่อ เช่น การที่มีอาสาสมัครมาช่วยงานในตอนที่เกิดสึนามิในประเทศไทย เป็นต้น โดยสรุป การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลากหลายขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเอง และขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม ผลของการท่องเที่ยวจะเกิดมิติในแง่บวกหรือลบขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมอย่างไร

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว

2.2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว

สิริรัตน์ นาคแบน (2555) ได้พูดถึงความหมายของพฤติกรรมกรท่องเที่ยวไว้ว่า ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวนั้นก็ถือว่าเป็นผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว ดังนั้นการเข้าใจว่าผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมและลักษณะในการท่องเที่ยวอย่างไร รวมถึงปัจจัยใดบ้างที่จะมาเป็นตัวเลือกในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวที่

แตกต่างกันออกไป ในขณะที่ ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2555) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึงการแสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจจะเป็นการกระทำ สีหน้า คำพูด กริยาท่าทาง ต่างๆ เช่น การถ่ายรูป การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว การรับประทานอาหาร ซึ่งการแสดงออกเหล่านี้ ถือว่าเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยว อาจมารากฐานมาจากความต้องการหรืออุปนิสัยพื้นฐานของแต่ละบุคคล อาจจะคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันหรือมาจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่ได้รับใน ขณะนั้น ในขณะที่ ชวัลนุช อุทยาน(2551)ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และ บุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใด สภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัย ประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายใน ร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดย พฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำต่างๆของสิ่งมีชีวิต หรือการตอบสนองของการกระทำทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคลที่กระทำออกมาทั้งภายนอกและสิ่ง กระตุ้นภายในที่ไม่สามารถมองเห็นได้โดยจะแสดงออกมาทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้หรือเป็น กิจกรรมหรือการกระทำที่ตัวบุคคลนั้นแสดงออกมาให้เห็นที่เรียกว่า พฤติกรรมภายนอกและที่ไม่ แสดงออกมาให้เห็นแต่อยู่ภายใต้จิตสำนึกของแต่ละบุคคลเรียกว่า พฤติกรรมภายใน

2.2.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

วาทิต อธิศิริเวทย์ (2551) ในด้านพฤติกรรมสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวต่างชาติจะเป็นกลุ่มที่มีความ กระตือรือร้นในการท่องเที่ยว มีความสนใจด้านศิลปวัฒนธรรม และมีความสามารถในการถ่ายภาพ เป็นที่ระลึก ลักษณะของการท่องเที่ยวชมเมืองมีความแตกต่างด้านศิลปะ วัฒนธรรม มีความ คาดหวังในเรื่องการกำหนดทิศทางของตัวเอง และมีความเป็นเอกลักษณ์มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวไทย ในขณะที่เดชา บุญล้ำและคณะ (อ้างถึงใน วาทิต อธิศิริเวทย์, 2551) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรม หรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ย่อมมีความแตกต่างกัน เพราะเกิดจากสาเหตุที่แตกต่างกัน เช่น การศึกษา การเลี้ยงดู เพศ วัย เชื้อชาติ ธรรมเนียม ศาสนา และประสบการณ์ชีวิต ดังนั้น พฤติกรรมที่พบ เห็นโดยทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ มักจะมีพฤติกรรม ดังนี้ การชมเมืองโบราณ นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะนั่งรถชมเมือง หรือเดินชมเมือง หรือ อาจจะใช้ยานพาหนะอื่นๆในการเดินทางไปตามเส้นทางที่ผ่านบริเวณที่สำคัญต่างๆ และจะเยี่ยมชม ถึงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ วิถีชีวิตของพลเมือง การเข้าชมสถานที่สำคัญและ

สถานที่ที่น่าสนใจ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวสนใจเป็นพิเศษจะเป็นสถาปัตยกรรมเชิงวัฒนธรรม บ้านบุคคลสำคัญในอดีต พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ โดยนักท่องเที่ยวจะเข้าชมถึงสิ่งสวยงามในด้านต่างๆของแต่ละสถานที่ การขึ้นที่สูงเพื่อนชมเมือง อาจจะเป็นหอคอยต่างๆ เจดีย์สูง เช่น ภูเขาทอง พระปฐมเจดีย์ หรือภูเขาที่อยู่ในเมือง การเข้าชมขึ้นอยู่กับการจัดการสถานที่หรือการจัดระเบียบในการเข้าชมสถานที่นั้นๆ ให้เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว การชมการละเล่นพื้นเมือง หรือขบวนในงานเทศกาลการจัดงานนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบและขนาดของการจัดงานในแต่ละครั้ง โดยการจัดงานในแต่ละครั้งนั้นจะจัดเป็นการถาวรหรือชั่วคราวก็ได้ การจับจ่ายซื้อของ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ของพื้นเมืองต่างๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมซื้อกลับไปเป็นของฝาก การนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวลักษณะนี้ มักเป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย การดูกีฬา การแข่งขันกีฬา การท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชอบการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ โดยเฉพาะการแข่งขันกอล์ฟ การแข่งขันชกมวยไทยของชาวต่างชาติ เพราะเป็นศิลปะการต่อสู้ที่แตกต่างจากของตน นักท่องเที่ยวประเภทนี้ มักมีพฤติกรรมชอบการพนัน ซึ่งเป็นการหวังผลประโยชน์อื่นๆ ที่ควรได้รับในภายหลังอีกด้วย การพนัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวลักษณะนี้มีจุดประสงค์เพื่อนการพนันเป็นหลัก ซึ่งมักจะเดินทางไปยังต่างประเทศหรือบ่อน ที่ได้รับอนุญาต และมีแรงจูงใจอื่นๆ ที่เข้าวนให้ท่องเที่ยวไป ส่วนใหญ่มักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีฐานะ การเงินดี และเป็นผู้ทรงอิทธิพลหรือประกอบอาชีพผิดกฎหมาย การพนัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวลักษณะนี้ มักจะเดินทางไปยังสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อแสดงถึงการผจญภัยและการเสี่ยงภัย เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

สรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมักจะเกิดจากสาเหตุที่แตกต่างกันเพราะพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลายของแต่ละบุคคล ย่อมเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงภูมิหลัง ทิศทาง และเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่มีทิศทางที่แตกต่างกัน นั้นหมายถึง ความพึงพอใจหรือความสุขทางใจที่นักท่องเที่ยวได้รับ ที่เกิดจากพฤติกรรมหรือการกระทำที่เป็นเป้าหมายสูงสุดของชีวิตก็เป็นได้

2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ทฤษฎีของฟรอยด์ (Freudian Theory) (อ้างถึงใน สิริรัตน์ นาคเป็น, 2555) เกี่ยวข้องกับความต้องการหรือแรงขับที่ไม่รู้สึกตัว เช่น แรงกระตุ้นเกี่ยวกับชีววิทยา และแรงกระตุ้นเกี่ยวข้องกับแรงสืบพันธุ์ เป็นต้น ซึ่งแรงกระตุ้นเหล่านี้ถือว่าเป็นหัวใจที่ทำให้เกิดแรงจูงใจและเป็นการสร้างบุคลิกภาพของมนุษย์ ตามทฤษฎีของฟรอยด์ได้ให้คำนิยามของคำว่าบุคลิกภาพไว้ 3 ประการ คือ

1. Id (อีค) ฟรอยด์ได้สรุปว่า เป็นเหมือนคลังที่เก็บแรงกระตุ้นและแรงขับด้านอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ เป็นความต้องการทางกายซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของมนุษย์ทุกคนไม่ว่าจะเป็นความต้องการต่างๆเช่น อาหาร น้ำ ขับถ่าย เป็นต้น ซึ่งแรงกระตุ้นและแรงขับเหล่านี้เป็นส่วนที่ต้องการการตอบสนองโดยทันทีโดยที่ไม่คำนึงถึงวิธีที่จะได้มาถึงความพึงพอใจนั้นๆ

2. Ego (อีโก้) เป็นเหมือนเครื่องมือที่ใช้ตรวจสอบและสร้างสมดุลระหว่างความต้องการทางด้านอารมณ์ของ id กับการยับยั้งซึ่งใจที่เกิดจาก superego และเป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้ควบคุมแรงกระตุ้นและแรงขับอย่างมีสติ

3. superego (ซูเปอร์อีโก้) เป็นเหมือนเครื่องมือที่รับความต้องการที่เกิดจากแรงขับและแรงกระตุ้นที่ส่งผลมาจาก id โดยเป็นการแสดงออกที่มาจากภายในที่สะท้อนให้เห็นคุณค่าทางด้านมโนธรรมและจริยธรรมของมนุษย์ และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลหาวิธีตอบสนองความต้องการของตนให้อยู่ในทิศทางที่ในที่ยอมรับของสังคม ดังนั้น ซูเปอร์อีโก้จึงมีหน้าที่คล้ายๆกับเครื่องมือที่ใช้เบรกแรงกระตุ้นของ Id

เลวิทท์ (อ้างถึงใน กอบกาญจน์ เจริญทอง, 2556) ได้อธิบายว่าก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมใดๆออกมามักจะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวเป็นสิ่งกระตุ้นจิตใจ ทำให้เกิดความต้องการ และจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการหรือขั้นตอนที่เรียกว่า กระบวนการของพฤติกรรม มี 3 ประการดังนี้ 1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุ กล่าวคือ การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมใดออกมานั้น จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิดและสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง 2. พฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นนั้นจะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น คือ เมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นคนก็จะมีความปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจ ให้แสดงพฤติกรรมต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะเกิดขึ้น 3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจะมุ่งไปสู่เป้าหมาย คือ การที่คนเราแสดงพฤติกรรมอะไรออกมานั้นไม่ได้ทำไปโดยปราศจากทิศทางหรือไว้จุดมุ่งหมายซึ่งตรงข้ามกับการมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของความต้องการของตนอย่างใดก็ตาม ถึงแม้ว่ากระบวนการของพฤติกรรมของคนจะมีลักษณะคล้ายๆกัน แต่รูปแบบพฤติกรรมของคนที่แตกต่างกันในสถานการณ์ต่างๆที่เขาต้องเผชิญมีลักษณะแตกต่างกันไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสาเหตุจากปัจจัยที่แตกต่างกัน

2.2.4 รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เลิศพร ภาระสกุล (2556) ได้ให้นิยามของรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ไว้ว่ามีบุคคลที่กล่าวถึงรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ไว้ดังนี้ Swarbrooke และ Horner (1999) กล่าวไว้ว่า การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่เป็นรูปแบบพื้นฐานที่สุด คือ การแบ่ง

นักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของการเดินทาง กล่าวคือ การที่จะแบ่งว่า บุคคลนั้นเป็น นักท่องเที่ยว หรือ นักเดินทาง นักท่องเที่ยว นั้นคือ บุคคลที่ซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ขณะที่ นักเดินทางคือบุคคลที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง เช่น การจองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง เป็นต้น ในขณะที่ Sharpley (1994) ได้พูดถึงความหมายของคำว่านักเดินทางเอาไว้ว่า นักเดินทาง หมายถึง บุคคลที่เดินหรือทางท่องเที่ยวในระยะเวลาหนึ่ง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในลักษณะสะพายเป้ (Backpacking) ที่มีงบจำกัดเป็นการเดินทางด้วยจิตใจที่เป็นอิสระ ต้องการผจญภัย มีความเป็นตัวเองสูง แต่ในทางตรงกันข้ามคำว่า นักท่องเที่ยว นั้น หมายถึง นักเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ซื้อทัวร์แบบเหมา ขณะที่ Boorstin (1946) ได้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างนักเดินทางกับนักท่องเที่ยวไว้ว่า นักเดินทางคือผู้ที่กำลังค้นหาอะไรสักอย่างเป็นผู้ที่กระฉับกระเฉง กระตือรือร้น ที่จะค้นหาและทำความรู้จักกับผู้คน แสวงหาประสบการณ์และการผจญภัย แต่นักท่องเที่ยวคือผู้ที่กำลังแสวงหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน นักท่องเที่ยวรอคอยที่จะให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งเกิดขึ้นกับตัวของเขาและเป็นฝ่ายรอรับการกระทำให้กับตัวเขาและเพื่อนตัวเขาเอง

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลืมความจำในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้น้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการพึ่งตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้

ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

Perreault และ Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้ที่รายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดี และมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3 นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลาเดินทางมากกว่า

2.2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมากๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยส่วนมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อยๆ กล่าวคือ ผู้ที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ย่อมเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคมการแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆย่อมแตกต่างหรือตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรจำนวนน้อย

2. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor)

ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ระบบการจอง สำรองที่นั่งบนเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความความสะดวกสบายรวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

3. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor)

เศรษฐกิจนับเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว และบ่งบอกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ด้วย หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักถูกจัดอยู่ในอันดับต้นๆ ที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไปในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านนันทนาการ ด้านท่องเที่ยว ด้านการซื้อของที่ระลึก จะเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวระดับสูง เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

4. ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor)

ปัจจัยทางการเมือง เป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยเหตุผลหลักๆคือ การพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น ประเทศอิสราเอล มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ทั้งยังมีศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาคริสต์ ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชม แต่ทางประเทศอิสราเอลมีปัญหาทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยในด้านต่างๆ ความไม่สะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแสวงบุญ ด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่า จะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อใด และมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

5. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor)

ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถูกถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

2.2.6 ประวัติของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในทวีปยุโรป

ยุโรปเป็นภูมิภาคที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของโลก ในระยะเริ่มต้น ย้อนไปยุคกรีกโบราณผู้คนมักเดินทางไปเยี่ยมชมกิจกรรมหรือเทศกาลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา การเดินทางไปเยี่ยมชมมหกรรมกีฬา Olympic Games ซึ่งมีครั้งแรกใน

ปี 776 ก่อนคริสตกาล และได้มีนักปรัชญาเมธีชาวกรีกชื่อ Herodotus ได้เดินทางโดยทะเลจากประเทศกรีกไปยังดินแดนต่างๆ จึงได้จุดประกายการเดินทางให้แก่ักเดินทางรุ่นหลังๆ

ชาวโรมันเป็นพวกแรกที่ให้กำเนิดการเดินทางเพื่อความสำราญ ชาวโรมันได้สร้างรีสอร์ท หรือสถานที่ตากอากาศ และยังรวมเอากิจกรรมเพื่อความสำราญเพิ่มเข้าไป นอกจากนี้ยังเป็นผู้พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อชมทิวทัศน์อีกด้วย ในยุคนั้นถือเป็นกิจกรรมเฉพาะชนชั้นสูง เนื่องจากการเดินทางค่อนข้างจะไม่สะดวก พัฒนาการของการท่องเที่ยวในยุโรปได้หยุดชะงักลงในยุคมืด ซึ่งเป็นยุคที่มีการปกครองโดยพระนิกายโรมันคาทอลิก

ผู้เดินทางในสมัยก่อนเรียกว่า “นักเดินทาง” ในราวศตวรรษที่ 19 เรียกว่า นักท่องเที่ยว การเดินทางได้กลับมาในยุค Renaissance (ศตวรรษที่ 14 – 16) ซึ่งมีนักวิชาการ นักศึกษา และศิลปิน ได้เดินทางไปยังเมืองต่างๆของยุโรป เพื่อศึกษาหาความรู้ในศิลปะ วิทยาการต่างๆ ต่อมาช่วงศตวรรษที่ 17 – 18 ได้เกิดการเดินทางเพื่อแสวงหาความรู้ที่เรียกว่า The Grand Tour ซึ่งเป็นการเดินทางโดยกุลบุตรกษัตริย์จากชนชั้นสูงในอังกฤษ ในระยะเริ่มแรกจะใช้เวลาราว 4 ปี เพื่อศึกษาในสาขาวิชาต่างๆ จนกว่าจะจบหลักสูตร แต่ต่อมาได้ลดระยะเวลาลง

เมื่อประเทศต่างๆ ได้มีการติดต่อกันมากขึ้น จึงเริ่มมีการเดินทางของนักการทูต และเหล่าผู้เผยแพร่ศาสนาไปประเทศต่างๆ เกิดขึ้น มีการเดินทางเพื่อสุขภาพ และการเดินทางจึงเป็นกิจกรรมของครอบครัวในระยะเวลาต่อมา

ในช่วงศตวรรษที่ 19 การเดินทางได้เปลี่ยนไปจากเดิม คือ มีหมู่ชนชั้นกลางเดินทางมากขึ้นและได้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีหลายประการ ซึ่งมีผลต่อการเดินทางและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสร้างทางรถไฟและการเดินทางโดยรถไฟ ซึ่งถือเป็นจุดกำเนิดสำคัญของการท่องเที่ยวโดยคนจำนวนมาก ประมาณปี 1841 โทมัส คูก ได้จัดทัศนจรทางรถไฟขึ้นเป็นครั้งแรก ถือเป็นการจัดทัศนจรแบบเฉพาะกลุ่มขึ้นเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์การท่องเที่ยว ต่อมา โทมัส คูก ได้กลายเป็นนักธุรกิจที่เป็นผู้จัดทัศนจรเป็นบุคคลแรก และต่อมาธุรกิจของเขาได้พัฒนาสู่การเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางอันเป็นที่รู้จักกันทั่วโลก

ในศตวรรษที่ 20 ได้เปลี่ยนแปลงไปอีกโดยใช้เรือกลไฟมาเป็นเรือโดยสาร ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เครื่องบินได้ถูกนำมาใช้เพื่อการเดินทางในเชิงพาณิชย์มากขึ้น ในปี 1958 ได้มีการให้บริการเครื่องบินพาณิชย์เดินทางข้ามทะเลแอตแลนติกเป็นครั้งแรก และในช่วงทศวรรษที่ 1970 ได้มีการปฏิบัติการขนส่งทางอากาศทำให้การเดินทางมีราคาถูกลง

เงื่อนไขสำคัญที่ก่อให้เกิดการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาที่ผ่านมา ได้แก่ 1.การเพิ่มขึ้นในรายได้ของประชากร 2.ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอากาศยาน 3.การที่ประชาชนมีรายนตเพิ่มขึ้น 4.การที่ประชาชนมีเวลาว่างมากขึ้น 5.การที่ประชาชนมีการศึกษาเพิ่มขึ้น 6.การ

เติบโตในธุรกิจการท่องเที่ยว (พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเว็บไซต์
<http://touristbehaviour.wordpress.com/> สืบค้นเมื่อวันที่ 14 มิ.ย. 2559)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของงานที่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่เป็นผลมาจากการได้รับการตอบสนองต่อแรงจูงใจหรือความต้องการของแต่ละบุคคลในแนวทางที่เขาประสงค์ ความพึงพอใจโดยทั่วไปตรงกับคำในภาษาอังกฤษที่ว่า Satisfaction และยังมีผู้ที่ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ไว้ดังนี้

Gillmer (อ้างถึงใน ปาลี คล้ายเพชร, 2553) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ผลของเจตคติต่างๆของบุคคลที่มีต่อองค์กร องค์ประกอบของแรงงาน และมีความสัมพันธ์กับลักษณะงาน และสภาพแวดล้อมในกาทำงานซึ่งความพึงพอใจนั้นคือ ความรู้สึกมีความสำเร็จในผลงาน ความรู้สึกว่าได้รับการยกย่องนับถือ และความรู้สึกมีความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของตน

