



ห้องสมุด: การท่องเที่ยวฯ

T23350

ดต

338.479122

มพต

รายงานการสำรวจ  
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว



# รายงานการสำรวจพฤติกรรม นักท่องเที่ยวต่างชาติ

แผนงานวิจัยการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน  
ในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ปี 2551: ตลาดใหม่และความท้าทาย

ดต

338.479122

มพต



สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



# รายงานการสำรวจพฤติกรรม นักท่องเที่ยวต่างชาติ

แผนงานวิจัยการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน  
ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ปี 2551: ตลาดใหม่และความท้าทาย



แผนงานวิจัยการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน  
ในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ปี 2551: ตลาดใหม่และความท้าทาย

**Integrated Development of Sustainable Tourism  
for the Greater Mekong Sub-region 2008: Emerging Markets and Challenges**

## รายงานการสำรวจ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ

มิ่งสรรพ ขาวสอาด

สุเมธ พฤษ์ฤดี

จักรี เตจ๊ะวารี

เกษรินทร์ พรหมเป็ง

อาภาภรณ์ สุนพรหม

สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ  
สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มีนาคม 2553

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย     | 1    |
| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย      | 21   |
| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย | 39   |
| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโอเชียเนียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย      | 57   |
| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย    | 75   |
| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอังกฤษที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย          | 93   |
| บรรณานุกรม   | 111  |

## พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยและฝรั่งเศสมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันโดยการติดต่อระหว่างกันของประชาชนทั้งสอง ซึ่งในปี 2547 มีการลงนามในบันทึกความเข้าใจที่มุ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์ในหลายสาขา อาทิ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การจัดมาตรฐานบริการท่องเที่ยว การแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดเทคโนโลยี ทักษะ การเพิ่มขีดความสามารถ และการเป็นเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส ประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย นวดแผนไทยหรือสปา และการรักษาสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม เป็น (Hub) ที่จะเดินทางไปยังอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยรวมทั้งอุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องก็อยู่ในระดับสากลซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทย ทั้งนี้ในปี 2551 มีนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยประมาณ 4 แสนคน ซึ่งเมื่อพิจารณาเฉพาะนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปแล้วจัดเป็นอันดับ 3 รองจากอังกฤษและเยอรมัน และมีอัตราการใช้จ่ายเพื่อเดินทางท่องเที่ยวรวมทั้งระยะพำนักเฉลี่ยค่อนข้างสูง ซึ่งก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนทางการท่องเที่ยวแก่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2551)

### 1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 จำนวน 415 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและใช้แบบสอบถามที่แปลเป็นภาษาฝรั่งเศส การเก็บข้อมูลจะเก็บจากนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว และรอขึ้นเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ประกอบกับข้อมูลนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสในสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีจำนวน 351,651 คน เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับผลงานวิจัยนี้

## 2. การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสระหว่างข้อมูลจากการสำรวจกับข้อมูลของททท.

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสจำนวน 415 คนในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ พบว่านักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวอิสระถึงร้อยละ 92.3 ของกลุ่มตัวอย่าง และเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 53.5 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 1) เป็นชายมากกว่าหญิง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 60.5 ของกลุ่มตัวอย่าง มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 34 ปีเป็นส่วนใหญ่ (คิดเป็นร้อยละ 36.4) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 35 – 44 และ 45 – 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.8 และ 15.9 ของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ถึงร้อยละ 15.7 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าชาวฝรั่งเศสที่สูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศไทย โดยพบว่าเป็นกลุ่มคนเกษียณอายุถึงร้อยละ 9.9 แต่มีสัดส่วนยังเป็นรองจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดคือร้อยละ 14.2 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 2) นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 83.6 ของกลุ่มตัวอย่างมาพักผ่อน รองลงมาคือมาเพื่อเยี่ยมชมญาติหรือเพื่อน (ตารางที่ 3) นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสมักจะพักในประเทศไทยเป็นเวลาเฉลี่ย 18.30 วัน มีค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยเฉลี่ย 164.35 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน (ตารางที่ 4) ซึ่งข้อมูลข้างต้นค่อนข้างสอดคล้องกับสถิติของททท. คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสมีจำนวน 351,651 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวซ้ำร้อยละ 60.4 และเป็นนักท่องเที่ยวอิสระร้อยละ 78.6 (ตารางที่ 1) เป็นชายมากกว่าหญิงร้อยละ 69.2 มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี และ 35-44 ปี และเป็นผู้สูงอายุ (55ปี ขึ้นไป) ร้อยละ 18.4 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มคนเกษียณอายุ (ตารางที่ 2) นอกจากนี้จะมาพักผ่อนที่ประเทศไทยแล้วยังมาเพื่อติดต่อธุรกิจ และประชุมด้วย (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 1: เปรียบเทียบข้อมูลการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส ในปีพ.ศ.2551

| รายการ                          | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|---------------------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                                 | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.ความถี่ในการมาเที่ยวประเทศไทย | 351,651        | 100.0  | 415               | 100.0  |
| เที่ยวครั้งแรก                  | 139,248        | 39.6   | 222               | 53.5   |
| เที่ยวซ้ำ                       | 212,403        | 60.4   | 189               | 45.5   |
| ไม่ระบุ                         | -              | -      | 4                 | 0.96   |