ในขณะที่ คณิต ดวงหส์ดี (อ้างถึงใน ปาลี คล้ายเพชร, 2553) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความรู้สึกชื่นชอบ หรือ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อการทำงานหรือสิ่งจูงใจและองค์ประกอบอื่นๆ ถ้างานที่กระทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลนั้นได้ บุคคลนั้นอาจจะเกิดความพึงพอใจในงานมากขึ้น และจะอุทิศตนเวลา แรงกาย แรงใจ รวมถึงสติปัญญาให้แก่งานของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีคุณภาพ

แต่ ประคอง พานิชกุล (2553: 9) ให้อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของคนเรา ที่มีความสัมพันธ์กับโลกที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมซึ่งความรู้สึกของบุคคลขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันออกไป โดยความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ที่ได้รับ

ขณะที่ Kotler (1994) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจคือระดับของความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าของสิ่งที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ กับความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะใช้หรือได้รับสินค้าและบริการนั้นๆ

ขณะเดียวกัน Wolman (อ้างถึงใน ทิพย์นารี แพทย์วงศ์, 2556) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ คือความรู้สึกมีความสุขเมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

นอกจากนั้น Vroom (อ้างถึงใน พรศิริ บินนารวี, 2556) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง สองคำนี้สามารถใช้แทนกันได้ คือ ผลที่ได้จากการที่

บุคคลเข้ามีส่วนร่วมในสิ่งนั้น โดยที่บุคคลมีทัศนคติด้านบวกก็จะมีคามพึงพอใจในสิ่งนั้น กลับกัน บุคคลที่มีทัศนคติด้านลบก็จะมีคามไม่พึงพอใจในสิ่งนั้น

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกในทางบวก ความรู้สึกที่ดี หรือความประทับใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและสามารถแสดงออกมาทางพฤติกรรม ซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์เดิม หรือประสบการณ์ที่ได้รับมาของแต่ละบุคคล

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

นักวิชาการได้พัฒนาทฤษฎีอธิบายองค์ประกอบของความพึงพอใจ และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับปัจจัยอื่นๆ ไว้หลายทฤษฎี

โคร์แมน (อ้างถึงใน สุณี เพ็ชรงาม, 2554) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงานออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1. ที่ทฤษฎีการสนองความต้องการ กลุ่มนี้ถือว่าความพึงพอใจ ในงานเกิดจากความ ต้องการส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อผลที่ได้รับจากงานกับการประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ส่วนบุคคล 2. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่ม ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณลักษณะของงานตามความปรารถนาของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกให้กลุ่มเป็นแนวทางในการประเมินผลการทำงาน

นิวแมน (อ้างถึงใน วนริษา นิลแสง, 2553) เสนอแนวคิดในเรื่อง แนวความคิดการเกิดขึ้นของความพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพไว้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสามารถศึกษาให้ชัดเจน เมื่อแยกออกเป็นการตอบรับและปฏิกิริยา ของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปฏิกิริยาต่อสภาพแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพหรือสรีระ ซึ่งสามารถวัดได้ง่าย เช่นอุณหภูมิของร่างกาย การเปลี่ยนแปลงอัตราการเต้นของหัวใจ เป็นต้น ในขณะที่การตอบรับ หมายถึง การรับรู้ เจตคติ และเจตคติที่แสดงออกซึ่งรวมเรียกว่า การตอบรับทางสังคมจิตวิทยา และพฤติกรรม โดยมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการตอบรับในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ดังนี้ 1. ลักษณะของบุคคลผู้รับสภาพแวดล้อม 2. ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดการตอบรับ 3. การรับรู้ของบุคคล 4. การประเมินสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้น 5. ความพอใจในสภาพแวดล้อม 6. พฤติกรรมของบุคคลเนื่องจากสภาพแวดล้อม โดย 2 ปัจจัยแรกเป็นสิ่งที่ป้อนเข้าระบบ โดยลักษณะของบุคคล รวมถึงปัจจัยต่างๆด้านประชากรศาสตร์ พื้นฐานสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบวงจรชีวิต ส่วนปัจจัย 4 กลุ่มหลังเป็นผลที่ออกจากระบบ การที่บุคคลจะรับสภาพแวดล้อมใดๆขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพและมาตรฐานของบุคคลนั้นๆ การประเมินความพอใจในกายภาพของบุคคลเกิดตามมาจาก

การรับรู้ พฤติกรรมการแสดงออก ของบุคคลก็เกิดจากการรับรู้ การแสดงผลการแสดงผลออกนี้จะสะท้อนว่าบุคคลนั้นมีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้น หรือไม่

2.4.3 เกณฑ์การวัดความพึงพอใจ

โทมัสและเอิร์ล (อ้างถึงใน สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์, 2554) ได้ให้แนวความคิดความพึงพอใจไว้ว่า การวัดความพึงพอใจเป็นวิธีการที่ใช้วัด เพื่อให้ทราบถึงผลของการให้บริการที่ดีเลิศที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเป็นสิ่งยืนยันให้บริษัทเชื่อว่ามีคุณค่าและควรทำความเข้าใจในความต้องการและปัญหาของลูกค้าในการให้บริการ ผู้บริการขององค์กรต้องมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงสินค้าและบริการเพื่อให้เกิดประสิทธิผลและได้ผลดีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสำรวจความพึงพอใจจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของพนักงานโดยมีเกณฑ์การวัดความพึงพอใจที่ลูกค้ามักอ้างถึงดังต่อไปนี้ 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ บุคลากร อุปกรณ์ และวัสดุทางการติดต่อสื่อสาร 2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ได้ให้ไว้และมีความน่าเชื่อถือ 3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง มีความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที 4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ หมายถึง การมีความรู้ความสามารถ และทักษะในการที่จะปฏิบัติงานให้มีคุณภาพ 5. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ได้รับการเชื่อถือ ที่เกิดจากความจริงใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ 6. ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี หมายถึง ความมีน้ำใจให้เกียรติ ความสุภาพอ่อนโยน และความเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ 7. การเข้าถึงบริการ หมายถึง การที่ผู้รับบริการเข้าใช้บริการได้โดยง่าย และได้รับความสะดวกสบายในการติดต่อ 8. ความมั่นคงปลอดภัย หมายถึง ความรู้สึกถึงความมั่นใจในความปลอดภัยทั้งใน ชีวิต ทรัพย์สิน ชื่อเสียง และไม่รู้สึกรังเกียจอันตราย และข้อสงสัยต่างๆรวมถึงรักษาความลับของผู้รับบริการ 9. การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่างๆต่อผู้รับบริการ โดยการใ้การสื่อสารด้วยถ้อยคำและภาษาที่เข้าใจได้โดยง่ายและรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์ 10. การเข้าใจในและความรู้สึกของผู้รับบริการ หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ รวมถึงความต้องการของผู้รับบริการของตนด้วย

เครื่องมือในการติดตามและวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นวิธีการที่จะวัด ติดตาม และทำการค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า บริษัทที่มีการยึดปรัชญาและแนวความคิดทางการตลาด จะมุ่งความสำคัญที่ลูกค้าและมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งปัจจัยในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่ต้องคำนึงถึง คือ 1. การสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของสินค้า ซึ่งจะทำได้กำไรของทางบริษัทลดลง 2. บริษัทต้องสามารถสร้างกำไรได้โดยวิธีการใดวิธีการ

หนึ่ง เช่น ลงทุนในการผลิตเพิ่มมากขึ้น หรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สิ่งเหล่านี้ถือว่ามีผลกระทบต่อทั้งรายได้ของบริษัทและต้นทุนของสินค้า 3. บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้นพนักงาน ผู้ขายปัจจัยการผลิต และคนกลาง และเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของคนเหล่านี้ด้วย

โดยวิธีการติดตาม และวัดความพึงพอใจของลูกค้าสามารถกระทำได้ 4 วิธี ดังนี้

1. ระบบการติดตามและข้อเสนอแนะ เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การทำงาน รวมถึงข้อเสนอแนะ

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งจะดีกว่าวิธีแรกที่มีมักจะพบปัญหา ลูกค้าส่วนใหญ่จะไม่ค่อยให้ความร่วมมือและเปลี่ยนไปซื้อสินค้าและบริการจากผู้ขายรายอื่นแทน ส่งผลให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้าไป เครื่องมือที่นิยมใช้คือการวิจัยตลาด โดยทางบริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อที่จะค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้เทคนิคต่างๆดังนี้

2.1 การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์ โดยอยู่ในรูปแบบของการให้คะแนน เช่น พอใจอย่างยิ่ง พอใจ ไม่แน่ใจ ไม่พอใจ ไม่พอใจอย่างยิ่ง

2.2 การสอบถามลูกค้าว่าได้รับความพึงพอใจในสินค้าและบริการหรือไม่ อย่างไร

2.3 การถามถึงปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และมีการเสนอแนะประเด็นต่างๆที่จะแก้ปัญหานั้น จะเรียกว่าการวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า

2.4 การถามเพื่อให้ได้คำตอบและให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆ เรียกได้ว่าเป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ โดยวิธีนี้จะทำให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์

2.5 การสำรวจความตั้งใจในการซื้อสินค้า และบริการซ้ำของลูกค้า

3. การเลือกซื้อสินค้าโดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย โดยวิธีนี้ทำโดยการเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งในการซื้อสินค้าและบริการของบริษัท และบริษัท พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าที่เปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่น วิธีแก้ปัญหาคือหาสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ เช่น ราคาสูงขึ้นหรือสูงเกินไป การบริการที่ไม่ดี ผลิตภัณฑ์ที่ไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งการศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

2.4.4 ปัจจัยที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ

สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์ (2554) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ 1.1 ต้องมีความรู้และความรอบรู้ในเรื่องของสินค้า บริการ ผู้บริหาร โครงสร้างต่างๆขององค์กร นโยบายขององค์กร ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงต่างๆภายในองค์กร โดยเฉพาะ งานในหน้าที่รับผิดชอบของตนที่ต้องรู้เป็นอย่างดี ต้องรู้จักนำความรู้หรือประสบการณ์ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน 1.2 ควรมีบุคลิกภาพที่ดี มีความคล่องตัว และมั่นใจในตัวเอง มีความกระตือรือร้น สุภาพ จริงใจ คุณเป็นธรรมชาติไม่เสแสร้ง แต่งกายเรียบร้อย สะอาดสะอ้าน สวยงามและเหมาะสมกับกาลเทศะ สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้บุคลิกของผู้ให้บริการน่าชมมอง น่านิยม น่านับถือ นำเข้าใกล้ และน่าประทับใจต่อผู้มาทำการติดต่อ 1.3 ร่างกายแข็งแรง สุขภาพอนามัยเป็นสิ่งสำคัญ ผู้ที่มีร่างกายอ่อนแอ มีโรคภัยมาเบียดเบียนอยู่เสมอ ย่อมเป็นอุปสรรคในการทำงานและพัฒนาตนเอง ฉะนั้น การระวังรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงนั้นจะมีผลทำให้จิตใจ สมอง สติปัญญา สุขภาพจิตที่ดีเป็นปกติการทำงานติดต่อกับผู้อื่น ย่อมเป็นไปอย่างราบรื่น 1.4 มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการที่ดี ชอบให้บริการผู้อื่น ปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจและเต็มใจ 1.5 ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีไมตรีจิต เมตตากรุณา เห็นอกเห็นใจผู้อื่น ช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อผู้อื่นมีปัญหาทุกข์ร้อน สามารถรับฟังปัญหาด้วยความเห็นอกเห็นใจ 1.6 เป็นคนช่างสังเกต แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี

2. ด้านสถานที่ประกอบการ ลักษณะของสถานที่ ที่ให้บริการที่ดี มีทำเลที่ตั้งที่ง่ายแก่การเข้าถึง สะอาดถูกหลักอนามัย มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ มีการจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในขณะรอรับบริการ สถานที่จอดรถสะดวกไม่แออัดคับแคบจนเกินไป

3. ด้านความสะดวกสบาย ลูกค้าจะรู้สึกประทับใจเมื่อ มีพนักงานที่ให้ความสะดวกกับลูกค้าเพียงพอ มีความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องใช้ในสำนักงานไว้คอยให้บริการลูกค้า การให้คำแนะนำและชี้แจงผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ การให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้รับบริการไม่เข้าใจในการบริการ

4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ประโยชน์ของข้อมูล ความทันสมัยต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ การให้คำแนะนำและตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน การให้ข้อมูล การนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ที่ง่ายต่อการเข้าใจ ไม่คลุมเครือ

5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ต้องมีความรวดเร็วของการบริการในแต่ละครั้ง แต่ละเรื่อง การอนุโลม หรือลดขั้นตอนให้แก่ลูกค้าเป็นบางกรณี เพื่อที่ลูกค้าจะได้รู้สึกไม่เสียเวลา

การดำเนินการให้บริการด้านต่างๆ ที่จะไม่ทำให้ผู้รับบริการเสียโอกาสหรือเสียผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ดังนั้นจากความหมายข้างต้นจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากความต้องการของผู้บริโภคที่คาดหวังไว้ และได้รับการตอบสนองตามผลที่คาดหวังไว้หรือมากกว่าที่คาดหวังไว้ ความพึงพอใจจึงเกิดขึ้น และความพึงพอใจจะไม่เกิดขึ้นได้ถ้าความคาดหวังที่ต้องไว้ไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง

2.4 ทฤษฎีการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลกรุงเทพในหัวข้อ 2.5 นี้ผู้วิจัยได้สรุปจากเว็บไซต์วิกิพีเดีย

(th.wikipedia.org/wiki/กรุงเทพมหานคร)

2.4.1 ประวัติความเป็นมาจังหวัดกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานคร ได้รับการสถาปนาเป็นเมืองหลวงในสมัยของ(รัชกาลที่ 1) พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เมื่อวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2325 ได้ย้ายมาจากกรุงศรีอยุธยา ที่ถูกทิ้งไว้ในสภาพปรักหักพังจากสงครามระหว่างพม่าซึ่งกินเวลานานหลายปี โดยทำเลที่ตั้งใหม่ของกรุงเทพมหานครนั้นมีแม่น้ำโอบรอบเกือบทั่วอาณาบริเวณทำให้ง่ายแก่การป้องกันพระนครจากการถูกโจมตีต่างๆ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงพระราชทานนามแก่ราชธานีแห่งใหม่ว่า กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีความหมายว่า เมืองแห่งทวยเทพ ซึ่งชื่อที่ทรงพระราชทานนี้เป็นการตั้งให้สอดคล้องกับความเจริญรุ่งเรืองในอดีตของกรุงศรีอยุธยา อีกทั้งพระองค์ยังมีพระบรมราชโองการให้สร้าง วัดพระแก้ว และพระบรมมหาราชวัง ให้เป็นศาสนาสถานที่เป็นที่เชิดหน้าชูตาของราชอาณาจักรและเพื่อความเป็นปึกแผ่นของราชอาณาจักร ต่อมาในสมัย รัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว บ้านเมืองได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว หลังจากที่พระองค์ท่านได้เสด็จกลับจากการประพาสยุโรป ทรงมีรับสั่งให้พระบรมวงศานุวงศ์เสด็จไปประทับที่พระราชวังดุสิต และมีสิ่งปลูกสร้างด้วยสถาปัตยกรรมสมัยใหม่อยู่ใกล้เคียง เช่น อาคารรัฐสภา วัดเบญจมบพิตรที่สร้างจากหินอ่อน และพระที่นั่งวิมานเมฆเป็นพระที่นั่งขนาดใหญ่ที่สร้างด้วยไม้สัก

กรุงเทพมหานคร มาจากนามพระราชทานที่ว่า “กรุงเทพมหานคร บวรรัตนโกสินทร์ มหินทรายุธยามหาดิลกภพ นพรัตนราชธานีบุรีรมย์ อุดมราชนิเวศน์มหาสถาน อมรพิมารอวตารสถิต สักกะทัตติยวิษณุกรรมประสิทธิ์” ที่มีความหมายว่า “เมืองของเทวดา มหานครอันเป็นอมตะสง่างามด้วยแก้ว 9 ประการ และเป็นที่พักของพระเจ้าแผ่นดิน เมืองที่มีพระราชวังหลายแห่ง จุเป็นวิมานของเทวดา ซึ่งพระวิษณุกรรมสร้างขึ้นตามบัญชาของพระอินทร์” ต่อมาในสมัย

พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) ได้ทรงเปลี่ยนคำว่า “บวรรัตน โกสินทร์” เป็น “อมรรัตน โกสินทร์” และต่อมาเรียก กรุงรัตนโกสินทร์

ชื่อกรุงเทพมหานครเมื่อถอดเป็นภาษาโรมัน คือ Krung Thep Maha Nakhon แต่ชาวต่างชาตินิยมเรียกว่า Bangkok มากจากอดีตของเมืองเดิมที่เป็นที่ตั้งของเมืองธนบุรีศรีมหาสมุทรที่ชาวต่างชาติเรียกกันว่า “บางกอก” แต่จะออกเสียงเป็น “เบงก็อค็อก” มาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เป็นเมืองที่มีความสำคัญในฐานะเส้นทางออกสู่ทะเลและติดต่อค้าขายกับอาณาจักรต่างๆ เป็นทั้งเมืองหน้าด่านขนอน ที่คอยดูแลเก็บภาษีจากเรือสินค้าทุกลำที่ผ่านเข้าออก สำหรับที่มาของคำว่าบางกอก นั้นมีข้อสันนิษฐานว่าอาจมาจากที่แม่น้ำเจ้าพระยาคดเคี้ยวไปมา บางที่เป็นเกาะเป็นโคก จึงเรียกว่า บางเกาะ หรือ บางโคก แล้วเพี้ยนมาเป็น บางกอก หรือบ้างก็ว่าเนื่องจากบริเวณนั้นมีต้นมะกอกอยู่มาก จึงเรียกว่า บางมะกอก คือเป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยต้นมะกอก เป็นข้อสันนิษฐานที่อ้างอิงมาจากชื่อเดิมของวัดอรุณราชวราราม คือ วัดมะกอก (ก่อนที่จะเป็นวัดมะกอกนอก และวัดแจ้งตามลำดับ) และต่อมาบางมะกอกก็เหลือแค่ บางกอก และเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2514 ต่อมารัฐบาลได้รวมจังหวัดธนบุรีเข้าด้วยกัน เป็นนครหลวงกรุงเทพธน และได้เปลี่ยนชื่อเป็น “กรุงเทพมหานคร” ในวันที่ 14 ธันวาคม 2515 ในสมัยจอมพลถนอม กิตติขจร เป็นนายกรัฐมนตรี

2.4.2 ทำเลที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่บนฝั่งที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งถือเป็นแม่น้ำสายสำคัญที่หล่อเลี้ยงคนไทยทั้งชาติ โดยตั้งอยู่บนละติจูดที่ 13 องศา 45 ลิปดาเหนือ และลองจิจูดที่ 100 องศา 28 ลิปดาตะวันออก และเนื่องจากมีที่ตั้งอยู่ใกล้กับเส้นศูนย์สูตร จึงทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสภาพอากาศร้อนชื้น โดยตั้งอยู่ใกล้บริเวณดินดอนสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ทำให้เป็นเมืองที่มีชัยภูมิเหมาะแก่การป้องกันการรุกรานจากศัตรู และยังเป็นเมืองที่มีน้ำท่าอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำเกษตร ซึ่งมีพื้นที่ขนาด 4.14 ตารางกิโลเมตร และได้ทำการขยายพื้นที่ไปเรื่อยๆจนถึงปัจจุบัน กรุงเทพมหานครประกอบด้วยเขตการปกครอง 50 เขต และมีพื้นที่ 1,568.737 ตารางกิโลเมตร สภาพภูมิอากาศได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมประจำฤดูที่พัดผ่าน แบ่งเป็น 3 ฤดู คือ ฤดูร้อน (กุมภาพันธ์-เมษายน) ฤดูฝน (พฤษภาคม-ตุลาคม) ฤดูหนาว (พฤศจิกายน-มกราคม) โดยอุณหภูมิเฉลี่ย 25-35 องศาเซลเซียส

กรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางในความเจริญในทุกๆด้าน โดยภาครัฐมีนโยบายมุ่งเน้นขยายการพัฒนาในด้านต่างๆ ไปในเขตจังหวัดปริมณฑลใกล้เคียง 5 จังหวัด คือ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม โดยกรุงเทพมหานครมีอาณาเขตติดต่อกับทั้ง 50 จังหวัด ดังนี้

ทิศเหนือ	มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนนทบุรี
ทิศใต้	มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสมุทรปราการ
ทิศตะวันออก	มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา
ทิศตะวันตก	มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนครปฐม

2.4.3 การปกครองและการบริหารจัดการ

กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นเขตการปกครองพิเศษ ได้แยกเป็นเอกเทศเช่นเดียวกับจังหวัดอื่นๆ ซึ่งหน่วยงานในท้องที่จะเป็นผู้ดูแลสภาพความเป็นอยู่ของประชาชน และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยมีผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่มาจากการเลือกตั้งและเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารงานอยู่ในตำแหน่งตามวาระคราวละ 4 ปี ในปัจจุบันการปกครองกรุงเทพมหานครแบ่งออกเป็น 50 เขตการปกครองโดยมีการแบ่งการปกครองออกเป็น 6 กลุ่มเพื่อให้ง่ายแก่การปฏิบัติราชการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการแบ่งกลุ่มดังนี้ 1. กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง ประกอบด้วย เขตพระนคร เขตดุสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตราชเทวีและเขตวังทองหลาง 2. กลุ่มกรุงเทพใต้ ประกอบด้วย เขตบางรัก เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา เขตวัฒนา เขตพระโขนง เขตสวนหลวงและเขตบางนา 3. กลุ่มกรุงเทพเหนือ ประกอบด้วย เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม เขตบางเขน 4. กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ประกอบด้วย เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตเขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวาและเขตประเวศ 5. กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ ประกอบด้วย เขตธนบุรีคลองสาน เขตจอมทอง เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตตลิ่งชันและเขตทวีวัฒนา 6. กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ ประกอบด้วย เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตราษฎร์บูรณะและเขตทุ่งครุ

ตราของกรุงเทพมหานคร เป็นรูปพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณพระหัตถ์ทรงถือสายฟ้า

ต้นไม้ประจำกรุงเทพมหานคร คือ ต้นไทรช้อยใบแหลม

คำขวัญของกรุงเทพมหานคร คือ “กรุงเทพฯคู่เทพสร้าง เมืองศูนย์กลางการปกครอง วัด วัง งามเรืองรอง เมืองหลวงของประเทศไทย” ซึ่งคำขวัญนี้ได้มาจากการประกวดคำขวัญของกรุงเทพมหานคร ในปี 2555 เนื่องในโอกาสครบรอบ 230 ปีเมืองหลวงของประเทศไทยโดยการลงคะแนนเสียงของประชาชน

2.4.4 โครงสร้างเศรษฐกิจสังคม

กรุงเทพมหานคร ได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวที่สุดในโลกเมื่อปี 2555 โดยมีอาหารไทย โบราณสถานและโบราณวัตถุ ทัศนียภาพไมตรีของคนไทย วัฒนธรรมประเพณี ศิลปะพื้นบ้าน และแหล่งช้อปปิ้ง เป็น 5 สิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และยังส่งผลให้ กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลักทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยและของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

1. โครงสร้างด้านเศรษฐกิจ

กรุงเทพมหานคร ถูกจัดลำดับให้เป็นมหานครที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 15 ของโลก ถือเป็นฐานเศรษฐกิจหลักของประเทศ อีกทั้งเป็นศูนย์กลางด้านต่างๆของประเทศด้วย และยังเป็นศูนย์กลางทางการเงินนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลให้กรุงเทพฯ และปริมณฑลมีบทบาทหรือสัดส่วนในการผลิตรวมกับผลผลิตของประเทศรวม ร้อยละ 51 และในอนาคตจะเป็นศูนย์กลางของการส่งเสริมเศรษฐกิจทางการค้าของประเทศให้สามารถเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจนานาชาติ จากแรงดึงดูดให้มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม การบริการ และการค้าขนานานาชนิดเกือบครบทุกประเภท

2. โครงสร้างด้านสังคม

การเติบโตของกรุงเทพมหานครได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างทางสังคมอย่างกว้างขวาง การขยายตัวในของพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นไปในลักษณะกระจุกกระจายแผ่ขยายไปตามโครงข่ายบริการพื้นฐานที่สำคัญ โดยเฉพาะตามแนวถนนสายหลัก ทำให้เกิดปัญหาความแออัดของที่อยู่อาศัย กิจกรรมทางเศรษฐกิจและปัญหาจราจร และยังเป็นเมืองที่รองรับการอพยพของแรงงานที่สำคัญที่สุดจากภูมิภาคต่างๆของประเทศและจากต่างประเทศ โดยประชากรแฝงเหล่านี้ได้ผสมผสานการดำเนินชีวิตกลมกลืนกับประชากรในเมือง

กรุงเทพมหานครมีสาธารณูปโภคต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกทางสังคมอย่างครบครัน การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมและการค้า การบริการของกรุงเทพฯ นำมาซึ่งปัญหาการปรับตัวของแรงงานอพยพ โดยแรงงานที่อพยพเข้ามาในกรุงเทพฯและปริมณฑล ได้สร้างปัญหาด้านที่อยู่อาศัยและชุมชนแออัด มีผู้อยู่อาศัยในแหล่งเสื่อมโทรมประมาณ 2 ล้านคน รวมทั้งก่อให้เกิดปัญหาด้านคุณภาพชีวิต จึงจำเป็นต้องมีมาตรการช่วยเหลือด้านการจัดหาที่อยู่อาศัยการเพิ่มทักษะความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพ ตลอดจนการขยายบริการพื้นฐานทางสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนยากจนในเขตเมืองให้ดีขึ้น

2.4.5 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานคร มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและหลากหลายประเภทโดยสามารถแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้ 1. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ : แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์ สำคัญเกิดขึ้น ในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม 2. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ : แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และ สนามกีฬา และ 3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) : หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษ ได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ชุมชนกุฎีจีน ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น กรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่งสีสันทั้งในยามกลางวันและยามค่ำคืน ที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และความรู้รอบตัว สามารถท่องเที่ยวได้ไม่จำกัดเวลา และไม่จำเป็นต้องมีงบประมาณในการท่องเที่ยวมากมาย แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานครก็มีอยู่มากมาย โดยสิ่งดึงดูดใจของกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 5 ประเภท คือ 1. โบราณสถานและโบราณวัตถุ 2. อาหารไทย 3. อัญมณีไมตรีของคนไทย 4. วัฒนธรรมประเพณีศิลปะพื้นบ้าน และ 5. แหล่งช้อปปิ้ง

แหล่งท่องเที่ยวที่มีเป็นเอกลักษณ์ของกรุงเทพมหานครมีหลากหลายประเภท เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม ประเภทโบราณสถานและโบราณวัตถุ พระราชวัง และวัด ที่น่าสนใจ ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท พระที่นั่งจักรีมหาปราสาท วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามวรวิหาร วัดพระศรีรัตนศาสดาราม เป็นต้น ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทยในอดีต สำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภท หอศิลป์ อนุสาวรีย์ พิพิธภัณฑ ์ ที่น่าสนใจก็มีมากมาย เช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ ์พระที่นั่งวิมาลเมฆ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร เป็นต้น อีกทั้งยังมีสถานที่

ห้องที่วิวประเภทสวนสัตว์ สวนสนุก และการแสดง ก็มีอยู่เป็นจำนวนมาก ที่น่าสนใจ ได้แก่ สวนสัตว์ดุสิต สวนสัตว์เปิดซาฟารีเวิลด์ สวนสยาม โรงละครสยามนิรมิต เป็นต้น

ถึงแม้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยตึกรามบ้านช่องที่แออัด ก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่เป็นสวนสาธารณะ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สวนสุขภาพที่ผู้คนใช้เป็นที่พักผ่อนร่างกายและพักผ่อนอยู่มาก และที่ขาดไม่ได้ในกรุงเทพมหานครคือแหล่งช้อปปิ้งต่างๆเช่น ตลาดนัดจตุจักร ย่านเยาวราช ย่านประตูน้ำ ย่านสุขุมวิท ย่านสีลม ถนนข้าวสาร ตลาดน้ำคิ่งชัน ห้างสรรพสินค้า รวมถึงตลาดนัดต่างๆที่เปิดทั้งกลางวันและกลางคืน นอกจากนี้ยังมีสถานที่เที่ยวประเภทอื่นอีกต่างมากมายให้เลือก เส้นที่อีกอย่างของประเทศไทยคือ ความเป็นมิตรความเป็นกันเองรวมถึงศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ซึ่งกระจายกันอยู่ตามชุมชนต่างๆ เช่น ชุมชนพระโขนง เป็นชุมชนเก่าแก่ของกรุงเทพมหานคร ครั้งหนึ่งเคยเป็นชุมชนย่านการค้าที่เจริญรุ่งเรือง แต่เมื่อเวลาผ่านไป สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ก็ซบเซาลงตามกาลเวลา ปัจจุบันย่านพระโขนงยังคงมีแหล่งท่องเที่ยวสุดฮิตอย่างวัดมหาบุศย์ ที่เป็นแหล่งกำเนิดของตำนานแม่นาค และยังเป็นแหล่งรวมพื้นที่งานศิลปะอีกมากมาย ชุมชนพาหุรัด แหล่งค้าผ้าเก่าแก่ของกรุงเทพฯ และยังเป็นแหล่งชุมชนชาวอินเดียที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพฯ ด้วย นอกจากนี้ยังมีจุดท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น "วัดครุฑวาราศรีคุรุสังฆสภา" หรือ "วัดซีกซ์" แหล่งรวมชาวซีกซ์ในประเทศไทย ชุมชนคลองบางหลวง ชุมชนเก่าริมน้ำตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ปัจจุบันยังเต็มไปด้วยกลิ่นอายในอดีตและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวบ้านแบบดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นบ้านไม้ชั้นเดียวรูปทรงเก่าแก่ วัดวาอารามที่แสนสงบร่มเย็น ชุมชนกุฎีจีน ชุมชนเก่าเล็กๆ ของกรุงเทพฯ ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี จุดเด่นของชุมชนแห่งนี้คือการผสมผสานกันของ 3 วัฒนธรรม 3 ศาสนา ทั้งพุทธ คริสต์ และอิสลาม และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อีก เช่น ชายทะเลบางขุนเทียน สนามมวยเวทีราชดำเนิน หอสมุดแห่งชาติ สะพานพระราม 8 เป็นต้น สำหรับคนรักกีฬา กรุงเทพฯ มีโปรแกรมการแข่งขันกีฬาชนิดต่างๆ ตั้งแต่ระดับภูมิภาคไปจนถึงระดับโลก และเวียนกันมาจัดให้ชมมากมายทุกปี นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมท่องเที่ยวแบบผ่อนคลายอื่นๆ เช่น ล่องเรือชมทิวทัศน์ริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เที่ยวตลาดน้ำ กินอาหารทะเลสดๆ ที่บางขุนเทียน พักในโรงแรมหรู ทำสปา และนวดแผนโบราณ เป็นต้น (แหล่งท่องเที่ยวชุมชนกรุงเทพ 2559:เว็บไซต์)

อีกหนึ่งสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังกรุงเทพมหานคร คือ กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่อุดมไปด้วยอาหารการกินจากทุกภูมิภาคของประเทศ รวมไปถึงอาหารของชาติต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งหารับประทานได้ทั่วไปในห้างสรรพสินค้าและย่านอาหารต่างๆ ย่านอาหารที่ขึ้นชื่อที่สุดของเมือง คือ ย่านถนนเยาวราช ที่มีทั้งอาหารจีนและอาหารไทยให้เลือกรับประทานมากมายตลอดทั้งถนน เปิดขายทั้งตอนกลางวันและกลางคืน โดยในตอนกลางวันเป็นร้านอาหาร

ประเภทภัตตาคารจีน ส่วนตอนกลางคืนมีรถเข็นขายอาหารสารพัดอย่าง เปิดขายกันตั้งแต่ช่วงเย็น จนถึงดึก สำหรับผู้ที่ชอบบรรยากาศการกินแบบคึกคัก มีอาหารให้เลือกหลากหลายในทีเดียวกัน แนะนำย่านตลาดสามย่าน ท่าพระจันทร์ ท่าช้าง ตลาดวังหลัง บางลำพู อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ สะพานควาย ตลาด อตก. และตลาดใต้รุ่งต่างๆ ที่มีอยู่ทั่วเมือง ส่วนย่านที่มีร้านอาหารต่างชาติอยู่มากเป็นพิเศษ คือ ย่านถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ถนนหลังสวน ถนนข้าวสาร และสยามสแควร์ และสำหรับร้านอาหารแฟรนไชส์นั้น เปิดให้บริการตามห้างสรรพสินค้าและสถานที่สำคัญต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารริมแม่น้ำเจ้าพระยาอีกหลายแห่ง ที่ตกแต่งร้านได้สวยงามบรรยากาศดี เหมาะสำหรับรับประทานอาหารเย็นแบบสบายๆ และผ่อนคลาย รวมไปถึงร้านอาหารที่เน้นบรรยากาศอื่นๆ เช่น ร้านบนตึกสูงเห็นวิวเมือง และร้านในโรงแรมต่างๆ เป็นต้น สำหรับผู้ที่ชื่นชอบการดื่ม การสังสรรค์ แสงสี และการออกท่องราตรี กรุงเทพฯ มีสถานบันเทิงยามค่ำคึกคักจำนวนมาก โดยมีแหล่งรวมผับ บาร์ และไนต์คลับ อยู่หลายแห่ง เช่น ซอยทองหล่อ ซอยเอกมัย ถนนสีลม ถนนรัชดาภิเษก ย่าน RCA ถนนหลังสวน และถนนข้าวสาร ยังมีร้านอาหารกึ่งผับและเชค ที่บริการอาหารและเครื่องดื่มภายใต้การตกแต่งสถานที่แบบหลากหลายบรรยากาศ ตลอดริมถนนประดิษฐ์มนูธรรม ถนนเกษตร-นวมินทร์ ถนนนราธิวาส นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เช่น Rooftop กรุงเทพมหานคร ร้านอาหารบน ดาดฟ้า ที่สามารถชมวิวความสวยงาม และบรรยากาศ ของกรุงเทพมหานครยามค่ำคึกคัก จึงทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนมาก เปิดร้านอาหาร โดยใช้ชีวิตของกรุงเทพมหานครเป็นจุดขาย สร้างรายได้เป็นจำนวนมากให้แก่กรุงเทพมหานคร และมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกจำนวนมากในแทบทุกพื้นที่ของกรุงเทพฯ (การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร 2560:เว็บไซต์)

2.4.6 ด้านการคมนาคมขนส่ง

รถไฟฟ้า BTS และ รถไฟฟ้ามหานคร MRT

รถไฟฟ้า BTS เป็นระบบขนส่งที่รวดเร็วและปลอดภัยที่สุด โดยทำการแบ่งเส้นทางเป็น 2 เส้นทางหลักด้วยกัน คือ เส้นทางสุขุมวิท (สถานีบางนา-สถานีหมอชิต) และเส้นทางสีลม (สถานีบางหว้า-สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ) โดยราคาค่าโดยสารจะอยู่ที่ 15-52 บาท แต่ถ้าหากอยากจะประหยัด จะซื้อเป็นแบบรายเดือนหรือรายวันก็ได้เพราะไม่จำกัดเที่ยวในการขึ้น เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 06.00-24.00 น.

และ รถไฟฟ้ามหานคร MRT ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ทำให้การเดินทางสะดวกรวดเร็วขึ้น โดยมีจุดเริ่มต้นของสายเฉลิมรัชมงคลอยู่ที่สถานีหัวลำโพง สิ้นสุดปลายทางที่สถานีบางซื่อ อัตราค่าบริการจะอยู่ที่ 16-42 และเปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 06.00-24.00 น. (เว็บไซต์ กรุงเทพมหานคร 2559)

รถโดยสารประจำทาง

รถโดยสารประจำทาง ขสมก. มีไว้รองรับผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก และยังมีราคาถูก คือ ตั้งแต่ราคา 7 บาทตลอดทั้งเส้นทาง รถโดยสารปรับอากาศ(สีน้ำเงิน)อัตราค่าบริการจะอยู่ที่ 9-17 บาท รถโดยสารปรับอากาศยูโร(สีเหลือง-ส้ม) อัตราค่าบริการจะอยู่ที่ 11-21 บาท รถโดยสารปรับอากาศไมโครบัส ค่าบริการจะอยู่ที่ 20 บาทตลอดเส้นทาง และยังมีรถเมล์ฟรีที่ทางรัฐบาลได้ให้บ

รถแท็กซี่

แท็กซี่ทั่วไปจะมีมิเตอร์เป็นตัวบอกระยะทาง คิดค่าโดยสารอัตโนมัติ โดยราคาเริ่มต้นที่ 35 บาทในระยะ 3 กิโลเมตร ค่าบริการเฉลี่ย 5 บาทต่อกิโลเมตรขึ้นอยู่กับสภาพการจราจร ส่วนแท็กซี่ที่ประจำอยู่ตามสนามบินและ โรงแรมจะเป็นราคาที่ตายตัวขึ้นอยู่กับรถตกลงกันระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ

รถตุ๊กตุ๊ก

รถตุ๊กตุ๊กมีชื่อเรียกในภาษาราชการว่ารถสามล้อเครื่อง นิยมใช้เดินทางในระยะทางที่ไม่ไกลมากนัก ส่วนราคาค่าโดยสารนั้นขึ้นอยู่กับรถตกลงกันเอง

เรือ

การเดินทางโดนใช้บริการทางเรื่อนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องทราบถึงการให้บริการลักษณะของเรือแต่ละประเภทเพราะการให้บริการทางเรื่อนั้นมีหลายประเภท เช่น เรือโดยสารธรรมดา เรือด่วน เรือข้ามฟาก เรือโดยสารที่แล่นในแม่น้ำเจ้าพระยาที่ถนนทบุรี-กรุงเทพฯ โดยเริ่มจากท่าบ้านนันทน์ และหมดระยะทางที่ทำเรือสะพานตากสิน(สาทร)เรือธรรมดาที่ไม่มีธงจะจอดทุกท่าที่บริษัทเป็นเจ้าของหรือได้รับสัมปทานค่าบริการเริ่มต้นที่ 8 บาท เรือเร็ว(เรือด่วนธงส้ม)ไม่ต่างจากเรือธรรมดามากนักแต่จะจอดแค่บางท่าเพื่อความสะดวกรวดเร็ว อัตราค่าบริการ 10 บาทตลอดสาย เรือด่วนพิเศษ(ธงเหลือง) จะจอดรับผู้โดยสารเฉพาะท่าเรือใหญ่ๆและท่าที่มีคนหนาแน่นทำให้ใช้เวลาน้อยกว่าเรือสองประเภทที่กล่าวมา ค่าบริการ 15 บาทตลอดสาย เรือธงฟ้าเป็นเรือที่ให้บริการใหม่และมีความเร็วสูงสุด โดยจะจอดรับผู้โดยสารเพียง 3 ท่าเท่านั้น คือ ท่าบ้านนันทน์ ท่าศิริราชและท่าเรือสะพานตากสินเท่านั้น ค่าบริการจะอยู่ที่ 25-35 บาท