ตารางที่ 1 (ต่อ): เปรียบเทียบข้อมูลการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส  
ในปี พ.ศ. 2551

| รายการ                       | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|------------------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                              | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 2. ลักษณะการเที่ยว           | 351,651        | 100.0  | 415               | 100.0  |
| นักเที่ยวอิสระ               | 276,264        | 78.6   | 383               | 92.3   |
| นักเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ | 75,387         | 21.4   | 32                | 7.7    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 2: เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส  
ในปี พ.ศ. 2551

| รายการ                | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-----------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                       | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.เพศ                 | 351,651        | 100.0  | 415               | 100.0  |
| ชาย                   | 243,267        | 69.2   | 251               | 60.5   |
| หญิง                  | 108,384        | 30.8   | 162               | 39.0   |
| ไม่ระบุ               | -              | -      | 2                 | 0.5    |
| 2.อายุ                | 351,651        | 100.0  | 415               | 100.0  |
| ต่ำกว่า 15            | 11,658         | 3.3    | -                 | -      |
| 15-24 ปี              | 38,105         | 10.8   | 57                | 13.7   |
| 25-34 ปี              | 92,836         | 26.4   | 151               | 36.4   |
| 35-44 ปี              | 75,078         | 21.4   | 74                | 17.8   |
| 45-54 ปี              | 69,416         | 19.7   | 66                | 15.9   |
| 55-64 ปี              | 49,083         | 14.0   | 46                | 11.1   |
| 65 ปีขึ้นไป           | 15,475         | 4.4    | 19                | 4.6    |
| ไม่ระบุ               | -              | -      | 2                 | 0.5    |
| 3.อาชีพ               | 351,651        | 100.0  | 415               | 100.0  |
| ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน | 104,406        | 29.7   | 59                | 14.2   |
| พนักงานส่วนราชการ     | 2,108          | 0.6    | 28                | 6.7    |
| เกษตรกร               | 1,291          | 0.4    | 4                 | 1.0    |

ตารางที่ 2 (ต่อ): เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส  
ในปี พ.ศ. 2551

| รายการ            | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                   | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| นักเรียน/นักศึกษา | 45,489         | 12.9   | 35                | 8.4    |
| เกษียณ            | 22,865         | 6.5    | 41                | 9.9    |
| แม่บ้าน           | 4,255          | 1.2    | 8                 | 1.9    |
| อื่นๆ             | 107,035        | 30.4   | 238               | 57.3   |
| ไม่ระบุ           | -              | -      | 2                 | 0.5    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 3: เปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสในปี พ.ศ. 2551

| รายการ        | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|---------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|               | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| พักผ่อน       | 294,391        | 83.7   | 347               | 83.6   |
| ติดต่อธุรกิจ  | 35,688         | 10.1   | 12                | 2.9    |
| ประชุมสัมมนา  | 9,229          | 2.6    | 0                 | 0.0    |
| ปฏิบัติราชการ | 814            | 0.2    | 0                 | 0.0    |
| ฮันนีมูน      | -              | -      | 8                 | 1.9    |
| เยี่ยมญาติ    | -              | -      | 25                | 6.0    |
| เรียน         | -              | -      | 5                 | 1.2    |
| ตรวจร่างกาย   | -              | -      | -                 | -      |
| อื่นๆ         | 11,529         | 3.3    | 15                | 3.6    |
| ไม่ระบุ       | -              | -      | 7                 | 1.7    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันค่อนข้างต่ำ แต่มีวันพักผ่อนมาก จึงทำให้ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปสูงเป็นอันดับต้นๆ



ตารางที่ 4: เปรียบเทียบวันพักเฉลี่ยและค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสระหว่างข้อมูลของ ททท. กับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของคณะวิจัยในปี พ.ศ. 2551

| รายการ   | ข้อมูลของ ททท. | ข้อมูลของงานวิจัย* |
|--|----------------|--------------------|
| วันพักเฉลี่ย                                       | 15.15          | 18.30              |
| ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย<br>(ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน) | 110.69         | 164.35             |

หมายเหตุ : \* เนื่องจกัจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่สำรวจมีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิง ข้อมูลที่น่าเสนอจึงเป็นของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางด้วยตนเอง (นักท่องเที่ยวยุโรป)