มอเตอร์ไซค์รับจ้าง

มอเตอร์ไซค์รับจ้างเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับบริการในระยะใกล้หรือในช่วงโมงเร่งด่วนและในช่วงที่การจราจรติดขัดค่าบริการนั้นสามารถตกลงกันก่อนได้ โดยมอเตอร์ไซค์รับจ้างนั้นจะมีอยู่ทั่วไปและหาใช้บริการได้ง่าย

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศชายที่มาจากประเทศอังกฤษและมีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปมากที่สุด มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆ มีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐ โดยส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1-5 วันต่อครั้งและเป็นการเดินทางมาเที่ยวครั้งแรก รูปแบบการเดินทางจะวางแผนการเดินทางด้วยตนเองและเมื่อมีโอกาสก็จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก นิยมท่องเที่ยวบริเวณหาดรีนของเกาะพะงันมากที่สุด โดยในการเดินทางมาท่องเที่ยวนี้ นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันคือ ต้องการที่จะมาใกล้ชิดกับธรรมชาติ ท้องทะเล (ว่ายน้ำอาบแดด) มีมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันมากที่สุดและการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำคัญขององค์ประกอบแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันตามกลุ่มทวีปของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวทวีปยุโรปมีแรงจูงใจด้านมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด นักท่องเที่ยวทวีปเอเชียนิยมแรงจูงใจด้านมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด และนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกามีแรงจูงใจทางด้านเกียรติภูมิและเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมมากที่สุด

วิคิเนีย มายอร์ (2555) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย ภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว พฤติกรรมส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อนอนน้ำแร่/แช่น้ำร้อน เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุดรองลงมาเป็นปัจจัยดึงดูด เพราะความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ ด้านความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ ด้านคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ

วรรมน จันทดิษฐ์ (2552) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านต่างๆ จำแนกตามลักษณะประชากรพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ ด้านประชาชนในท้องถิ่น ละร้านค้า

ร้านอาหารเครื่องดืม ไม่แตกต่างกัน ส่วน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ ด้านประชาชนในท้องถิ่น ละร้านค้า ร้านอาหารเครื่องดืม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยววันเดียว ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจ มีความพึงพอใจด้าน โบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์พบว่าปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่แตกต่าง มีความพึงพอใจ ด้าน โบราณสถาน และสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน จำแนกตามลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกันด้วย

ศิริธิดา ภูมิลดา (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 41-50 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ที่ประเทศอังกฤษ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านสถานที่ที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเป็นลำดับสุดท้าย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ด้านสถานจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวเป็นลำดับสุดท้าย

นรพล เกตุทัต (2557) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คนโดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีแบบตามสะดวก ผลของการวิจัยครั้งนี้ พบว่า จากการศึกษาแรงจูงใจผลักดันจำนวน 14 ด้าน 3 ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญมากที่สุด คือ แรงจูงใจเพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่าง รองลงมาคือแรงจูงใจเพื่อไปในที่ที่ฉันไม่เคยไป และแรงจูงใจเพื่อพบเห็นสิ่งใหม่ๆ ด้านแรงจูงใจดึงดูด จำนวน 12 ด้าน 3 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้

ความสำคัญ คือ แรงดึงดูดด้านอาหารไทย รองลงมาคือ วัฒนธรรมไทย และความเป็นมิตรของคนไทย สำหรับการแบ่งส่วนทางการตลาด พบว่าสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวยุโรปได้เป็น 2 กลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวยุโรปกลุ่มที่ 1 สนใจในปัจจัย เพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อพักผ่อน และผ่อนคลาย และอยากพบเจอคนท้องถิ่น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกลุ่มที่ 2 สนใจในปัจจัยเพื่อไปในที่ที่ฉันไม่เคยไป เพื่อหลบหนีความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวันและอยากพบเจอคนท้องถิ่น

สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยมในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 20 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวคือต้องการพักผ่อนหย่อนใจ สะดวกเดินทางในวันอาทิตย์ ผลการทดสอบสมมติฐานความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ และความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

วาทิต อธิศิริเวทย์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นเพศชายและหญิงอัตราส่วนเท่าเทียมกัน มีอายุระหว่าง 15-29 ปี เป็นกลุ่มเชื้อชาติชาวเอเชีย การวิเคราะห์พฤติกรรมของชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 82.00 รู้จักประเทศไทยจากสื่อบุคคล คิดเป็นร้อยละ 36.93 โดยมีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตไทยเป็นปัจจัยดึงดูดในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 68.25 เดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และจัดการเดินทางด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 85.00 สนใจท่องเที่ยวชมสถานที่ประวัติศาสตร์ จุดหมายปลายทางคือ กรุงเทพมหานคร ความรู้สึกต่อการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ดีกว่าที่คิดไว้ และต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 74.00 ด้านปัญหาที่ได้รับระหว่างการท่องเที่ยว คือ ปัญหาด้านมลภาวะเป็นพิษ

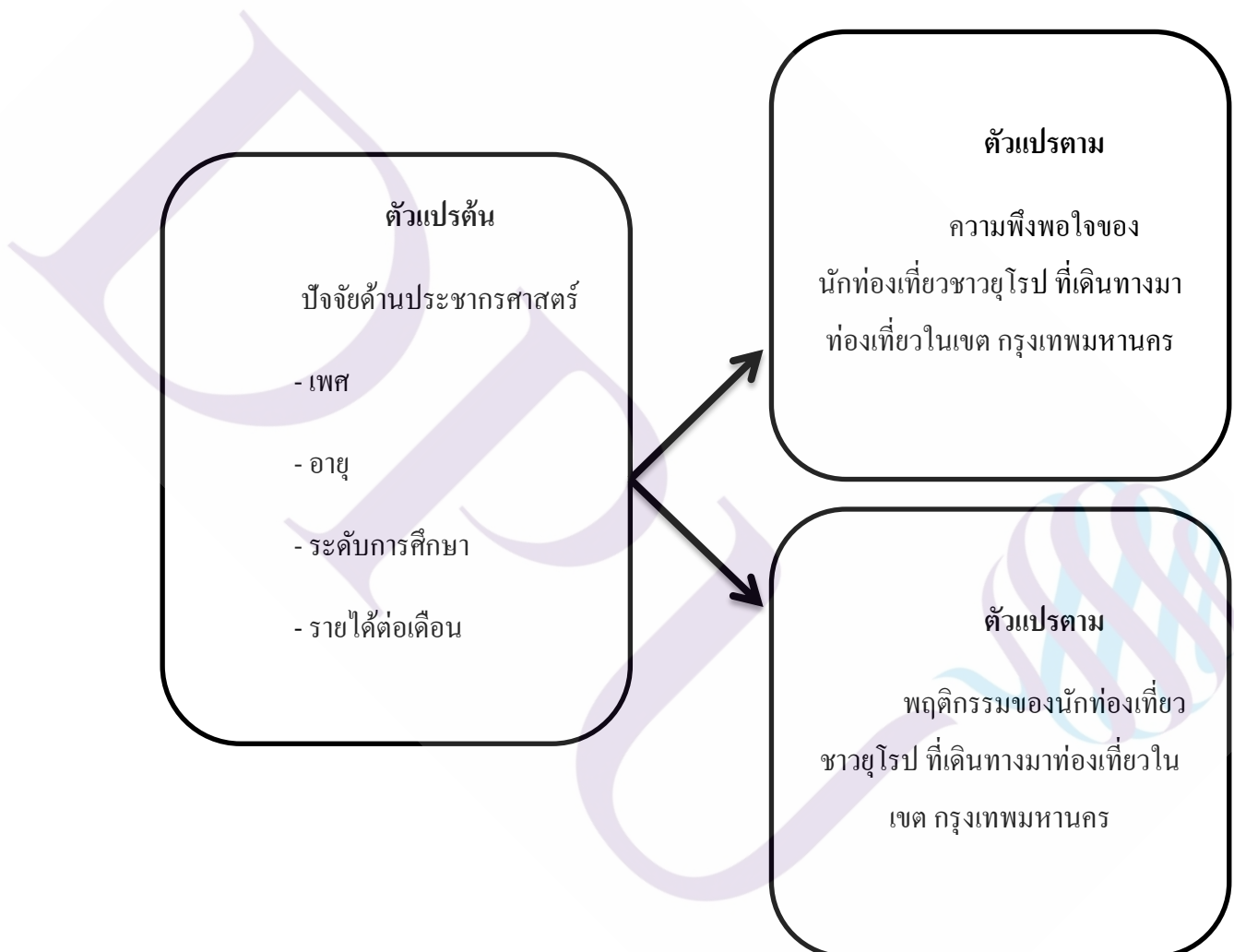
การวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจ พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก ด้านความเป็นมิตรไมตรีของคนในมีความพึงพอใจมาก ด้านรสชาติอาหารไทย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก สถานที่พักผ่อนนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก ด้านความ

ปลอดภัยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจปานกลาง การประชาสัมพันธ์และข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจปานกลางและการคมนาคมมีความพึงพอใจปานกลาง

ทิพย์นารี แพทย์วงศ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการบริการของอุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี อาศัยในทวีปยุโรป ส่วนใหญ่มาจากประเทศแคนาดา โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนในวันหยุด นิยมเดินทางมาด้วยบริษัททัวร์ และไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเอราวัณมาก่อน ทราบแหล่งข้อมูลมาจากบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการของอุทยานแห่งชาติเอราวัณ โดยภาพรวมทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านแพ็คเกจท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม และด้านบริการเสริม อยู่ในระดับมาก และเมื่อเปรียบเทียบความมีนัยสำคัญ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของอุทยานแห่งชาติเอราวัณจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการบริการของอุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี มากกว่า ระดับความคาดหวัง ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าอุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี สามารถจัดการบริการในองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทุกๆด้านของอุทยานแห่งชาติได้ดี

2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร” มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการศึกษาถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลคือ ช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2560 ถึงเดือน มีนาคม พ.ศ.2560 กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปและอธิบายความหมายของข้อมูลพร้อมทั้งสรุปผลการศึกษาโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การสร้างและการหาคุนภาพของเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2560 ถึงเดือน มีนาคม พ.ศ.2560 ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยสำรวจจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ทั้งชายและหญิง อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จำนวน 400 คน โดยสามารถกำหนดจำนวนประชากรจากข้อมูลอ้างอิงสถิตินักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร ในปี 2558 มีจำนวน 5,629,122 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2559)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ลักษณะการเดินทางเป็นหมู่คณะ (Group Tour) และเดินทางมาส่วนบุคคล (Individual) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane. 1967) ดังนี้

สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane.1967) โดยใช้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 หรือ 0.05 โดยใช้สูตรดังต่อไปนี้

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับร้อยละ 5 หรือ 0.05

แทนค่าสูตรดังนี้

$$n = \frac{5,629,122}{1 + 5,629,122 (0.05)^2}$$

$$n = 399.99 \text{ คน}$$

ดังนั้น ที่ระดับความเชื่อมั่น เท่ากับ ร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน ร้อยละ 5 ของจำนวนตัวอย่าง หรือนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อ มีขนาดประชากร 5,629,122 คน จากการคำนวณจะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 399.99 คน แต่ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับปัจจัยหรือตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาโดยแบบสอบถามเป็นลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามที่มีตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบภายในกรอบที่กำหนด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะให้เลือกตอบที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ คำถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียวและเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร คำถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert ชนิดกำหนดคำตอบเป็นข้อความ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เป็นการให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบที่คิดว่าตรงกับระดับความรู้สึกที่เป็นจริงตามการรับรู้ของตนเองมากที่สุด ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบ Likert Scale 5 ระดับ

5	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยหาพิสัยของช่วงคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

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

ดัชนีเกณฑ์ในการแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

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

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3.3 การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความครบถ้วนความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง แก้ไข และครอบคลุมเนื้อหาเพื่อให้เกิดความตรง พร้อมทั้งแก้ไขสำนวนภาษา หรือเพิ่มคุณลักษณะที่เห็นควร จากนั้นผู้วิจัยนำกลับไปปรับปรุง อีกครั้งตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวยุโรป เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนวิธีเพื่ดำเนินการการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย หลังจากนั้นดำเนินการจัดทำเค้าโครงการวิจัย และเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัย
2. ผู้วิจัยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บตามสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดอรุณราชวรมหาวิหาร ถนนข้าวสาร Asiatique the Riverfront บริเวณสนามหลวง และตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นต้น
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขข้อบกพร่องแล้ว ไปดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน
4. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง เพื่อนำไปวิเคราะห์ประมวลผลและแปลผลทางสถิติ แล้วนำมาสรุปผลต่อไป

3.5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยแบ่งการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะให้เลือกตอบที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ได้กำหนดการให้คะแนนการตอบแบบสอบถาม ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. นำคะแนนที่ได้ไปหาค่าเฉลี่ย และกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยตามระดับการปฏิบัติ ดังนี้

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

4. แบบสอบถามที่เป็นข้อเสนอแนะ ใช้วิธีการบันทึกข้อเสนอแนะในแต่ละราย แล้วนำมานับความถี่ เพื่อคว่ากลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเรื่องใดมากที่สุดเพื่อนำมาเป็นข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพัฒนากรุงเทพมหานครต่อไปในอนาคต

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติที่ผู้วิจัยแบ่งออกได้ดังนี้

3.6.1 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

หาค่าความเชื่อมั่นของสเกลที่ใช้วัดพฤติกรรมและสเกลที่ใช้วัดระดับความพึงพอใจโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.847

สถิติพื้นฐาน

1. ค่าความถี่ (Frequencies)
2. ค่าร้อยละ (Percentage)
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Variance)
4. ค่าเฉลี่ย (Mean)

ใช้ในการอธิบายถึงลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

3.6.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

1. Chi-square Test
2. t-test (Independent Samples)
3. f-test (One-way ANOVA)

ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร” (Satisfaction and Behavior of European Tourists visiting Bangkok, Thailand). ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูล ผู้วิจัยจะนำเสนอตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยว

กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยว

กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ในส่วนนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ภูมิลำเนา เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ โดยแจกแจงเป็นความถี่และค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิลำเนา

ประเทศ	จำนวน	ร้อยละ	ประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
Austria	11	2.8	Hungary	4	1.0
Belarus	6	1.5	Iceland	9	2.3
Belgium	6	1.5	Italy	30	7.5
Bohemia	1	0.3	Nether	19	4.8
Bulgaria	2	0.5	Norway	11	2.8
Croatia	5	1.3	Poland	22	5.5
Czech	9	2.3	Russia	8	2.0
Denmark	14	3.5	Scotland	1	0.3
England	47	11.8	Spain	30	7.5
Finland	12	3.0	Sweden	13	3.3
France	27	6.8	Switzer	10	2.5
Germany	93	23.3	Ukraine	6	1.5
Greece	2	0.5	Wales	2	0.5
รวม				400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเที่ยวกรุงเทพมหานคร เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาจากประเทศ Germany มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.3 และเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาจากประเทศ England และ Italy, Spain คิดเป็นร้อยละ 11.8, 7.5 และ 7.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป		จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	162	40.5
	หญิง	238	59.5
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเที่ยวกรุงเทพมหานคร เป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.5 และเป็นเพศชายร้อยละ 40.5

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวยุโรป		จำนวน(คน)	ร้อยละ
อายุ	18-30 ปี	285	71.25
	31-40 ปี	79	19.75
	41-50 ปี	23	5.75
	51-60 ปี	6	1.5
	61 ปีขึ้นไป	7	1.75
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีอายุระหว่าง 18-30 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.25, 19.75 และ 5.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

ข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวยุโรป		จำนวน(คน)	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	276	69
	สมรส	115	28.75
	หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	9	2.25
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีสถานภาพโสดมากที่สุด รองลงมาคือ สมรสแล้ว และ หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 69, 28.75 และ 2.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวยุโรป		จำนวนคน)	ร้อยละ
การศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	61	15.25
	ปริญญาตรี	242	60.5
	สูงกว่าปริญญาตรี	97	24.25
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี และ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.5, 15.25 และ 16.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวยุโรป		จำนวน(คน)	ร้อยละ
อาชีพ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	59	14.75
	พนักงานบริษัท	89	22.25
	ทำธุรกิจส่วนตัว	54	13.5
	เกษตรกร	1	0.25
	นักเรียน/นักศึกษา	130	32.5
	รับจ้างทั่วไป	13	3.25
	ผู้ประกอบการอาชีพระดับสูง(แพทย์, วิศวกร, นักกฎหมาย, พยาบาล ฯลฯ)	54	13.5
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานบริษัท และ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 32.5, 22.25 และ 14.75ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวยุโรป		จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 1000 ยูโรต่อเดือน	285	71.25
	1001-2000 ยูโรต่อเดือน	79	19.75
	2001-3000 ยูโรต่อเดือน	23	5.75
	3001-4000 ยูโรต่อเดือน	6	1.5
	มากกว่า 4001 ยูโรต่อเดือน	7	1.75
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีรายได้ น้อยกว่า 1000 ยูโรต่อเดือนมากที่สุด รองลงมาคือ 1001-2000 ยูโรต่อเดือน และ 2001-3000 ยูโรต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 71.25, 19.75 และ 5.75 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ในส่วนนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยได้แจกแจงความถี่และค่าร้อยละดังนี้

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
ผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร	มาคนเดียว	19	4.75
	มากับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก	213	53.25
	มากับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก	168	42
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ/คู่รักมากที่สุด รองลงมาคือ มากับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก และมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 53.25, 42 และ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการพำนักในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาพำนักในกรุงเทพมหานคร	1-4 วัน	274	68.50
	5-7 วัน	89	22.25
	8-15 วัน	28	7
	มากกว่า 16 วัน	9	2.25
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มักจะมาพำนักในกรุงเทพมหานครเป็นระยะเวลา 1-4 วัน มากที่สุด รองลงมาคือ 5-7 วัน และ 8-15 วัน คิดเป็นร้อยละ 68.50, 22.25 และ 7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	ครั้งแรก	244	61
	ครั้งที่ 2-3	134	33.5
	มากกว่า 4 ครั้ง	22	5.5
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร เพิ่งเคยเดินทางมาครั้งแรกมากที่สุด รองลงมาคือ มาเป็นครั้งที่ 2-3 และมากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61, 33.5 และ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
ลักษณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	เดินทางมาด้วยตนเอง	383	95.75
	เดินทางมากับบริษัททัวร์	9	2.25
	ซื้อแพ็คเกจทัวร์	8	2
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร เดินทางมาด้วยตนเองมากที่สุด รองลงมาคือ เดินทางมากับบริษัททัวร์ และ ซื้อแพ็คเกจทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 95.75, 2.25 และ 2

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	การแนะนำของบุคคล	75	18.75
	เอกสารท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์	22	5.5
	โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	10	2.5
	อินเทอร์เน็ต	169	42.25
	รายการสารคดีการท่องเที่ยวในสื่อต่างๆ	11	2.75
	บริษัทจัดนำเที่ยว	5	1.25
	ประกาศณ์ตรง	39	9.75
	หนังสือแนะนำเที่ยว	69	17.25
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มาจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ การแนะนำของบุคคล และ หนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 42.25, 18.75 และ 17.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ	
จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้	ชมสถานที่ท่องเที่ยว	122	30.5
	ทำธุรกิจ	3	0.75
	พักผ่อนหย่อนใจ	96	24
	ประชุมสัมมนา	0	0
	ศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ	178	44.5
	หาความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว	0	0
	เยี่ยมญาติ	1	0.25
รวม	400	100	

จากตารางที่ 4.13 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้คือ มาศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ มากที่สุด รองลงมาคือ มาชมสถานที่ท่องเที่ยว และมาพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 44.5, 30.5 และ 24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความโดดเด่นของกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
ความโดดเด่นของ กรุงเทพมหานคร	ความสะดวกในการเดินทาง	43	10.75
	ความสวยงามของเมือง	119	29.75
	สถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร	128	32
	มีชื่อเสียงมายาวนาน	40	10
	มีค่าครองชีพถูก	61	15.25
	อาหารไทย	9	2.25
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร เพราะกรุงเทพมหานครมีจุดเด่น คือ มีสถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร เป็นจุดเด่นมากที่สุด รองลงมาคือ ความสวยงามของเมือง และมีค่าครองชีพถูก คิดเป็นร้อยละ 32, 29.75 และ 15.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรป
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร	ความสวยงามของวัด	94	23.5
	ความสวยงามของวัง	30	7.5
	แหล่งช้อปปิ้ง	63	15.75
	สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน	82	20.5
	วิถีชีวิต	77	19.25
	ความมีชื่อเสียงยาวนาน	33	8.25
	มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม	9	2.25
	อาหารไทย	12	3
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญว่ากรุงเทพมหานครมี ความสวยงามของวัด เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน และวิถีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 23.5, 20.5 และ 19.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่
ท่านวางแผนจะไป

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่ท่านวางแผนจะไป	วัดพระแก้ว	63	15.75
	วัดอรุณ	20	5
	วัดโพธิ์	84	21
	พระที่นั่งอนันตสมาคม	6	1.5
	พระที่นั่งวิมานเมฆ	8	2
	ถนนข้าวสาร	101	25.25
	เขาวราช	95	23.75
	ตลาดนัดกลางคืน/ตลาดน้ำ	23	5.75
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร
วางแผนจะไปท่องเที่ยวที่ ถนนข้าวสาร มากที่สุด รองลงมาคือ เขาวราช และวัดโพธิ์ คิดเป็นร้อยละ
25.25, 23.75 และ 21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่พักแรมในกรุงเทพมหานครเมื่อท่านเดินทางมาถึง

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
สถานที่พักแรมในกรุงเทพมหานคร เมื่อท่านเดินทางมาถึง	โรงแรมหรู 5 ดาว	12	3
	โรงแรม 4 ดาว	84	21
	โรงแรม 3 ดาว	198	49.5
	เกสต์เฮาส์	94	23.5
	บ้านเพื่อนหรือญาติ	2	0.5
	โฮสเทล	10	2.5
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีความประสงค์ที่จะพัก โรงแรม 3 ดาว เมื่อมาถึงกรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมาคือ เกสต์เฮาส์ และโรงแรม 4 ดาว คิดเป็นร้อยละ 49.5, 23.5 และ 21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักต่อวัน

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักต่อวัน	30 ยูโรหรือต่ำกว่า	201	50.25
	31-50 ยูโร	141	35.25
	51-70 ยูโร	39	9.75
	71-90 ยูโร	6	1.5
	มากกว่า 91 ยูโร	13	3.25
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า มากที่สุด รองลงมาคือ 31-50 ยูโร และ 51-70 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 50.25, 35.25 และ 9.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน	30 ยูโรหรือต่ำกว่า	251	62.75
	31-50 ยูโร	132	33
	51-70 ยูโร	8	2
	71-90 ยูโร	5	1.25
	มากกว่า 91 ยูโร	4	1
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า มากที่สุด รองลงมาคือ 31-50 ยูโร และ 51-70 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 62.75, 33 และ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทางต่อวัน

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทางต่อวัน	30 ยูโรหรือต่ำกว่า	304	76
	31-50 ยูโร	75	18.75
	51-70 ยูโร	11	2.75
	71-90 ยูโร	5	1.25
	มากกว่า 91 ยูโร	5	1.25
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า มากที่สุด รองลงมาคือ 31-50 ยูโร และ 51-70 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 76, 18.75 และ 2.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในเรื่องการช้อปปิ้งต่อวัน

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในเรื่องการช้อปปิ้ง	30 ยูโรหรือต่ำกว่า	270	67.5
	31-50 ยูโร	108	27
	51-70 ยูโร	10	2.5
	71-90 ยูโร	5	1.25
	มากกว่า 91 ยูโร	7	1.75
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีค่าช้อปปิ้งต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า มากที่สุด รองลงมาคือ 31-50 ยูโร และ 51-70 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 67.5, 27 และ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการเดินทางที่ใช้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
วิธีการเดินทางที่ใช้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	เดิน	87	21.75
	เรือ	27	6.75
	รถประจำทาง, บัส	42	10.5
	รถตุ๊กๆ	53	13.25
	มอเตอร์ไซค์รับจ้าง	2	0.5

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
วิธีการเดินทางที่ใช้ท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	แท็กซี่	158	39.5
	รถไฟฟ้า BTS, MRT	31	7.75
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.22 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการรถแท็กซี่ มากที่สุด รองลงมาคือ การเดิน และใช้บริการรถตุ๊กๆ คิดเป็น ร้อยละ 39.5, 21.75 และ 13.25 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลของการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านที่พัก ร้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น ในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5 ระดับ โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในเวลากลางวัน	4.50	.588	มากที่สุด
2. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในเวลากลางคืน	4.27	.749	มากที่สุด
3. ความมีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4.52	.649	มากที่สุด
4. ความสวยงามของวัดและวัง	4.61	.599	มากที่สุด
5. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	4.14	.767	มาก
6.ความเหมาะสมของราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ กรณีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการเก็บค่าบริการ เช่น ค่าเข้าชม)วัด พระบรมมหาราชวัง พิพิธภัณฑฯ ฯลฯ)	3.96	.882	มาก
รวม	4.33	.396	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.23 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยภาพรวมในด้านนี้อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) 4.33 (.396) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับ ความพึงพอใจมากที่สุดเกือบทุกข้อ ยกเว้นข้อ 5 ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และ ข้อ 6 ความเหมาะสมของราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ (กรณีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการเก็บค่าบริการ เช่น ค่าเข้าชมวัดพระบรมมหาราชวัง พิพิธภัณฑฯ ฯลฯ) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. มีศูนย์บริการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	3.92	.863	มาก
2. มีการทำป้ายบอกทางที่ชัดเจนภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.78	.841	มาก
3. ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยว	3.70	.945	มาก
4. มี WIFI ให้บริการอย่างพอเพียงในสถานที่ท่องเที่ยว	3.16	1.103	ปานกลาง
รวม	3.64	.740	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) 3.64 (.740) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับ ความพึงพอใจมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นข้อ 4 มี WIFI ให้บริการอย่างพอเพียงในสถานที่ท่องเที่ยว มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านการคมนาคม

ความพึงพอใจด้านการคมนาคม	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. สภาพการจราจรในระหว่างที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	3.94	.960	มาก
2. ยานพาหนะเพียงพอต่อความต้องการในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว	3.85	.814	มาก
3.ระยะเวลาในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	3.75	.813	มาก
4. มีความหลากหลายของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร	4.04	.823	มาก
5. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.88	.894	มาก
รวม	3.89	.648	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ในด้านการคมนาคม โดยภาพรวมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) 3.89 (.648) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับ ความพึงพอใจมากในทุกข้อ

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านที่พักและร้านอาหาร

ความพึงพอใจด้านที่พักและร้านอาหาร	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. การให้บริการของที่พักแรม	4.16	.693	มาก
2. ความสะอาดของที่พักแรม	4.07	.744	มาก
3. อาหารในร้านมีคุณภาพและถูกสุขลักษณะ	3.92	.775	มาก
4. การให้บริการของร้านอาหาร	4.01	.780	มาก
รวม	4.04	.562	มาก

จากตารางที่ 4.26 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ในด้านที่พักและร้านอาหาร โดยภาพรวมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) 4.04 (.562) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับ ความพึงพอใจมากในทุกข้อ

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย

ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. ระบบรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเวลากลางวัน	4.31	.686	มากที่สุด
2. ระบบรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเวลากลางคืน	4.15	.794	มาก
รวม	4.23	.672	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.27 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ในด้านความปลอดภัย โดยภาพรวมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) 4.23 (.6.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับ ความพึงพอใจมากที่สุดในข้อ 1 ยกเว้นข้อ 2 ระบบรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเวลากลางคืน มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านอรรถศาสตร์ของคนในท้องถิ่น

ความพึงพอใจด้านอรรถศาสตร์ของคนในท้องถิ่น	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มีความเป็นมิตร	4.71	.526	มากที่สุด
2. มีความสุภาพอ่อนโยน/ยิ้มง่าย	4.63	.583	มากที่สุด
3. สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่าย	3.73	1.179	มาก
รวม	4.36	.595	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.28 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ในด้านอรรถศาสตร์ของคนในท้องถิ่น โดยภาพรวมในด้านนี้อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) 4.36 (.595) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับ ความพึงพอใจมากที่สุดเกือบทุกข้อ ยกเว้นข้อ 3 สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่าย มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ในส่วนของสมมติฐานข้อที่ 1 นั้นมีตัวแปรต้นคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และตัวแปรตามคือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติของการทดสอบครั้งนี้คือ Pearson Chi-Square ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	เพศ(ร้อยละ)		χ^2 (df) (Sig.)
	ชาย	หญิง	
1.ผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร			
มาคนเดียว	1.5	3.3	.686
มากับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก	22.0	31.3	(2)
มากับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก	17.0	25.0	(.710)
2.ระยะเวลาพำนักในกรุงเทพมหานคร			
1-4 วัน	26.8	41.8	2.350 (3) (.503)
5-7 วัน	10.5	11.8	
8-15 วัน	2.5	4.5	
มากกว่า 16 วัน	0.8	1.5	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	เพศ(ร้อยละ)		χ^2 (df) (Sig.)
	ชาย	หญิง	
3.จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร			
ครั้งแรก	21.5	39.5	8.311 (2) (.016)*
ครั้งที่ 2-3	15.8	17.8	
มากกว่า 4 ครั้ง	3.3	2.3	
4.ลักษณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร			
เดินทางมาด้วยตนเอง	38.3	57.5	1.713 (2) (.425)
เดินทางมากับบริษัททัวร์	1.0	1.3	
ซื้อแพ็คเกจทัวร์	1.3	0.8	
5.แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร			
การแนะนำของบุคคล	8.0	10.8	4.975 (8) (.760)
เอกสารท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์	1.8	3.8	
โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	1.0	1.5	
อินเทอร์เน็ต	16.0	26.3	
รายการสารคดีการท่องเที่ยวในสื่อต่างๆ	1.8	1.0	
บริษัทจัดนำเที่ยว	0.5	0.8	
ประกาศณ์ตรง	4.5	5.3	
หนังสือนำเที่ยว	7.0	10.0	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	เพศ(ร้อยละ)		χ^2 (df) (Sig.)
	ชาย	หญิง	
6.จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้			
ชมสถานที่ท่องเที่ยว	12.3	18.3	5.122 (4) (.275)
ทำธุรกิจ	0.8	0.0	
พักผ่อนหย่อนใจ	9.8	14.3	
ศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ	17.8	26.8	
เยี่ยมญาติ	0.0	0.3	
7.ความโดดเด่นของกรุงเทพมหานคร			
ความสะดวกในการเดินทาง	4.0	6.8	6.973 (5) (.223)
ความสวยงามของเมือง	11.0	18.8	
สถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร	13.8	18.3	
มีชื่อเสียงมายาวนาน	5.5	4.5	
มีค่าครองชีพถูก	5.0	10.3	
อาหารไทย	1.3	1.0	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	เพศ(ร้อยละ)		χ^2 (df) (Sig.)
	ชาย	หญิง	
8.สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร			
ความสวยงามของวัด	10.0	13.5	4.437 (7) (.728)
ความสวยงามของวัง	3.0	4.5	
แหล่งช้อปปิ้ง	5.0	10.8	
สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน	9.5	11.0	
วิถีชีวิต	7.0	12.3	
ความมีชื่อเสียงมายาวนาน	3.5	4.8	
มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม	1.0	1.3	
อาหารไทย	1.5	1.5	
9.สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ท่านวางแผนจะไป			
วัดพระแก้ว	6.0	9.8	6.189 (7) (.518)
วัดอรุณ	1.5	3.5	
วัดโพธิ์	9.5	11.5	
พระที่นั่งอนันตสมาคม	1.0	0.5	
พระที่นั่งวิมานเมฆ	0.8	1.3	
ถนนข้าวสาร	11.3	14.0	
เยาวราช	8.0	15.8	
ตลาดนัดกลางคืน/ตลาดน้ำ	2.5	3.3	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

พฤติกรรมกาท่องเที่ยว	เพศ(ร้อยละ)		χ^2 (df) (Sig.)
	ชาย	หญิง	
10.สถานที่พักผ่อนในกรุงเทพมหานครเมื่อท่านเดินทางมาถึง			
โรงแรมหรู 5 ดาว	1.5	1.5	8.825 (5) (.116)
โรงแรม 4 ดาว	10.5	10.5	
โรงแรม 3 ดาว	17.0	13.3	
เกสต์เฮาส์	10.3	13.3	
บ้านเพื่อนหรือญาติ	0.0	0.5	
โฮสเทล	1.3	1.3	
11.ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักต่อวัน			
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	19.3	31.0	7.823 (4) (.098)
31-50 ยูโร	14.0	21.3	
51-70 ยูโร	4.0	5.8	
71-90 ยูโร	0.8	0.8	
มากกว่า 91 ยูโร	2.5	0.8	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	เพศ(ร้อยละ)		χ^2 (df) (Sig.)
	ชาย	หญิง	
12.ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน			
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	23.5	39.3	3.455 (4) (.485)
31-50 ยูโร	15.3	17.8	
51-70 ยูโร	1.0	1.0	
71-90 ยูโร	0.5	0.8	
มากกว่า 91 ยูโร	0.3	0.8	
13.ค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทางต่อวัน			
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	29.5	46.5	2.429 (4) (.657)
31-50 ยูโร	8.3	10.5	
51-70 ยูโร	1.3	1.5	
71-90 ยูโร	0.8	0.5	
มากกว่า 91 ยูโร	0.8	0.5	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่งเท่ยว	เพศ(ร่อยละ)		χ^2 (df) (Sig.)
	ชาย	หญิง	
14.ค่าใช้จ่ยในรื่องการช้อปบั้ง			
30 ยูโรหรือต่ำกว่ำ	26.5	41.0	1.843 (4) (.765)
31-50 ยูโร	11.8	15.3	
51-70 ยูโร	0.8	1.8	
71-90 ยูโร	0.8	0.5	
มากกว่า 91 ยูโร	0.8	1.0	
15.วิธีการเดินทางที่ใช้ท่งเท่ยวในกรุงเทพมหานคร			
เดิน	7.8	14.0	1.973 (6) (.922)
เรื่อ	3.0	3.8	
รถประจำทาง,บัส	4.3	6.3	
รถตุ๊กๆ	5.0	8.3	
มอเตอร์ไซค์รับจ่ย	0.3	0.3	
แท็กซี่	17.3	22.3	
รถไฟฟ้า BTS, MRT	3.0	4.8	

หมายเหตุ. * ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาพำนักในกรุงเทพมหานคร ลักษณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ ความโดดเด่นของกรุงเทพมหานคร สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ท่านวางแผนจะไป สถานที่พักผ่อนในกรุงเทพมหานครเมื่อท่านเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักต่อวัน ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน ค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทางต่อวัน ค่าใช้จ่ายในเรื่องการช้อปปิ้งต่อวัน และวิธีการเดินทางที่ใช้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig.เท่ากับ .710, .503, .425, .760, .275, .223, .728, .518, .098, .485, .116, .657, .765, .922 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีเพศที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ผลการทดสอบอีกส่วนหนึ่ง พบว่า จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .016 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มี เพศแตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อายุ					χ^2 (df) (Sig.)
	18-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปี ขึ้นไป	
1.ผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
มาคนเดียว	3.5	0.3	0.5	0.3	0.3	31.309 (8) (.000)*
มากับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก	32.5	14.8	4.3	0.8	1.0	
มากับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก	35.3	4.8	1.0	0.5	0.5	
2.ระยะเวลาพำนักในกรุงเทพมหานคร						
1-4 วัน	52.8	11.0	2.8	0.5	1.5	36.581 (12) (.000)*
5-7 วัน	13.5	5.8	2.0	1.0	0.0	
8-15 วัน	3.3	3.0	0.8	0.0	0.0	
มากกว่า 16 วัน	1.8	0.0	0.3	0.0	0.3	
3.จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
ครั้งแรก	48.3	8.8	2.5	0.5	1.0	22.003 (8) (.005)*
ครั้งที่ 2-3	20.0	9.3	2.8	1.0	0.5	
มากกว่า 4 ครั้ง	3.0	1.8	0.5	0.0	0.3	
4.ลักษณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
เดินทางมาด้วยตนเอง	69.0	19.0	5.5	1.3	1.0	63.350 (8) (.000)*
เดินทางมากับบริษัททัวร์	1.3	0.0	0.0	0.3	0.8	
ซื้อแพ็คเกจทัวร์	1.0	0.8	0.3	0.0	0.0	

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ					χ^2 (df) (Sig.)
	18-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปี ขึ้นไป	
5.แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
การแนะนำของบุคคล	12.0	4.3	1.5	0.3	0.8	130.497 (32) (.000)*
เอกสารท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์	3.3	1.8	0.0	0.5	0.0	
โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	1.8	0.0	0.3	0.5	0.0	
อินเทอร์เน็ต	33.5	7.0	1.0	0.3	0.5	
รายการสารคดีการท่องเที่ยวใน สื่อต่างๆ	2.0	0.3	0.5	0.0	0.0	
บริษัทจัดนำเที่ยว	0.5	0.5	0.0	0.0	0.3	
ประการณ์ตรง	6.3	3.0	0.5	0.0	0.0	
หนังสือนำเที่ยว	12.0	3.0	2.0	0.0	0.0	
6.จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้						
ชมสถานที่ท่องเที่ยว	19.3	7.5	2.3	0.5	1.0	37.896 (16) (.002)*
ทำธุรกิจ	0.3	0.3	0.0	0.3	0.0	
พักผ่อนหย่อนใจ	16.3	5.3	1.8	0.8	0.0	
ศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ	35.3	6.8	1.8	0.0	0.8	
เยี่ยมญาติ	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ					χ^2 (df) (Sig.)
	18-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปี ขึ้นไป	
7.ความโดดเด่นของกรุงเทพมหานคร						
ความสะดวกในการเดินทาง	8.8	1.8	0.3	0.0	0.0	43.077 (20) (.002)*
ความสวยงามของเมือง	19.3	7.3	2.0	1.3	0.0	
สถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร	24.3	5.8	1.5	0.0	0.5	
มีชื่อเสียงมายาวนาน	6.8	2.3	0.5	0.0	0.5	
มีค่าครองชีพถูก	11.0	2.5	1.3	0.3	0.3	
อาหารไทย	1.3	0.3	0.3	0.0	0.5	
8.สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร						
ความสวยงามของวัด	15.5	4.8	1.3	1.0	1.0	39.475 (28) (.074)
ความสวยงามของวัง	4.3	1.5	1.3	0.3	0.3	
แหล่งช้อปปิ้ง	10.3	4.0	1.5	0.0	0.0	
สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน	16.5	3.8	0.3	0.0	0.0	
วิถีชีวิต	14.8	3.5	0.8	0.0	0.3	
ความมีชื่อเสียงมายาวนาน	5.5	2.0	0.5	0.3	0.0	
มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม	2.0	0.3	0.0	0.0	0.0	
อาหารไทย	2.5	0.0	0.3	0.0	0.3	