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

### 3. ผลการศึกษา

#### 1. ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวฝรั่งเศส

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสจบการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 68.9 ของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 28,800 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 17.6 รองลงมาคือ 31,681 - 40,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อปี และ 60,001 - 85,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ 10.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5: ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวฝรั่งเศส

| รายการ                                 | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>1. ระดับการศึกษาสูงสุด</b>          | <b>415</b> | <b>100.0</b> |
| ประถมหรือต่ำกว่า                       | 21         | 5.1          |
| มัธยมศึกษาหรืออาชีวศึกษา               | 105        | 25.3         |
| อุดมศึกษาหรือสูงกว่า                   | 286        | 68.9         |
| ไม่ระบุ                                | 3          | 0.7          |
| <b>2. รายได้เฉลี่ยต่อปี</b>            | <b>415</b> | <b>100.0</b> |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 7,000 ดอลลาร์สหรัฐ | 21         | 5.1          |
| 7,001 - 13,000 ดอลลาร์สหรัฐ            | 12         | 2.9          |
| 13,001 - 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 31         | 7.5          |
| 20,001 - 28,800 ดอลลาร์สหรัฐ           | 73         | 17.6         |
| 28,801 - 31,680 ดอลลาร์สหรัฐ           | 20         | 4.8          |

## ตารางที่ 5 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวฝรั่งเศส

| รายการ                              | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------------|------------|--------|
| 31,681 - 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ       | 55         | 13.3   |
| 40,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ       | 33         | 8.0    |
| 50,001 - 60,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ       | 38         | 9.2    |
| 60,001 - 85,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ       | 42         | 10.1   |
| มากกว่า 85,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ขึ้นไป | 40         | 9.6    |
| ไม่ระบุ                             | 50         | 12.0   |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 2. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวฝรั่งเศส

นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่มีประสบการณ์เดินทางไปต่างประเทศโดยเฉลี่ย 5 ครั้งหรือมากกว่าต่อปี คิดเป็นร้อยละ 50.1 ของกลุ่มตัวอย่าง อาจเป็นเพราะชาวฝรั่งเศสสามารถลาหยุดได้ถึง 6 สัปดาห์ต่อปี ทำให้ชาวฝรั่งเศสมีเวลาว่างมากขึ้น จึงตัดสินใจท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะการไปเที่ยวยังต่างประเทศและราคาไม่แพงมาก ดังเช่น ประเทศไทย นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวในรูปแบบไม่หรูหราคือ เลือกเที่ยวแบบปกติร้อยละ 57.3 และแบบสะพายเป้ หรือที่เรียกกันว่า Backpacker อีกร้อยละ 20.2 ของกลุ่มตัวอย่าง เพราะฉะนั้นในการเสนอเส้นทางหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ บริษัทนำเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ด้วย นั่นคือ ต้องเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบแปลกใหม่ได้ แต่ราคาต้องสมเหตุสมผล ไม่แพงจนเกินไป แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจมาประเทศไทยมากที่สุดคือ เพื่อน/ญาติ มีมากถึงร้อยละ 73.0 รองลงมาคือคู่มือท่องเที่ยว ร้อยละ 16.6 และนิตยสารการท่องเที่ยว ร้อยละ 12.3 ตามลำดับ แสดงว่าการแนะนำแบบปากต่อปากเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสให้เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น ในขณะที่เว็บไซต์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเว็บไซต์อื่นๆ มีสัดส่วนรวมกันถึงร้อยละ 23.3 จึงกลายเป็นแหล่งข้อมูลที่ชาวฝรั่งเศสใช้พิจารณาองจากเพื่อนหรือญาติสนิทก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในส่วนที่เกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว การโฆษณาใน CNN และการจัดนิทรรศการนานาชาติมี ผู้ตอบว่าเลือกแหล่งข้อมูลประเภทนี้ แต่ร้อยละ 4.6 , 3.1 และ 2.4 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวร้อยละ 96.4 เดินทางด้วยเครื่องบิน โดยใช้บริการของสายการบินปกติคิดเป็นร้อยละ 76.5 และใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ร้อยละ 23.8 (ตารางที่ 6) ซึ่งอาจแสดงถึงสัดส่วนของมีนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่ได้เยือนประเทศเพื่อนบ้านของไทยด้วยระหว่างทริปนี้ แล้วจึงเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ เพราะโดย

ปกติแล้วจะไม่มีเที่ยวบินตรงของสายการบินต้นทุนต่ำที่บินจากฝรั่งเศสเข้าสู่ประเทศไทยโดยตรง นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสยังคงเลือกเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเมืองหลัก เนื่องจากเวลาส่วนใหญ่ ชาวฝรั่งเศสยังคงท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 82.7 รองลงมาคือเดินทางไปเที่ยวเชียงใหม่ กับภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 36.6 และ 34.9 ตามลำดับ (ตารางที่ 7) ส่วนประเทศที่นักท่องเที่ยวชาว ฝรั่งเศสเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย ปรากฏว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกประเทศเวียดนาม มากที่สุด รองลงมาเป็นมาเลเซียและอินเดีย ตามลำดับ (ตารางที่ 8) ดังนั้นประเทศเหล่านี้จึงเป็น คู่แข่งทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่น่าจับตามอง

โดยปกตินักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยเฉพาะเวลาเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่ ประสบเหตุการณ์อันตรายในขณะที่อยู่ในประเทศไทยร้อยละ 22.5 เหตุการณ์ที่ประสบได้แก่ อาหารเป็นพิษมีถึงร้อยละ 8.2 รองลงมาคือ ถูก โกงและถูกลักทรัพย์ ร้อยละ 8.0 และ 4.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 9) จะเห็นว่ากรณีถูก โกงและถูกลักทรัพย์นั้นเป็นปัญหาที่มีมานานและยากที่จะแก้ไข

ตารางที่ 6: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวฝรั่งเศส

| รายการ   | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>1. จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีของการเดินทางไปต่างประเทศ</b> | <b>415</b> | <b>100.0</b> |
| บางครั้ง หรือ 1 ครั้ง                                    | 8          | 1.9          |
| 2 - 4 ครั้ง  | 199        | 48.0         |
| 5 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 208        | 50.1         |
| <b>2. รูปแบบการท่องเที่ยว</b>                            | <b>415</b> | <b>100.0</b> |
| แบบปกติ  | 238        | 57.3         |
| แบบสะพายเป้  | 84         | 20.2         |
| แบบประหยัด   | 68         | 16.4         |
| แบบหรูหรา  | 24         | 5.8          |
| ไม่ระบุ  | 1          | 0.2          |
| <b>3. จำนวนครั้งของการเดินทางมาประเทศไทย ในปีนี้</b>     | <b>415</b> | <b>100.0</b> |
| 1 ครั้ง  | 290        | 69.9         |
| 2 ครั้ง  | 41         | 9.9          |
| 3 ครั้ง  | 20         | 4.8          |
| 4 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 64         | 15.4         |

ตารางที่ 6 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวฝรั่งเศส

| รายการ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|---|------------|--------------|
| <b>4. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย*</b> |            |              |
| เพื่อน/ญาติ   | 303        | 73.0         |
| คู่มือการท่องเที่ยว                                 | 69         | 16.6         |
| นิตยสารการท่องเที่ยว                                | 51         | 12.3         |
| เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย                  | 50         | 12.0         |
| เว็บไซต์อื่นๆ                                       | 47         | 11.3         |
| โปสเตอร์/โบรชัวร์/VDO                               | 21         | 5.1          |
| บริษัทนำเที่ยว                                      | 19         | 4.6          |
| โฆษณาใน CNN   | 13         | 3.1          |
| นิตยสารนานาชาติ/โรดโชว์                             | 10         | 2.4          |
| อื่นๆ เช่น ภาพยนตร์ มวยไทย เป็นต้น                  | 58         | 13.9         |
| <b>5. วิธีการเดินทางมาประเทศไทย*</b>                | <b>415</b> | <b>100.0</b> |
| ทางเครื่องบิน                                       | 400        | 96.4         |
| - สายการบินปกติ                                     | 308        | 76.5         |
| - สายการบินต้นทุนต่ำ                                | 95         | 23.8         |
| ทางบก   | 19         | 4.6          |
| ทางทะเล   | 6          | 1.4          |

หมายเหตุ : \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 7: สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสเลือกเดินทางมาเที่ยว

| รายการ    | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------|------------|--------|
| กรุงเทพฯ  | 343        | 82.7   |
| เชียงใหม่ | 152        | 36.6   |
| ภูเก็ต    | 145        | 34.9   |
| พัทยา     | 89         | 21.4   |
| กระบี่    | 81         | 19.5   |

ตารางที่ 7 (ต่อ): สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสเลือกเดินทางมาเที่ยว

| รายการ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| เชียงใหม่                                     | 63         | 15.2   |
| อื่นๆ เช่น อุทยาน และจังหวัดทางภาคใต้ เป็นต้น | 128        | 30.8   |
| รวม   | 415        | 100.0  |

หมายเหตุ: นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 8: ประเทศที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย

| รายการ              | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------|
| เวียดนาม            | 109        | 26.3   |
| มาเลเซีย            | 56         | 13.5   |
| อินเดีย             | 50         | 12.0   |
| สปป.ลาว             | 42         | 10.1   |
| กัมพูชา             | 40         | 9.6    |
| ฟิลิปปินส์          | 24         | 5.8    |
| สิงคโปร์            | 23         | 5.5    |
| สาธารณรัฐประชาชนจีน | 17         | 4.1    |
| ฮ่องกง              | 11         | 2.7    |
| อื่นๆ               | 34         | 8.2    |
| ไม่ระบุ             | 9          | 2.2    |
| รวม                 | 415        | 100.0  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 9: เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวประสบขณะท่องเที่ยวในประเทศไทย

| เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ         | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| ไม่ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ | 321        | 77.3   |
| ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ*   | 93         | 22.5   |
| - อาหารเป็นพิษ                                | 34         | 8.2    |
| - ถูกโจก                                      | 33         | 8.0    |
| - ถูกลักทรัพย์                                | 18         | 4.3    |
| - หลงทาง                                      | 14         | 3.4    |
| - อุบัติเหตุทางถนน                            | 4          | 1.0    |
| - อื่นๆ                                       | 16         | 0.0    |
| ไม่ระบุ                                       | 1          | 0.2    |