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ					χ^2 (df) (Sig.)
	18-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปี ขึ้นไป	
9.สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ท่านวางแผนจะไป						
วัดพระแก้ว	9.5	4.3	1.3	0.5	0.3	80.529 (28) (.000)*
วัดอรุณ	4.3	0.0	0.0	0.8	0.0	
วัดโพธิ์	13.5	5.8	1.3	0.3	0.3	
พระที่นั่งอนันตสมาคม	0.8	0.5	0.3	0.0	0.0	
พระที่นั่งวิมานเมฆ	0.8	1.3	0.0	0.0	0.0	
ถนนข้าวสาร	20.8	3.8	0.8	0.0	0.0	
เขาวราช	17.3	4.0	2.0	0.0	0.5	
ตลาดนัดกลางคืน/ตลาดน้ำ	4.5	0.3	0.3	0.0	0.8	
10.สถานที่พักแรมในกรุงเทพมหานครเมื่อท่านเดินทางมาถึง						
โรงแรมหรู 5 ดาว	1.8	0.3	0.5	0.5	0.0	65.058 (20) (.000)*
โรงแรม 4 ดาว	11.3	5.0	2.8	0.8	1.3	
โรงแรม 3 ดาว	35.0	11.8	2.0	0.3	0.5	
เกสต์เฮาส์	20.5	2.5	0.5	0.0	0.0	
บ้านเพื่อนหรือญาติ	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	
โฮสเทล	2.3	0.3	0.0	0.0	0.0	

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ					χ^2 (df) (Sig.)
	18-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปี ขึ้นไป	
11.ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักต่อวัน						
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	43.0	6.3	0.5	0.3	0.3	132.479 (16) (.000)*
31-50 ยูโร	20.8	10.3	3.3	0.8	0.3	
51-70 ยูโร	4.8	3.0	1.8	0.3	0.0	
71-90 ยูโร	0.8	0.0	0.0	0.3	0.5	
มากกว่า 91 ยูโร	2.0	0.3	0.3	0.0	0.8	
12.ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน						
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	50.0	9.8	1.8	0.5	0.8	75.527 (16) (.000)*
31-50 ยูโร	19.8	9.0	2.8	0.5	1.0	
51-70 ยูโร	0.3	0.8	0.5	0.5	0.0	
71-90 ยูโร	0.8	0.3	0.3	0.0	0.0	
มากกว่า 91 ยูโร	0.5	0.0	0.5	0.0	0.0	
13.ค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทางต่อวัน						
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	56.5	14.3	2.8	0.8	1.8	43.058 (16) (.000)*
31-50 ยูโร	12.8	3.5	2.0	0.5	0.0	
51-70 ยูโร	0.5	1.5	0.5	0.3	0.0	
71-90 ยูโร	0.3	0.5	0.5	0.0	0.0	
มากกว่า 91 ยูโร	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ					χ^2 (df) (Sig.)
	18-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปี ขึ้นไป	
14.ค่าใช้จ่ายในเรื่องการช้อปปิ้ง						
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	50.0	12.3	3.3	0.5	1.5	27.299 (16) (.038)*
31-50 ยูโร	18.3	6.0	1.5	1.0	0.3	
51-70 ยูโร	1.0	1.3	0.3	0.0	0.0	
71-90 ยูโร	0.5	0.3	0.5	0.0	0.0	
มากกว่า 91 ยูโร	1.5	0.0	0.3	0.0	0.0	
15.วิธีการเดินทางที่ใช้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
เดิน	17.5	2.8	1.0	0.3	0.3	32.424 (24) (.117)
เรือ	5.3	0.8	0.8	0.0	0.0	
รถประจำทาง,บัส	7.0	2.5	0.3	0.0	0.8	
รถตุ๊กๆ	10.5	2.3	0.3	0.3	0.0	
มอเตอร์ไซค์รับจ้าง	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	
แท็กซี่	25.0	10.0	3.3	1.0	0.3	
รถไฟฟ้า BTS, MRT	5.5	1.5	0.3	0.0	0.5	

หมายเหตุ. * ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร และ วิธีการเดินทางที่ใช้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .714, .117 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ผลการทดสอบอีกส่วนหนึ่ง คือ ผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี ได้เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับกลุ่มเพื่อนและคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 35.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี ได้เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 32.5 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ได้เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ขณะที่ระยะเวลาพำนักในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี ใช้เวลาในการพำนักอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 1-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี ใช้เวลาในการพำนักอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 5-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ใช้เวลาในการพำนักอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 1-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ขณะที่ จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 48.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานครเป็นครั้งที่ 2-3 คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นครั้งที่ 2-3 คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ในขณะที่ ลักษณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 69.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 19.0 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ขณะที่แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 33.5 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครจากการแนะนำของบุคคล และ จากหนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ขณะที่จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้คือมาศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 35.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้คือมาชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้คือมาพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ขณะที่โดดเด่นของกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี ให้ความคิดเห็นว่าคุณภาพโดดเด่นของกรุงเทพมหานครคือมีสถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร คิดเป็นร้อยละ 24.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี ให้ความคิดเห็นว่าคุณภาพโดดเด่นของกรุงเทพมหานครคือความสวยงามของเมือง คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี ให้ความคิดเห็นว่าคุณภาพโดดเด่นของกรุงเทพมหานครคือมีค่าครองชีพถูก คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ขณะที่สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ท่านวางแผนจะไป มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี วางแผนจะไปเที่ยวในกรุงเทพคือ ถนนข้าวสาร คิดเป็นร้อยละ 20.8 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี วางแผนจะไปเที่ยวในกรุงเทพคือ เขาราช คิดเป็นร้อยละ 17.3 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี วางแผนจะไปเที่ยวในกรุงเทพคือวัดโพธิ์ คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ขณะที่สถานที่พักแรมในกรุงเทพมหานครเมื่อท่านเดินทางมาถึง มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จะพักที่โรงแรมระดับ 3 ดาวเมื่อเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 35.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จะพักที่เกสต์เฮาส์เมื่อเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 11.8 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จะพักที่โรงแรมระดับ 3 ดาวเมื่อเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักต่อวัน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จะมามีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักต่อวันคือ 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 43.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จะมามีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักต่อวันคือ 31-50 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จะมามีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักต่อวันคือ 31-50 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จะมามีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวันคือ 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จะมามีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวันคือ 31-50 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 19.8 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จะมามีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวันคือ 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

ขณะที่ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการเดินทางต่อวัน มีค่า Sig. เท่ากับ .000) ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จะมามีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการเดินทางต่อวันคือ 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 56.5 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จะมามีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการเดินทางต่อวันคือ 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จะมามีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการเดินทางต่อวันคือ 31-50 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการซื้อปิ้งต่อวัน มีค่า Sig. เท่ากับ .038 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จะมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการซื้อปิ้งต่อวันคือ 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จะมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการซื้อปิ้งต่อวันคือ 31-50 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 18.3 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จะมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการซื้อปิ้งต่อวันคือ 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	การศึกษาสูงสุด			χ^2 (df) (Sig.)
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1.ผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร				
มาคนเดียว	0.5	3.0	1.3	13.229 (4) (.010)*
มากับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก	5.8	31.8	15.8	
มากับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก	9.0	25.8	7.3	
2.ระยะเวลาพำนักในกรุงเทพมหานคร				
1-4 วัน	11.5	40.5	16.5	3.642 (6) (.725)
5-7 วัน	2.8	14.3	5.3	
8-15 วัน	0.5	4.8	1.8	
มากกว่า 16 วัน	0.5	1.0	0.8	
3.จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร				
ครั้งแรก	9.8	36.3	15.0	.982 (4) (.913)
ครั้งที่ 2-3	4.5	20.8	8.3	
มากกว่า 4 ครั้ง	1.0	3.5	1.0	
4.ลักษณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร				
เดินทางมาด้วยตนเอง	14.5	57.8	23.5	1.050 (4) (.902)
เดินทางมากับบริษัททัวร์	0.5	1.5	0.3	
ซื้อแพ็คเกจทัวร์	0.3	1.3	0.5	

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	การศึกษาสูงสุด			χ^2 (df) (Sig.)
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
5.แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร				
การแนะนำของบุคคล	1.8	9.8	7.3	39.385 (16) (.001)*
เอกสารท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์	0.3	5.0	0.3	
โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	0.0	2.5	0.0	
อินเทอร์เน็ต	8.5	23.5	10.3	
รายการสารคดีการท่องเที่ยวในสื่อต่างๆ	0.3	2.0	0.5	
บริษัทจัดนำเที่ยว	0.3	0.8	0.3	
ประกาศณ์ตรง	0.5	7.3	2.0	
หนังสือนำเที่ยว	3.5	9.8	3.8	
6.จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้				
ชมสถานที่ท่องเที่ยว	4.8	19.0	6.8	18.451 (8) (.018)*
ทำธุรกิจ	0.0	0.3	0.5	
พักผ่อนหย่อนใจ	2.0	18.0	4.0	
ศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ	8.5	23.0	13.0	
เยี่ยมญาติ	0.0	0.3	0.0	

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	การศึกษาสูงสุด			χ^2 (df) (Sig.)
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
7.ความโดดเด่นของกรุงเทพมหานคร				
ความสะดวกในการเดินทาง	1.8	6.8	2.3	24.698 (10) (.006)*
ความสวยงามของเมือง	2.3	19.3	8.3	
สถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร	5.5	20.3	6.3	
มีชื่อเสียงมายาวนาน	2.0	5.0	3.0	
มีค่าครองชีพถูก	3.0	3.3	3.0	
อาหารไทย	0.8	0.0	1.5	
8.สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร				
ความสวยงามของวัด	4.3	13.0	6.3	26.406 (14) (.023)*
ความสวยงามของวัง	2.0	4.5	2.0	
แหล่งช้อปปิ้ง	1.8	12.5	1.5	
สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน	3.0	12.0	5.5	
วิถีชีวิต	2.5	12.3	4.5	
ความมีชื่อเสียงมายาวนาน	1.0	5.0	2.3	
มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม	1.0	0.5	0.8	
อาหารไทย	0.8	0.8	1.5	

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	การศึกษาสูงสุด			χ^2 (df) (Sig.)
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
9.สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ท่านวางแผนจะไป				
วัดพระแก้ว	2.0	9.5	4.3	35.501 (14) (.001)*
วัดอรุณ	1.3	3.3	0.5	
วัดโพธิ์	2.8	12.0	6.3	
พระที่นั่งอนันตสมาคม	0.3	1.0	0.3	
พระที่นั่งวิมานเมฆ	0.3	1.8	0.0	
ถนนข้าวสาร	4.3	15.8	5.3	
เยาวราช	1.8	16.0	6.0	
ตลาดนัดกลางคืน/ตลาดน้ำ	2.8	1.3	1.8	
10.สถานที่พักแรมในกรุงเทพมหานครเมื่อท่านเดินทางมาถึง				
โรงแรมหรู 5 ดาว	0.0	1.0	2.0	35.443 (10) (.000)*
โรงแรม 4 ดาว	2.0	11.5	7.5	
โรงแรม 3 ดาว	8.0	31.0	10.5	
เกสต์เฮาส์	4.0	16.3	3.3	
บ้านเพื่อนหรือญาติ	0.3	0.3	0.0	
โฮสเทล	1.0	0.5	1.0	

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	การศึกษาสูงสุด			χ^2 (df) (Sig.)
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
11.ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักต่อวัน				
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	10.0	32.3	8.0	35.665 (8) (.000)*
31-50 ยูโร	3.5	22.0	9.8	
51-70 ยูโร	0.8	5.0	4.0	
71-90 ยูโร	0.8	0.3	0.5	
มากกว่า 91 ยูโร	0.3	1.0	2.0	
12.ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน				
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	12.5	36.5	13.8	20.233 (8) (.009)*
31-50 ยูโร	2.5	21.8	8.8	
51-70 ยูโร	0.0	1.3	0.8	
71-90 ยูโร	0.0	1.0	0.3	
มากกว่า 91 ยูโร	0.3	0.0	0.8	
13.ค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทางต่อวัน				
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	13.8	47.0	15.3	19.416 (8) (.013)*
31-50 ยูโร	1.5	10.3	7.0	
51-70 ยูโร	0.0	1.8	1.0	
71-90 ยูโร	0.0	0.5	0.8	
มากกว่า 91 ยูโร	0.0	1.0	0.3	

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่งเท่ยว	การศีกษาสูงสุด			χ^2 (df) (Sig.)
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
14.ค่าใช้จ่ายในเรื่องการช้อปปีง				
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	10.8	40.3	16.5	3.710 (8) (.882)
31-50 ยูโร	4.0	17.0	6.0	
51-70 ยูโร	0.0	1.8	0.8	
71-90 ยูโร	0.3	0.8	0.3	
มากกว่า 91 ยูโร	0.3	0.8	0.8	
15.วิธีการเดินทางที่ใช้ท่งเท่ยวในกรุงเทพมหานคร				
เดิน	5.5	10.0	6.3	26.322 (12) (.010)*
เรือ	1.3	4.0	1.5	
รถประจำทาง,บัส	1.3	8.3	1.0	
รถตุ๊กๆ	2.8	7.0	3.5	
มอเตอร์ไซค์รับจ้าง	0.0	0.3	0.3	
แท็กซี่	3.0	26.5	10.0	
รถไฟฟ้า BTS, MRT	1.5	4.5	1.8	

หมายเหตุ. * ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุด และ พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ระยะเวลาพำนักในกรุงเทพมหานคร จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร ลักษณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และ ค่าใช้จ่ายในเรื่องการซื้อป๊อปปิ้ง มีค่า Sig. เท่ากับ .725, .913, .902, .882 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ผลการทดสอบอีกส่วนหนึ่ง คือ ผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ได้เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 31.8 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ได้เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 25.8 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ได้เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

ขณะที่แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 23.5 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 10.3 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากการแนะนำของบุคคล, หนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

ขณะที่จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ มีค่า Sig. เท่ากับ .018 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาว

ยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ออกมาเพื่อศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 23.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ออกมาเพื่อชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 19.0 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ออกมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ขณะที่ความโดดเด่นของกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่าความโดดเด่นของกรุงเทพมหานครคือมีสถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร คิดเป็นร้อยละ 20.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่าความโดดเด่นของกรุงเทพมหานครคือความสวยงามของเมือง คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่าความโดดเด่นของกรุงเทพมหานคร คือ ความสวยงามของเมือง คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ขณะที่สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .023 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่าสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครคือความสวยงามของวัด คิดเป็นร้อยละ 13.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่าสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครคือแหล่งช้อปปิ้ง คิดเป็นร้อยละ 12.5 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่าสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครคือวิถีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ในขณะที่สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ท่านวางแผนจะไป มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีที่มี่ระดับการศึกษาปริญญาตรี วางแผนจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่เขาวราช คิดเป็นร้อยละ 16.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี วางแผนจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ถนนข้าวสาร คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี วางแผนจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่วัดโพธิ์ คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ในขณะที่สถานที่พักผ่อนในกรุงเทพมหานครที่ท่านเดินทางมาถึง มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีที่มี่ระดับการศึกษาปริญญาตรี จะพักที่โรงแรมระดับ 3 ดาวเมื่อเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 31.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจะพักที่โรงแรมระดับ 4 ดาวเมื่อเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 16.3 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จะพักที่โรงแรมระดับ 4 ดาวเมื่อเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ขณะที่ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักต่อวัน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีที่มี่ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 32.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักต่อวัน 31-50 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน มีค่า Sig. เท่ากับ .009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.03) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 36.5 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน 31-50 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 21.8 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน 31-50 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ขณะที่ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการเดินทางต่อวัน มีค่า Sig. เท่ากับ .013 ซึ่งมีความน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการเดินทางต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 47.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าการเดินทางต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 15.3 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

และวิธีการเดินทางที่ใช้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งมีความน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยรถแท็กซี่ คิดเป็นร้อยละ 26.5 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยการเดิน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยรถแท็กซี่ คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน					χ^2 (df) (Sig.)
	< 1000 ยูโร	1001-2000 ยูโร	2001-3000 ยูโร	3001-4000 ยูโร	<4001 ยูโร	
1. ผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
มาคนเดียว	2.3	1.0	0.8	0.5	0.3	37.715 (8) (.000)
มากับครอบครัว/ญาติ/ คู่รัก	11.3	15.0	16.0	8.8	2.3	
มากับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก	16.8	15.8	6.8	2.3	0.5	
2. ระยะเวลาพำนักในกรุงเทพมหานคร						
1-4 วัน	24.0	23.5	13.8	5.5	1.8	38.856 (12) (.000)
5-7 วัน	5.0	6.3	7.3	3.0	0.8	
8-15 วัน	0.5	1.5	2.5	2.3	0.3	
มากกว่า 16 วัน	0.8	0.5	0.0	0.8	0.3	
3. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
ครั้งแรก	22.8	20.3	11.0	5.8	1.3	29.236 (8) (.000)
ครั้งที่ 2-3	6.8	10.8	10.3	4.5	1.3	
มากกว่า 4 ครั้ง	0.8	0.8	2.3	1.3	0.5	

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

พฤติกรรมกาท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน					χ^2 (df) (Sig.)
	< 1000 ยูโร	1001-2000 ยูโร	2001-3000 ยูโร	3001-4000 ยูโร	< 4001 ยูโร	
4.ลักษณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
เดินทางมาด้วยตนเอง	29.8	30.3	22.3	10.8	2.8	13.233 (8) (.104)
เดินทางมากับบริษัททัวร์	0.3	1.3	0.5	0.0	0.3	
ซื้อแพ็คเกจทัวร์	0.3	0.3	0.8	0.8	0.0	
5.แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
การแนะนำของบุคคล	4.3	5.3	4.8	3.3	1.3	47.976 (32) (.035)
เอกสารท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์	0.8	2.8	1.0	0.8	0.3	
โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	1.0	1.0	0.0	0.5	0.0	
อินเทอร์เน็ต	16.8	13.0	8.3	3.3	1.0	
รายการสารคดีการท่องเที่ยวในสื่อต่างๆ	0.3	1.8	0.8	0.0	0.0	
บริษัทจัดนำเที่ยว	0.0	0.8	0.5	0.0	0.0	
ประสบการณ์ตรง	1.8	2.5	3.8	1.3	0.5	
หนังสือนำเที่ยว	5.5	4.5	4.5	2.5	0.0	