หมายเหตุ: \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระที่เดินทางมาเอง จะพักในประเทศไทยเฉลี่ย 18.33 วันต่อคน และเสียค่าใช้จ่ายที่ใช้ในประเทศไทยเฉลี่ยต่อคนต่อวันเท่ากับ 164.35 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การซื้อของที่ระลึกประเภทสินค้าท้องถิ่นของไทยไม่ว่าจะเป็นเครื่องเงิน เครื่องเงิน ผ้าไหมและอื่นๆ เท่ากับ 28.96 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนต่อวัน รองลงมาเป็นการซื้อสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ (แบรนด์เนม) เท่ากับ 27.46 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน และการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทอาหารเป็นเงินเท่ากับ 27.06 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน ตามลำดับ ส่วนการตรวจสอบสุขภาพและการใช้บริการสปาเป็นบริการที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยไม่สูงนัก (ตารางที่ 10) การตรวจร่างกายส่วนใหญ่เป็นเพียงการ ไม่สบายเล็กน้อย แล้วนักท่องเที่ยวผู้นั้นเข้ารับการรักษาจากแพทย์ในคลินิกหรือจากร้านขายยา การสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสอาจจะมีปัญหาด้านสุขภาพในขณะที่พำนักอยู่ในประเทศไทยบ้าง เช่น ท้องเสีย ปวดเมื่อย หรือได้รับอุบัติเหตุเล็กน้อย ต้องไปพบแพทย์หรือซื้อยาที่ร้านขายยา ไม่มีกรณีที่ต้องมาหรือเลือกที่จะมารับการรักษาในประเทศไทยเลย

ตารางที่ 10: ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง

(หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐ/คน/วัน)

| รายการ   | เดินทางด้วยตนเอง* |
|--|-------------------|
| จำนวนคืนที่พัก ในประเทศไทย (คืน)                   | 18.30             |
| ค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทย                           | 164.35            |
| 1. ค่าซื้อแพคเกจทัวร์                              | -                 |
| 2. ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม                             | -                 |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของไทย    | 28.96             |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นอาหาร                   | 23.18             |
| - ค่าซื้อสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ(แบรนด์เนม)     | 27.46             |
| - ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงยามราตรี               | 27.06             |
| - ค่าใช้บริการสนามกอล์ฟ                            | 18.04             |
| - ค่าใช้บริการสปา                                  | 11.93             |
| - ค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพ/ผ่าตัด                 | 16.13             |
| - ค่าใช้จ่ายอื่นๆเช่น อาหาร ที่พัก แท็กซี่ เป็นต้น | 49.04             |

หมายเหตุ: \*นักท่องเที่ยวที่เที่ยวแบบซื้อแพคเกจทัวร์มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิงได้ จึงนำเสนอเฉพาะข้อมูลของกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

4. ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย

ภาพลักษณ์ของประเทศไทย 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวให้คะแนนมากที่สุด ได้แก่ ชายหาดและทะเลที่สวยงาม โดยมีผู้เห็นด้วยถึงร้อยละ 86.5 รองลงมาคือ สปาและการนวดแผนไทย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ ผู้คนเป็นมิตร และอาหารไทย แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชอบเที่ยวชายทะเล และสถานที่ที่เป็นธรรมชาติ ทั้งยังชอบนวดแผนไทย เพราะเป็นการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้คนและอาหารไทยก็ยังคงเป็นเอกลักษณ์ของไทยที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ดีเช่นกัน ส่วนภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวให้คะแนนต่ำที่สุด คือ ความสะอาด มีผู้ที่ไม่เห็นด้วยกับภาพลักษณ์ของไทยเป็นประเทศที่สะอาดร้อยละ 23.1 รองลงมาคือ วิถีไทย (ที่ไม่รีบเร่ง) การคมนาคม ความปลอดภัย และวัฒนธรรม (ที่หลากหลาย) ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11: ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยในแต่ละด้านก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

| รายการ                            | ร้อยละ  |                      |             |          |          |                   | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|-----------------------------------|---------|----------------------|-------------|----------|----------|-------------------|--------------------|
|                                   | ไม่ทราบ | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |                    |
| 1.ทะเล ชายหาด                     | 4.3     | 1.4                  | 1.4         | 6.0      | 41.2     | 45.3              | 4.34               |
| 2.สปา/การนวด                      | 6.3     | 0.2                  | 2.2         | 10.8     | 39.0     | 41.4              | 4.27               |
| 3.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ | 2.4     | 0.2                  | 0.7         | 10.1     | 49.6     | 36.6              | 4.25               |
| 4.ผู้คน                           | 1.9     | 1.4                  | 1.9         | 11.3     | 41.0     | 42.2              | 4.23               |
| 5. อาหาร                          | 2.7     | 1.2                  | 3.4         | 15.4     | 39.5     | 37.8              | 4.12               |
| 6. ชีวิตยามราตรี                  | 7.0     | 0.7                  | 3.4         | 18.8     | 32.3     | 37.8              | 4.11               |
| 7. คุ้มราคา                       | 1.4     | 0.2                  | 3.1         | 12.8     | 52.3     | 30.1              | 4.11               |
| 8. ช้อปปิ้ง                       | 3.4     | 1.0                  | 1.9         | 22.4     | 36.9     | 34.5              | 4.05               |
| 9.คุณภาพการบริการ                 | 4.8     | 1.7                  | 4.8         | 23.9     | 41.4     | 23.4              | 3.84               |
| 10.วัฒนธรรม                       | 4.1     | 0.7                  | 4.8         | 26.0     | 43.4     | 21.0              | 3.82               |
| 11.ความปลอดภัย                    | 3.9     | 1.4                  | 4.3         | 27.5     | 43.9     | 18.6              | 3.77               |
| 12.การคมนาคม                      | 4.3     | 1.9                  | 9.2         | 22.7     | 41.7     | 20.0              | 3.72               |
| 13. วิถีไทย                       | 2.7     | 3.6                  | 10.8        | 23.6     | 36.6     | 22.2              | 3.65               |
| 14. ความสะอาด                     | 4.8     | 6.5                  | 16.6        | 36.6     | 25.1     | 10.1              | 3.16               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1, เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 5. ปัจจัยสำคัญในการวางแผนเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

นักท่องเที่ยวฝรั่งเศสให้ความสำคัญกับคุ้มราคามากที่สุด เห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเกือบจะต่ำที่สุด รองลงมาคือ สภาพอากาศ เพราะนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวช่วงฤดูหนาวเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงอากาศหนาวที่ประเทศบ้านเกิด ผู้คน ความปลอดภัย และทะเลชายหาด จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส



ไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยเป็นอันดับแรกเหมือนนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ โดยจะให้ความสำคัญสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวมากกว่า (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12: ปัจจัยสำคัญเมื่อกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำการวางแผนมาเที่ยวประเทศไทย

| รายการ                              | ร้อยละ   |                     |           |                  |              |                    | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|-------------------------------------|----------|---------------------|-----------|------------------|--------------|--------------------|--------------------|
|                                     | ไม่สำคัญ | สำคัญน้อย<br>ที่สุด | สำคัญน้อย | สำคัญปาน<br>กลาง | สำคัญ<br>มาก | สำคัญ<br>มากที่สุด |                    |
| 1. คุ้มครองราคา                     | 0.5      | 0.5                 | 3.4       | 22.7             | 48.0         | 24.6               | 3.92               |
| 2. สภาพอากาศ                        | 1.7      | 0.7                 | 4.3       | 22.2             | 51.6         | 19.3               | 3.79               |
| 3. ผู้คน                            | 1.2      | 1.4                 | 5.8       | 24.6             | 43.9         | 23.1               | 3.78               |
| 4. ความปลอดภัย                      | 1.4      | 1.2                 | 5.5       | 28.7             | 41.4         | 21.7               | 3.73               |
| 5. ทะเล ชายหาด                      | 4.6      | 1.0                 | 7.7       | 25.8             | 38.6         | 22.2               | 3.60               |
| 6. การคมนาคม                        | 1.7      | 1.7                 | 8.7       | 33.3             | 41.2         | 13.5               | 3.51               |
| 7. ความสะอาด                        | 2.7      | 2.7                 | 13.3      | 30.6             | 36.6         | 14.0               | 3.38               |
| 8. ที่พัก                           | 1.2      | 3.1                 | 12.0      | 37.3             | 35.9         | 10.4               | 3.35               |
| 9. แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 3.1      | 1.4                 | 11.3      | 34.2             | 41.2         | 8.4                | 3.35               |
| 10. แหล่งท่องเที่ยว<br>มรดกโลก      | 3.1      | 2.9                 | 14.2      | 30.0             | 36.4         | 10.4               | 3.28               |
| 11. อาหาร                           | 2.9      | 4.3                 | 18.3      | 30.1             | 34.5         | 9.6                | 3.18               |
| 12. วัฒนธรรม                        | 5.3      | 3.1                 | 16.9      | 36.4             | 30.6         | 7.5                | 3.07               |
| 13. สถาปัตยกรรม                     | 10.8     | 10.1                | 20.2      | 21.7             | 24.1         | 12.8               | 2.77               |
| 14. ช้อปปิ้ง                        | 10.8     | 7.5                 | 25.8      | 26.3             | 21.2         | 8.2                | 2.64               |
| 15. ชีวิตยามราตรี                   | 16.1     | 13.7                | 21.9      | 20.2             | 17.8         | 9.9                | 2.40               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 0-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่สำคัญ = 0,

สำคัญมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

น  
เ  
เ

34

37

35

33

32

31

31

35

34

32

37

32

35

36

## 6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการที่ได้รับ

จากการได้มาเที่ยวประเทศไทยแล้ว พบว่า สิ่งที่สร้างความพึงพอใจนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ ทะเลชายหาด ผู้คน สภาพอากาศ สปาและการนวดแผนไทย และความคุ้มค่า ตามลำดับ แสดงว่าชายหาดและทะเลไทย รวมถึงคนไทยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เสมอ ส่วนสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสให้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสะอาด รองลงมาคือ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ชีวิตยามราตรี แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก และการคมนาคมขนส่ง ตามลำดับ