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน					χ^2 (df) (Sig.)
	< 1000 ยูโร	1001-2000 ยูโร	2001-3000 ยูโร	3001-4000 ยูโร	< 4001 ยูโร	
6.จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้						
ชมสถานที่ท่องเที่ยว	7.5	10.8	7.5	4.0	0.8	30.033 (16) (.018)
ทำธุรกิจ	0.0	0.0	0.3	0.3	0.3	
พักผ่อนหย่อนใจ	5.5	7.8	6.8	3.8	0.3	
ศึกษาหาประสบการณ์ ใหม่ๆ	17.3	13.0	9.0	3.5	1.8	
เยี่ยมญาติ	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	
7.ความโดดเด่นของกรุงเทพมหานคร						
ความสะดวกในการ เดินทาง	2.8	4.0	3.0	0.5	0.5	17.284 (20) (.634)
ความสวยงามของเมือง	8.0	9.5	7.0	4.3	1.0	
สถานที่ท่องเที่ยวครบ วงจร	10.3	10.0	8.3	2.8	0.8	
มีชื่อเสียงมายาวนาน	3.3	2.3	2.0	2.0	0.5	
มีค่าครองชีพถูก	5.0	5.3	3.0	2.0	0.0	
อาหารไทย	1.0	0.8	0.3	0.0	0.3	

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

พฤติกรรมกาท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน					χ^2 (df) (Sig.)
	< 1000 ยูโร	1001-2000 ยูโร	2001-3000 ยูโร	3001-4000 ยูโร	< 4001 ยูโร	
8. สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร						
ความสวยงามของวัด	4.5	7.8	7.3	3.5	0.5	35.672 (28) (.151)
ความสวยงามของวัง	2.8	1.3	2.0	1.3	0.3	
แหล่งช้อปปิ้ง	4.8	4.5	4.8	1.3	0.5	
สถานที่ท่องเที่ยว กลางคืน	7.5	7.0	3.5	2.0	0.5	
วิถีชีวิต	6.8	7.0	3.5	1.3	0.8	
ความมีชื่อเสียงมา ยาวนาน	2.3	2.5	1.8	1.8	0.0	
มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม	0.5	1.0	0.3	0.5	0.0	
อาหารไทย	1.3	0.8	0.5	0.0	0.5	

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

พฤติกรรมกาท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน					χ^2 (df) (Sig.)
	< 1000 ยูโร	1001-2000 ยูโร	2001-3000 ยูโร	3001-4000 ยูโร	< 4001 ยูโร	
9.สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ท่านวางแผนจะไป						
วัดพระแก้ว	3.3	5.3	4.0	3.0	0.3	24.740 (28) (.642)
วัดอรุณ	1.0	1.5	1.5	0.8	0.3	
วัดโพธิ์	5.5	7.8	4.8	2.3	0.8	
พระที่นั่งอนันตสมาคม	0.8	0.0	0.5	0.3	0.0	
พระที่นั่งวิมานเมฆ	1.0	0.0	0.8	0.3	0.0	
ถนนข้าวสาร	8.3	8.8	5.3	2.0	1.0	
เยาวราช	7.5	7.3	6.0	2.5	0.5	
ตลาดนัดกลางคืน/ตลาดน้ำ	3.0	1.3	0.8	0.5	0.3	
10.สถานที่พักแรมในกรุงเทพมหานครเมื่อท่านเดินทางมาถึง						
โรงแรมหรู 5 ดาว	0.5	0.3	0.8	0.8	0.8	85.410 (20) (.000)
โรงแรม 4 ดาว	3.0	5.0	7.5	4.3	1.3	
โรงแรม 3 ดาว	13.5	16.8	12.8	5.5	1.0	
เกสต์เฮาส์	12.0	9.0	1.5	1.0	0.0	
บ้านเพื่อนหรือญาติ	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	
โฮสเทล	1.0	0.8	0.8	0.0	0.0	

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

พฤติกรรมกาท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน					χ^2 (df) (Sig.)
	< 1000 ยูโร	1001-2000 ยูโร	2001-3000 ยูโร	3001-4000 ยูโร	< 4001 ยูโร	
11.ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พักต่อวัน						
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	22.0	19.5	6.3	2.5	0.0	127.452 (16) (.000)
31-50 ยูโร	7.8	8.3	12.0	5.5	1.8	
51-70 ยูโร	0.3	2.5	4.0	3.0	0.0	
71-90 ยูโร	0.3	0.5	0.3	0.3	0.3	
มากกว่า 91 ยูโร	0.0	1.0	1.0	0.3	1.0	
12.ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวัน						
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	24.5	22.0	10.3	4.8	1.3	157.394 (16) (.000)
31-50 ยูโร	5.5	9.3	12.5	5.5	0.3	
51-70 ยูโร	0.3	0.0	0.5	0.5	0.8	
71-90 ยูโร	0.0	0.5	0.3	0.5	0.0	
มากกว่า 91 ยูโร	0.0	0.0	0.0	0.3	0.8	
13.ค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทางต่อวัน						
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	25.5	25.5	16.5	6.8	1.8	40.090 (16) (.001)
31-50 ยูโร	4.0	5.0	5.5	3.8	0.5	
51-70 ยูโร	0.3	0.5	1.3	0.3	0.5	
71-90 ยูโร	0.5	0.0	0.3	0.5	0.0	
มากกว่า 91 ยูโร	0.0	0.8	0.0	0.3	0.3	

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

พฤติกรรมกาท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน					χ^2 (df) (Sig.)
	< 1000 ยูโร	1001-2000 ยูโร	2001-3000 ยูโร	3001-4000 ยูโร	< 4001 ยูโร	
14.ค่าใช้จ่ายในเรื่องการช้อปปิ้ง						
30 ยูโรหรือต่ำกว่า	23.0	23.3	13.3	6.5	1.5	27.671 (16) (.035)
31-50 ยูโร	6.0	7.0	9.0	4.0	1.0	
51-70 ยูโร	1.0	0.3	0.8	0.3	0.3	
71-90 ยูโร	0.0	0.5	0.5	0.3	0.0	
มากกว่า 91 ยูโร	0.3	0.8	0.0	0.5	0.3	
15.วิธีการเดินทางที่ใช้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
เดิน	9.0	6.8	3.3	2.0	0.8	26.764 (24) (.316)
เรือ	1.5	2.3	1.5	1.3	0.3	
รถประจำทาง,บัส	3.5	3.3	3.5	0.3	0.0	
รถตุ๊กๆ	4.8	4.8	1.5	1.8	0.5	
มอเตอร์ไซค์รับจ้าง	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	
แท็กซี่	9.5	12.3	11.0	5.5	1.3	
รถไฟฟ้า BTS, MRT	1.8	2.5	2.5	0.8	0.3	

หมายเหตุ. * ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ลักษณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ความโดดเด่นของกรุงเทพมหานคร สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ท่านวางแผนจะไป และวิธีการเดินทางที่ใช้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .104, .634, .151, .642, .316 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ผลการทดสอบอีกส่วนหนึ่ง คือ ผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 1000 ยูโร ได้เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 16.8 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 2001-3000 ยูโร ได้เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 1001-2000 ยูโร ได้เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

ขณะที่ระยะเวลาพำนักในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 1000 ยูโร พำนักอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นระยะเวลา 1-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 1001-2000 ยูโร พำนักอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นระยะเวลา 1-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 2001-3000 ยูโร พำนักอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นระยะเวลา 1-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ขณะที่จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มี

รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 1000 ยูโร เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 22.8 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 1001-2000 ยูโร เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 20.3 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 2001-3000 ยูโร เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ขณะที่แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .035 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 1000 ยูโร ทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมาจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 16.8 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 1001-2000 ยูโร ทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมาจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 13.0 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 2001-3000 ยูโร ทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมาจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ในขณะที่จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ มีค่า Sig. เท่ากับ .018 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 1000 ยูโร มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้คือมาศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 17.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 1001-2000 ยูโร มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้คือมาศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 13.00 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 1001-2000 ยูโร มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้คือมาชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ขณะที่สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ทํานางแผนจะไป มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มี

เดือน 2001-3000 ยูโร มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าเดินทางต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

และความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อปิ้งต่อวัน มีค่า Sig. เท่ากับ .035 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 1001-2000 ยูโร มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อปิ้งต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 23.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 1000 ยูโร มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อปิ้งต่อวัน 30 ยูโรหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีรายได้ต่อเดือน 2001-3000 ยูโร มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อปิ้งต่อวัน 31-50 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน จะความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ในส่วนของสมมติฐานข้อที่ 2 นั้นมีตัวแปรต้นคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติของการทดสอบครั้งนี้คือ Independent Samples t-test และค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA (f-test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) จะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อการมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครมีการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

Independent samples T-Test						
ปัจจัยส่วนบุคคล		ความพึงพอใจ				
		\bar{x}	S.D.	T	Sig.	การแปรผล
เพศ	ชาย	4.08	0.370	0.201	0.841	ไม่ต่างกัน
	หญิง	4.07	0.388			
One-Way ANOVA (F-Test)						
ปัจจัยส่วนบุคคล		ความพึงพอใจ				
		\bar{x}	S.D.	F	Sig.	การแปรผล
อายุ	18-30	4.07	0.395	0.589	0.671	ไม่แตกต่าง
	31-40	4.06	0.348			
	41-50	4.10	0.326			
	51-60	4.26	0.307			
	61 and over	3.95	0.399			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.93	0.381	5.318	0.005*	แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.09	0.380			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.12	0.364			
รายได้ต่อเดือน	1000 ยูโรหรือต่ำกว่า	4.05	0.416	0.470	0.758	ไม่แตกต่าง
	1,001-2,000 ยูโร	4.09	0.379			
	2,001-3,000 ยูโร	4.05	0.362			
	3,001-4,000 ยูโร	4.12	0.345			
	4,001 ยูโรขึ้นไป	4.11	0.317			

หมายเหตุ. * ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.841,0.671,0.758 ซึ่งมาค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ การยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มี เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ การยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มี ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยการ ใช้สถิติ เชฟเฟ (Scheffe) ซึ่งได้ผลตาม ตารางที่ 4.33 ดังนี้

ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.93	4.09	4.12
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.93	-	-0.159*	-0.188*
ปริญญาตรี	4.09	0.159*	-	-0.029
สูงกว่าปริญญาตรี	4.12	0.188*	0.029	-

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าที่ระดับที่ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มี

ความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบทั้งหมดจำนวน 2 คู่ ที่แตกต่างกัน มีรายละเอียดดังนี้

คู่ที่ 1 คู่ของ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.93$) และระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 4.09$) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมากกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.159 และ -0.150

คู่ที่ 2 คู่ของ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{x} = 3.93$) และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{x} = 4.12$) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมากกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.188 และ -0.188*



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

ในส่วนนี้ ผู้ศึกษาได้นำผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปผลการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 วัตถุประสงค์การศึกษาวิจัย

5.1.1 ได้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

5.1.2 ได้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

5.1.3 เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครต่อไปในอนาคตได้

5.2 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2560 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.2560 ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยสำรวจจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ทั้งชายและหญิง อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จำนวน 400 คน

5.3 ระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการศึกษางานวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดสูตรตัวอย่างตามหลักการคำนวณของ ทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ 400 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแบบสะดวก เป็นการตอบ

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของกรุงเทพมหานครเช่น ถนนข้าวสาร วัดโพธิ์ วัดอรุณ เป็นต้น จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยวิธีการทดสอบหาความแตกต่างแบบ Independent Samples(t-test) และสถิติความแปรปรวนทางเดียว one way ANOVA (f-test) การวิเคราะห์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้วยวิธี chi-square test

5.4 สรุปผลการศึกษา

ในส่วนนี้จะเป็นการสรุปผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย ซึ่งเรียงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา 2 ข้อ ดังนี้

5.4.1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Variance) ค่าเฉลี่ย (Mean) ผลที่ได้คือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวกรุงเทพมหานครเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศ Germany มากที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศ England เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากที่สุด มีอายุระหว่าง 18-30 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสดมากที่สุด รองลงมาคือ สมรสแล้ว มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานบริษัท ซึ่งมีรายได้น้อยกว่า 1000 ยูโรต่อเดือนมากที่สุด รองลงมาคือ 1001-2000 ยูโรต่อเดือน

ในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก รองลงมาคือเดินทางมาท่องเที่ยวมาพร้อมกับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นเวลา 1-4 วัน รองลงมาคือ 5-7 วัน โดยเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก เดินทางมาด้วยตนเอง รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากทางอินเทอร์เน็ต มีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ โดยส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าความโดดเด่นของกรุงเทพมหานครคือมีสถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร สิ่งดึงดูดใจคือความสวยงามของวัดวาอาราม และสถานที่ท่องเที่ยวที่วางแผนจะไปคือถนนข้าวสาร โดยจะพักในโรงแรมระดับ 3 ดาวเมื่อมาถึงกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทาง

ค่าใช้จ่ายในเรื่องการช้อปปิ้ง อยู่ที่ 120 ยูโรหรือต่ำกว่าต่อวัน ซึ่งเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยแท็กซี่เป็นส่วนใหญ่

จากผลการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ในภาพรวมได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

5.4.2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3. ด้านการคมนาคม 4. ด้านที่พัก ร้านอาหาร 5. ด้านความปลอดภัย 6. ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น

โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยว โดยมีคะแนนระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ระดับความพึงพอใจในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยจะมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ข้อ 4 ความสวยงามของวัดและวัง ข้อ 3 ความมีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และข้อ 1 ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในเวลากลางวัน ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดด้านความเหมาะสมของราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ (กรณีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการเก็บค่าบริการ เช่น ค่าเข้าชมวัด พระบรมมหาราชวัง พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ)

ในขณะที่ นักท่องเที่ยวได้ให้ระดับความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก โดยจะมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ข้อ 1 มีศูนย์บริการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ข้อ 2 มีการทำป้ายบอกทางที่ชัดเจนภายในแหล่งท่องเที่ยว และ ข้อ 3 ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือความเพียงพอของการให้บริการ WIFI ในสถานที่ท่องเที่ยว

ส่วน นักท่องเที่ยวได้ให้ระดับความพึงพอใจในการคมนาคมอยู่ในระดับมาก ทุกข้อ โดยจะมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ข้อ 1 สภาพการจราจรในระหว่างที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ข้อ 5 ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และข้อ 2 ยานพาหนะเพียงพอต่อความต้องการในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือระยะเวลาในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ขณะที่ นักท่องเที่ยวได้ให้ระดับความพึงพอใจในด้านที่พัก ร้านอาหารอยู่ในระดับมาก โดยจะมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ข้อ 1 การให้บริการของที่พักแรม

ข้อ 2 ความสะอาดของที่พักรวม และข้อ 4 การให้บริการของร้านอาหาร ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คืออาหารในร้านมีคุณภาพและถูกสุขลักษณะ

ขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวได้ให้ระดับความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยจะมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดคือ ข้อ 1. ระบบรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเวลากลางวัน รองลงมาคือ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดคือ ข้อ 2. ระบบรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเวลากลางคืน

ในขณะที่ นักท่องเที่ยวได้ให้ระดับความพึงพอใจในด้านอรรถประโยชน์ของคนที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยจะมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 2 อันดับแรก คือ ข้อ 1 มีความเป็นมิตร ข้อ 2 มีความสุภาพอ่อนโยน/อ้อมงาย ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่าย

จากผลการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ในภาพรวมได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

5.5 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร(Satisfaction and Behavior of European Tourists visiting Bangkok, Thailand) ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

จากการศึกษาค้นคว้าด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าชาย มีอายุระหว่าง 18 – 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาปริญญาตรีส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ น้อยกว่า 1000 ยูโรต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาทิต อธิศิริเวทย์ (2551).ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นเพศชายและหญิงอัตราส่วนเท่าเทียมกัน มีอายุระหว่าง 15-29 ปี

เมื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวมาที่ชมกับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก มักจะพำนักในกรุงเทพมหานครเป็นระยะเวลา 1-4 วัน เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาทิต อธิศิริเวทย์ (2551) เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ทราบ

ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มาจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ นรพล เกตุทัต (2557) กล่าวว่า มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในครั้งนี้เพื่อ มาศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ ส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานครเพราะกรุงเทพฯมีจุดเด่น คือ มีสถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร มีความสวยงามของวัด เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพฯมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่วางแผนจะไปท่องเที่ยวที่ถนนข้าวสาร มีความประสงค์ที่จะพักโรงแรม 3 ดาว เมื่อมาถึงกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหาร ค่าช้อปปิ้ง ต่อวันอยู่ที่ 120 ยูโรหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการรถแท็กซี่ และยังคงสอดคล้องกับ เดชา บุญล้ำและคณะ (อ้างถึงใน วาทิต อิทธิศิริเวทย์, 2551) คือ พฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ย่อมมีความแตกต่างกัน เพราะเกิดจากสาเหตุที่ต่างกัน เช่น การศึกษา การเลี้ยงดู เพศ วัย เชื้อชาติ ทัศนคติ ศาสนา และประสบการณ์ชีวิต ดังนั้น พฤติกรรมที่พบเห็นโดยทั่วไป ไม่ว่าจะเป็น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ มักจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีความพึงพอใจด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น มีความพึงพอใจในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และความพึงพอใจด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ วิคินีย์ มาฮอร์ (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง พบว่า ด้านความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ด้านคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ให้ความสำคัญคือ มีความพึงพอใจด้านที่พักและร้านอาหาร มีความพึงพอใจด้านการคมนาคม และมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งตรงกับ งานวิจัยของ ทิพย์นารี แพทย์วงศ์ (2556) คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการของอุทยานแห่งชาติเอราวัณ โดยภาพรวมทั้งประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก

5.6 ข้อเสนอแนะ

5.6.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการทำวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้ทำงานวิจัยได้ทราบถึงความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศ และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคตได้ ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านความเหมาะสมของราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ (กรณีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการเก็บค่าบริการ เช่น ค่าเข้าชมวัด พระบรมมหาราชวัง พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น) น้อยกว่าข้ออื่น ดังนั้นทางภาครัฐ และเอกชน ควรมีการจัดกิจกรรมหรือจัดให้มีสิ่งดึงดูดใจ ในสถานที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้าน การให้บริการ WIFI ในสถานที่ท่องเที่ยวน้อยที่สุด ดังนั้น ทางภาครัฐ และเอกชน ที่ควรจะมีการติดตั้งฟรี WIFI และให้ลงทะเบียนใช้งาน โดยจำกัดเวลาต่อท่าน

3. ด้านการคมนาคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านระยะเวลาในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครน้อยกว่าด้านอื่นๆ เนื่องด้วยกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของไทยและเป็นจังหวัดที่ประชาชนอาศัยอยู่อย่างแออัด และมีการใช้รถใช้ถนนเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ทางภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรทำแผนที่การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างละเอียด และเพิ่มช่องทางลัด โดยให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

4. ด้านที่พักและร้านอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านอาหารในร้านมีคุณภาพและถูกสุขลักษณะน้อยที่สุด ดังนั้น ทางภาครัฐ และเอกชนควรเข้มงวดกับทางร้านค้าผู้ให้บริการด้านร้านอาหาร โดยควรจัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพของอาหารสุขลักษณะของอาหาร และร้านอาหาร 2-3 เดือนต่อครั้ง เพื่อให้ได้มาตรฐานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

5. ด้านอภยาศัยของคนในท้องถิ่น พบว่า คนไทยเป็นจำนวนมากไม่กล้าสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ไม่กล้าพูดคุย และไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ ดังนั้น ภาครัฐและเอกชน ควรมีการจัดอบรมความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารฟรีแก่ผู้ที่สนใจ หรือจัดโครงการต่างๆเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ และส่งเสริมให้คนไทยกล้าพูดภาษาอังกฤษมากกว่านี้