ตารางที่ 13: ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขณะที่อยู่ในประเทศไทย

| รายการ                             | ความพึงพอใจ (ร้อยละ) |            |      |         |      |           | คะแนนค่าเฉลี่ย |
|------------------------------------|----------------------|------------|------|---------|------|-----------|----------------|
|                                    | ไม่ได้ใช้บริการ      | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก  | มากที่สุด |                |
| 1.ทะเล ชายหาด                      | 13.5                 | 0.5        | 1.2  | 11.6    | 39.3 | 33.7      | 4.21           |
| 2.ผู้คน                            | 1.0                  | 0.5        | 1.9  | 14.7    | 41.7 | 39.8      | 4.20           |
| 3.สภาพอากาศ                        | 1.4                  | 0.2        | 1.2  | 13.7    | 54.2 | 28.9      | 4.12           |
| 4.สปา/การนวด                       | 14.0                 | 1.0        | 2.2  | 14.2    | 41.0 | 27.5      | 4.07           |
| 5.คุ้มค่า                          | -                    | 0.2        | 2.7  | 19.0    | 53.0 | 23.6      | 3.99           |
| 6.อาหาร                            | 1.0                  | 1.7        | 3.1  | 19.3    | 46.7 | 27.7      | 3.97           |
| 7.ความปลอดภัย                      | 0.7                  | 1.0        | 2.2  | 23.9    | 48.9 | 22.9      | 3.92           |
| 8.แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 7.7                  | -          | 2.2  | 25.3    | 43.4 | 21.0      | 3.91           |
| 9.ช้อปปิ้ง                         | 7.7                  | 0.7        | 4.6  | 23.9    | 42.9 | 19.3      | 3.83           |
| 10.ที่พัก                          | 0.7                  | 1.7        | 1.4  | 27.7    | 50.8 | 17.3      | 3.82           |
| 11.การคมนาคม                       | 0.5                  | 0.7        | 4.6  | 26.7    | 48.0 | 19.0      | 3.81           |
| 12.แหล่งท่องเที่ยว<br>มรดกโลก      | 5.5                  | 0.5        | 5.1  | 25.5    | 44.3 | 18.6      | 3.80           |

ตารางที่ 13 (ต่อ): ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขณะที่อยู่ในประเทศไทย

| รายการ           | ความพึงพอใจ (ร้อยละ) |            |      |         |      |           | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|------------------|----------------------|------------|------|---------|------|-----------|--------------------|
|                  | ไม่ได้ใช้<br>บริการ  | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก  | มากที่สุด |                    |
| 13.ชีวิตยามราตรี | 18.8                 | 2.2        | 4.3  | 22.7    | 32.8 | 18.8      | 3.76               |
| 14.วัฒนธรรม      | 6.7                  | 0.2        | 5.5  | 30.4    | 42.2 | 14.2      | 3.70               |
| 15.ความสะอาด     | 0.2                  | 6.7        | 9.9  | 34.7    | 37.3 | 10.8      | 3.36               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ พึงพอใจน้อยที่สุด = 1, พึงพอใจมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

จากการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ พบว่า มีเพียงเรื่องอัตราค่าของผู้นคนในประเทศ เท่านั้นที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสมีความคาดหวังก่อนมาและได้รับความพึงพอใจหลังจากที่มาเที่ยวแล้วไม่แตกต่างกัน ส่วนความพึงพอใจที่เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด คือ ความสะอาด ความปลอดภัย และเรื่องการคมนาคม แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสมีความพึงพอใจมากขึ้น ซึ่งมากกว่าที่ได้คาดหวังไว้ก่อนที่จะมาเที่ยวประเทศไทย อาจเป็นเพราะ ฝรั่งเศสเป็นประเทศพัฒนาแล้วจึงไม่ได้คาดหวังว่าประเทศกำลังพัฒนาอย่างไทยจะมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ดึ้นก แต่เมื่อมาได้สัมผัสจริงจึงพบว่าดีกว่าที่คาดเอาไว้ ผิดกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมอื่นๆ ซึ่งเขาคาดหวังจากประเทศไทย แต่เมื่อมาพบว่าสิ่งเหล่านี้ได้สึกกร่อนไปแล้ว ก็ยอมผิดหวังเป็นธรรมดา (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14: การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ

| รายการ                          | คะแนนค่าเฉลี่ย* |             | ระดับความเชื่อมั่น |
|---------------------------------|-----------------|-------------|--------------------|
|                                 | ภาพลักษณ์ก่อนมา | ความพึงพอใจ |                    |
| 1. ทะเล ชายหาด                  | 4.34            | 4.21        | 99%                |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ | 4.25            | 3.91        | 99%                |
| 3. วัฒนธรรม                     | 3.82            | 3.70        | 99%                |
| 4. อาหาร                        | 4.12            | 3.97        | 99%                |