5.6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆของประเทศไทย เพื่อที่จะได้นำมาเปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของแต่ละสถานที่ และนำผลที่ได้มาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆของประเทศต่อไป

2. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

หนังสือ

- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, กรุงเทพฯ: บริษัท โอ. เอส. พรีนติ้งเฮาส์.-
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์
- พะยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว, กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิสมัย หาญมงคลพิพัฒน์. (2546). หลักสูตรที่ 1, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริพันธ์ ถาวรทิวังษ์. (2543). ประชากรศาสตร์, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- เลิศพร ภาระสกุล และคณะ. (2551). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เสกสรรค์ ขวณิชย์. (2543). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว.(พิมพ์ครั้งที่ 2), กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภลักษณ์ อัครางกูร. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรัญญา ภัทรสุข. (2545). ระเบียบวิจัยทางสังคมศาสตร์, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิทยานิพนธ์/ค้นคว้าอิสระ

- กอบกาญจน์ เจริญทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. สารนิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการการตลาด. มหาวิทยาลัยสยาม

- ชัยเดช ขาวอ่อน. (2551). ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กรณีศึกษา อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.สาขาวิชาสังคมการจัดการ การโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ณัฐนรี สมิตร. (2554). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐชนก เพชรพรหม. (2554). วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี. รายงานการวิจัย. คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศุภฎี คุปพันธ์. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตทหารกรณีศึกษา อ่าวมะนาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดวงกมล บุญทวีทรัพย์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ทักษิณา คุณารักษ์. (2544). ปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของเยาวชนไทย กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ.คณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชาการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทิพย์นารี แพทย์วงศ์. (2556). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการบริการของอุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์.ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรพล เกตุทัต. (2557). แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- ปวีรสา สิทธิสาร. (2551). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร์. (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประคอง พานิชกุล. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ วท.ม(การจัดการนันทนาการ) กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปาลี คล้ายเพชร. (2553). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาท่องเที่ยวเพลินวาน. การค้นคว้าอิสระ. สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์ วท.ม.(การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.(ถ่ายเอกสาร)
- ปรีดา แซ่เล้า. (2551). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พระมหาบุญพิเชษฐ จันท์เมือง. (2553). การจัดการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอกในเกาะรัตนโกสินทร์. วิทยานิพนธ์ วท.ม.(การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.(ถ่ายเอกสาร)
- พรศิริ บินนาราวี. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการท่องเที่ยวไทยในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาสังคมการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เรวัต ทองประดา. (2548). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา. การค้นคว้าอิสระ. คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- ลีชัย ปัญญาवासังาม. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ศิวธิดา ภูมิลา. (2552). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช่าง จังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์(การค้นคว้าอิสระ). สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุณี เพ็ชรงาม. (2554). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวออสเตรเลียในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์. (2554). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยมในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วนริษา นิลแสง. (2553). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการประกอบการบัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วาทิต อธิศิริเวทย์. (2551). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาพัฒนาศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิกิเนีย มายอร์. (2555). การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วรรมน จันทร์ขันธ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณี ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. บัณฑิตวิทยาลัย. ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. คั่นคว้าอิสระ. ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .(2558). รายงานสถิติการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2559.
ที่มาจากแหล่ง: <http://www2.tat.or.th>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .(2558). ประวัติกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2559.
ที่มาจากแหล่ง: <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24331>

ชวัลนุช อุทยาน.(2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2559.
ที่มาจากแหล่ง: <http://tourisbehaviour.wordpress.com/1/>

ฐานเศรษฐกิจ .(2558).ท่องเที่ยวไทยปี 58 ทำสถิติใหม่ โยกรายได้ทะลุเป้า 2.23 ล้านล้าน .
สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2559:

<http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24331>

Vroom, Lawler and Porter. ทฤษฎีความคาดหวัง(online). สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2559.
ที่มาจากแหล่ง: <http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=3657.0>

Books

Cohen, E . (1979). **Rethinking the Sociology of Tourism**. *Annals of Tourism Research*. 6, 18-35

Kotler, P . (1997). **Marketing Management**. New York: Pearson Education.

Perreault, W.D., Dorden, D.K. and Dorden, W.R. (1979). "A Psychological Classification of Vacation Life-Styles". *Journal of Leisure Research*, 9, 208-224



ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน เขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยในระดับปริญญาโทสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปวิเคราะห์หาข้อมูลเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยข้อมูลที่ท่านได้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ทางผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น และจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับไม่เผยแพร่ต่อบุคคลภายนอก

ขอขอบพระคุณท่านในความกรุณาและความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ชมจิรา ใจตุ้ย

นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว

คณะการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับคุณสมบัติของท่าน

1. ท่านมาจากประเทศ

.....

2. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

3. อายุ

- 1.) 18-30 ปี 2.) 31-40 ปี 3.) 41-50 ปี
 4.) 51-60 ปี 5.) 61 ปีขึ้นไป

4. สถานภาพสมรส

- 1.) โสด 2.) สมรส 3.) หม้าย/หย่าร้าง

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1.) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2.) ปริญญาตรี 3.) สูงกว่าปริญญาตรี

6. อาชีพ

- 1.) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 2.) พนักงานบริษัท 3.) ทำธุรกิจส่วนตัว
 4.) เกษตรกร 5.) นักเรียน/นักศึกษา 6.) รับจ้างทั่วไป
 7.) ผู้ประกอบอาชีพระดับสูง(แพทย์,วิศวกร,นักกฎหมาย,พยาบาล ฯลฯ)

7. ระดับรายได้ต่อเดือน

- 1.) 1000 ยูโรหรือต่ำกว่า 2.) 1,001-2,000 ยูโร
 3.) 2,001-3,000 ยูโร 4.) 3,001-4,000 ยูโร
 5.) 4,001 ยูโรขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้กับใคร

- 1.) มาคนเดียว 2.) มากับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก
 3.) มากับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก

8. ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครมีสิ่งดึงดูดใจใดที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.) ความสวยงามของวัด | <input type="checkbox"/> 2.) ความสวยงามของวัง |
| <input type="checkbox"/> 3.) แหล่งช้อปปิ้ง | <input type="checkbox"/> 4.) สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน |
| <input type="checkbox"/> 5.) วิถีชีวิต | <input type="checkbox"/> 6.) ความมีชื่อเสียงมายาวนาน |
| <input type="checkbox"/> 7.) มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม | <input type="checkbox"/> 7.) อาหารไทย |

9. สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯที่ท่านวางแผนจะเดินทางไป

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.) วัดพระแก้ว | <input type="checkbox"/> 2.) วัดอรุณ |
| <input type="checkbox"/> 3.) วัดโพธิ์ | <input type="checkbox"/> 4.) พระที่นั่งอนันตสมาคม |
| <input type="checkbox"/> 5.) พระที่นั่งวิมานเมฆ | <input type="checkbox"/> 6.) ถนนข้าวสาร |
| <input type="checkbox"/> 7.) เขาวราช | <input type="checkbox"/> 7.) ตลาดนัดกลางคืน/ตลาดน้ำ |

10. เมื่อท่านเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร ท่านมีความประสงค์จะพักที่ใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.) โรงแรมหรู 5 ดาว | <input type="checkbox"/> 2.) โรงแรม 4 ดาว |
| <input type="checkbox"/> 3.) โรงแรม 3 ดาว | <input type="checkbox"/> 4.) เกสต์เฮาส์ |
| <input type="checkbox"/> 5.) บ้านเพื่อนหรือญาติ | <input type="checkbox"/> 6.) โฮสเทล |

11. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักต่อวันเป็นเงินประมาณเท่าไร

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.) 30 ยูโรหรือต่ำกว่า | <input type="checkbox"/> 2.) 31-50 ยูโร | <input type="checkbox"/> 3.) 51-70 ยูโร |
| <input type="checkbox"/> 4.) 71-90 ยูโร | <input type="checkbox"/> 5.) 91 ยูโรขึ้นไป | |

12. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารต่อวันเป็นเงินประมาณเท่าไร

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.) 30 ยูโรหรือต่ำกว่า | <input type="checkbox"/> 2.) 31-50 ยูโร | <input type="checkbox"/> 3.) 51-70 ยูโร |
| <input type="checkbox"/> 4.) 71-90 ยูโร | <input type="checkbox"/> 5.) 91 ยูโรขึ้นไป | |

13. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าเดินทางในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครต่อวันเป็นเงินประมาณเท่าไร

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.) 30 ยูโรหรือต่ำกว่า | <input type="checkbox"/> 2.) 31-50 ยูโร | <input type="checkbox"/> 3.) 51-70 ยูโร |
| <input type="checkbox"/> 4.) 71-90 ยูโร | <input type="checkbox"/> 5.) 91 ยูโรขึ้นไป | |

14. ท่านใช้จ่ายในเรื่องช้อปปิ้งต่อวันเป็นเงินประมาณเท่าไร

- 1.) ไม่ได้มาช้อปปิ้ง 2.) 30 ยูโรหรือต่ำกว่า 3.) 31-50 ยูโร
 4.) 51-70 ยูโร 5.) 71-90 ยูโร 6.) 91 ยูโรขึ้นไป

15. ท่านเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพด้วยวิธีใดบ่อยที่สุด

- 1.) เดิน 2.) ใช้เรือ
 3.) ใช้รถประจำทาง,รถบัส 4.) ใช้รถตุ๊กๆ
 5.) ใช้มอเตอร์ไซค์รับจ้าง 6.) ใช้แท็กซี่
 7.) ใช้รถรับส่งของทางโรงแรม 8.) ใช้รถไฟฟ้า BTS,MRT

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพ มากที่สุด

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	=	5
ระดับความพึงพอใจมาก	=	4
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	=	3
ระดับความพึงพอใจน้อย	=	2
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	=	1

ความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1.ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว					
1.1. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (กลางวัน)					
1.2. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวยามราตรีในกรุงเทพมหานคร					
1.3. ความมีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1.4. ความสวยงามของวัด,วัง					
1.5. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร					
1.6. ความเหมาะสมของราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ (กรณีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการเก็บค่าบริการ เช่น ค่าเข้าชมวัดพระบรมมหาราชวัง พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ)					
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
2.1. มีศูนย์บริการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร					
2.2. มีการทำป้ายบอกทางที่ชัดเจนภายในแหล่งท่องเที่ยว					
2.3. ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยว					
2.4. มี WIFI ให้บริการอย่างพอเพียงในสถานที่ท่องเที่ยว					

ความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
3.ด้านการคมนาคม					
3.1 สภาพการจราจรในระหว่างที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร					
3.2. ยานพาหนะเพียงพอต่อความต้องการในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว					
3.3. ระยะเวลาของการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเหมาะสม					
3.4.ความหลากหลายของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างในกรุงเทพมหานคร					
3.5. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง					
4.ด้านที่พัก ร้านอาหาร					
4.1 การให้บริการของที่พักรวม					
4.2. ความสะอาดของที่พักรวม					
4.3. อาหารในร้านมีคุณภาพและถูกสุขลักษณะ					
4.4. การให้บริการของร้านอาหาร					
5.ด้านความปลอดภัย					
5.1. ระบบรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเวลากลางวัน					
5.2. ระบบรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเวลากลางคืน					
6. ทัศนียภาพของคนในท้องถิ่น					
6.1.มีความเป็นมิตร					
6.2.มีความสุภาพอ่อนโยน/อิมง่าย					
6.3.สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ



Questionnaire

Satisfaction and Behavior of European Tourists visiting Bangkok, Thailand

Indication

This questionnaire is a part of research project (thesis) of the Master degree in Tourism Management at the Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University. The aim of this research project to analyze the data information for study the satisfaction and behavior of European tourists in Bangkok

The information you provide will be treated as confidential and be used for academic purposes only.

Thank you for your kindness and cooperation in this survey.

Miss. Khaemjira Jaituy

Student of Master Degree in Tourism Management

Faculty of Tourism and Hospitality at Dhurakij Pundit University

The questionnaire is divided into four parts:

- 1.) Personal Information.
- 2.) Behavior of the European tourists travelling in Bangkok.
- 3.) Level of satisfaction when visiting Bangkok.

1. Personal Information

Please put a check (✓) in the box to indicate the most accurate answer.

1. Which country do you come

from?.....

2. Gender

1.) Male

2.) Female

3. Age

1.) 18-30 years old

2.) 31-40 years old

3.) 41-50 years old

4.) 51-60 years old

5.) 61 and over

4. Status

1.) Single

2.) Married

3.) Widowed/Divorced

5. Education

1.) Lower Bachelor

2.) Bachelor Degree

3.) Higher Bachelor

6. Occupation

1.) Government / Enterprise

2.) White collar

3.) Owner Business

4.) Farmers

5.) Student

6.) General Contractors

7.) Higher or lower professional(e.g. physician, engineer, lawyer, nurse etc.)

7. Monthly Income

1.) €1000 or below

2.) €1,001 - €2,000

3.) €2,001 - €3,000

4.) €3,001 - €4,000

5.) €4,001 or over

2. Behavior of the European tourists travelling in Bangkok.

Please put a check (✓) in the box to indicate the most accurate answer.

1. Who is your travel companion?

1.) I travel lone

2.) With my Family/Relative/Lovers

3.) With my Friend(s)/Others

2. How long do you plan to stay at Bangkok?

- 1.) 1-4 days
- 2.) 5-7 days
- 3.) 8-15 days
- 4.) 16 days or more

3. How many times have you been to Bangkok?

- 1.) First time
- 2.) 2-3 times
- 3.) 4 times or more

4. How did you plan your trip to Bangkok?

- 1.) Plan with myself
- 2.) Travel with tour company
- 3.) Package Tour

5. How do you know about attractions in Bangkok?

- 1.) Recommend by others
- 2.) Media (e.g. Magazine, Newspaper)
- 3.) Advertise/PR
- 4.) Internet
- 5.) Documentary travel
- 6.) Travel agency
- 7.) Own Experience
- 8.) Guide book

6. What is your purpose for visiting Bangkok?

- 1.) Visiting to tourist attractions
- 2.) For business
- 3.) For recreation
- 4.) For conference
- 5.) For experience new culture
- 6.) For finding new knowledge in tourists attraction
- 7.) Visiting relatives

7. What is the most uniqueness of Bangkok in your opinion?

- 1.) The Convenient of transportation
- 2.) The beauty of city
- 3.) The variety of tourist attraction
- 4.) Famous for long time
- 5.) Low cost of travel expense
- 6.) Thai food

8. What is the most attracted you to come to Bangkok?

- 1.) The beauty of Temples
- 2.) The beauty of palaces
- 3.) Shopping centers
- 4.) Night life
- 5.) Local living style
- 6.) Famous for long time
- 7.) The beauty of scenery
- 8.) Thai food

9. Where is your next visit with in Bangkok?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.) Grand Palace/Emerald buddha | <input type="checkbox"/> 2.) Temple of dawn |
| <input type="checkbox"/> 3.) Wat Pho | <input type="checkbox"/> 4.) Ananda Samakhom Throne Hall |
| <input type="checkbox"/> 5.) Vimanmek Mansion | <input type="checkbox"/> 6.) Kaosan Road |
| <input type="checkbox"/> 7.) China Town | <input type="checkbox"/> 8.) Night market/Floating market |

10. When you travel in Bangkok, what type of accommodation do you prefer to stay?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.) Luxury hotel (5 star hotel) | <input type="checkbox"/> 2.) First class hotel (4 star hotel) |
| <input type="checkbox"/> 3.) Budget hotel (3 star hotel) | <input type="checkbox"/> 4.) Guest house |
| <input type="checkbox"/> 5.) Friend/Relative's house | <input type="checkbox"/> 6.) Hostel |

11. Please estimate your daily expenses for accommodation in Bangkok?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.) €30 or below | <input type="checkbox"/> 2.) €31 - €50 | <input type="checkbox"/> 3.) €51 - €70 |
| <input type="checkbox"/> 4.) €71 - €90 | <input type="checkbox"/> 5.) €91 or over | |

12. Please estimate your daily expenses for food and meals in Bangkok?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.) €30 or below | <input type="checkbox"/> 2.) €31 - €50 | <input type="checkbox"/> 3.) €51 - €70 |
| <input type="checkbox"/> 4.) €71 - €90 | <input type="checkbox"/> 5.) €91 or over | |

13. Please estimate your daily expenses for transportation in Bangkok?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.) €30 or below | <input type="checkbox"/> 2.) €31 - €50 | <input type="checkbox"/> 3.) €51 - €70 |
| <input type="checkbox"/> 4.) €71 - €90 | <input type="checkbox"/> 5.) €91 or over | |

14. Please estimate your daily expenses for shopping in Bangkok?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.) €30 or below | <input type="checkbox"/> 2.) €31 - €50 | <input type="checkbox"/> 3.) €51 - €70 |
| <input type="checkbox"/> 4.) €71 - €90 | <input type="checkbox"/> 5.) €91 or over | |

15. What is your most frequency transportation use for travel in Bangkok?

- | | | |
|--|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.) By walk | <input type="checkbox"/> 2.) By boat | <input type="checkbox"/> 3.) By bus |
| <input type="checkbox"/> 4.) By motor-tricycle (Tuk tuk) | <input type="checkbox"/> 5.) By motorcycle | <input type="checkbox"/> 6.) By taxi |
| <input type="checkbox"/> 7.) By hotel limousine | <input type="checkbox"/> 8.) By BTS/MRT | |

3. Level of satisfaction after visiting Bangkok.

Please put a check (✓) in the box to indicate how much these factors are important for you.

Most satisfaction = 5

Satisfaction = 4

Moderately satisfaction = 3

Less satisfaction = 2

Not satisfaction = 1

Items	Level of Satisfaction				
	5	4	3	2	1
1. Travel Resources					
1.1) A variety of tourist attractions in the daytime.					
1.2) A variety of tourist activity at night.					
1.3) The uniqueness of cultural attractions in Bangkok.					
1.4) The beauty of Temples and Palaces in Bangkok.					
1.5) Cleanliness of tourist attractions in Bangkok.					
1.6) Value for money of attractions entrance fee. (i.e. Entrance fee for Grand Palace and Museum)					
2. Facilities					
2.1) The adequate of Tourist Information Centers in Bangkok.					
2.2) Clarity of direction signs at tourist attractions.					
2.3) The cleanliness of toilets in tourist attractions.					
2.4) The adequate of free WIFI services in tourist areas.					

Items	Level of Satisfaction				
	5	4	3	2	1
3. Transportation					
3.1) Convenience of travel in Bangkok.					
3.2) Sufficient transportation choices.					
3.3) Travel time between attractions in Bangkok.					
3.4) A variety of vehicles for use to travel in Bangkok.					
3.5) Travel expenses.					
4. Accommodation and Restaurant					
4.1) The service of staff in accommodation.					
4.2) A cleanliness of accommodations.					
4.3) Quality of Restaurant food and cleanliness.					
4.4) Value for money of travel expense.					
5. Security					
5.1) Safety & security of tourist areas in Bangkok in daytime.					
5.2) Safety & security of tourist areas in Bangkok at night.					
6. Courtesy of local people.					
6.1) Smile and friendliness.					
6.2) Politeness.					
6.3) Able to communicate with tourists.					

4. Suggestion

.....

.....

Thank you for your cooperation.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวเหมจิรา ใจคู่ย์

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2554 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

นิติศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

ตำแหน่งงานปัจจุบัน

ผู้ประสานงานครูต่างชาติโรงเรียนพหุस्तศึกษา

ที่โรงเรียนธัญบุรี