ตารางที่ 14 (ต่อ): การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มี  
ต่อการบริการ

| รายการ           | คะแนนค่าเฉลี่ย* |             | ระดับความเชื่อมั่น    |
|------------------|-----------------|-------------|-----------------------|
|                  | ภาพลักษณ์ก่อนมา | ความพึงพอใจ |                       |
| 5. ชีวิตยามราตรี | 4.11            | 3.76        | 99%                   |
| 6. ช็อปปิ้ง      | 4.05            | 3.83        | 99%                   |
| 7. สปา/การนวด    | 4.27            | 4.07        | 99%                   |
| 8. ผู้คน         | 4.23            | 4.20        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |
| 9. ความสะอาด     | 3.16            | 3.36        | 99%                   |
| 10. ความปลอดภัย  | 3.77            | 3.92        | 99%                   |
| 11. การคมนาคม    | 3.72            | 3.81        | 95%                   |
| 12. คุ้มราคา     | 4.11            | 3.99        | 99%                   |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 7. ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้

นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 94) บอกว่าการมาเที่ยวประเทศไทยเป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า และรู้สึกว่าการมาเที่ยวประเทศไทยคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป (ร้อยละ 88) และคุ้มกับเวลาที่เสียไป (ร้อยละ 78.6) ทั้งยังยินดีจ่ายเงินเพื่อกลับมาพักผ่อนที่ประเทศไทยอีกครั้ง (ร้อยละ 78.1) นับว่าเป็นผลจากการสำรวจที่ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอุ่นใจได้ เพราะที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสยังรู้ค่าที่ได้มาเยือนประเทศไทย (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15: ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว

| รายการ                                      | ร้อยละ               |             |          |          |                   |
|---|----------------------|-------------|----------|----------|-------------------|
|   | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 1. รู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย              | 1.0                  | 3.4         | 7.7      | 52.3     | 35.7              |
| 2. รู้สึกคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป            | 0.2                  | 2.2         | 19.0     | 51.3     | 27.2              |
| 3. การเยือนครั้งนี้เป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า | -                    | 0.5         | 5.5      | 48.7     | 45.3              |
| 4. ยินดีจ่ายเพื่อกลับมาอีกครั้ง             | 0.5                  | 3.6         | 17.8     | 36.1     | 41.9              |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

8. ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้

นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสร้อยละ 96.2 เพลิดเพลินกับการมาเที่ยวประเทศไทย และพอใจที่เลือกมาเที่ยวประเทศไทย(ร้อยละ92.2) ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสบอกว่าการมาเที่ยวครั้งนี้ดีกว่าที่คาดไว้ถึงร้อยละ70.6 เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วสามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสพอใจมากกับการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16: ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว

| รายการ                            | ร้อยละ               |             |          |          |                   |
|-----------------------------------|----------------------|-------------|----------|----------|-------------------|
|                                   | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 1. เพลิดเพลินกับทริปนี้           | 0.5                  | 0.5         | 2.9      | 39.8     | 56.4              |
| 2. ทริปนี้ดีกว่าที่คาดไว้         | 0.2                  | 5.5         | 23.4     | 36.6     | 34.0              |
| 3. พพอใจที่เลือกมาเที่ยวประเทศไทย | 0.2                  | 1.9         | 5.5      | 40.2     | 52.0              |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 9. ความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.5) จะแนะนำเพื่อนและครอบครัวให้มาเที่ยวประเทศไทย และมีนักท่องเที่ยวร้อยละ 87.5 ต้องการกลับมาประเทศไทยอีกครั้ง ซึ่งความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้เป็นสัญญาณที่ดีที่มีการบอกต่อให้เพื่อนและครอบครัว เพราะการบอกต่อหรือแนะนำให้ผู้อื่นเป็นการประชาสัมพันธ์ตลาดที่ดีที่สุด เราสามารถมั่นใจได้ว่านักท่องเที่ยวเหล่านั้นเป็นช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าช่องทางใดๆ ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้อยู่ในปัจจุบัน เพราะผู้ที่ได้รับฟังข้อมูลจะรู้สึกมั่นใจในตัวผู้พูด ซึ่งเป็นญาติหรือเพื่อนที่เคยมาเที่ยวประเทศไทย ส่วนนักท่องเที่ยวที่บอกว่าจะกลับมาเที่ยวอย่างแน่นอนมีถึงร้อยละ 53.3 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17: ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

| รายการ                                 | ร้อยละ               |             |          |          |                   |
|--|----------------------|-------------|----------|----------|-------------------|
|  | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 1. จะกลับมาเพื่อทำธุรกิจ               | 14.2                 | 10.6        | 34.7     | 21.9     | 17.3              |
| 2. ต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง         | 0.7                  | 2.2         | 9.2      | 41.2     | 46.3              |
| 3. จะกลับมาเที่ยวอีกอย่างแน่นอน        | 4.1                  | 10.4        | 32.3     | 26.3     | 27.0              |
| 4. จะแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยว | 0.2                  | -           | 7.2      | 37.8     | 54.7              |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 10. บทสรุป

นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่มาเที่ยวประเทศไทยอยู่ในวัยทำงานและมีสัดส่วนของผู้สูงอายุ สูงกว่านักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสสอบถาม ข้อมูลจากเพื่อนและญาติ และคู่มือการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อพักผ่อนและเยี่ยมชมญาติหรือเพื่อน เมื่อถามถึงประเทศที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนแทน ประเทศไทยปรากฏว่าเวียดนามถูกเลือกมากที่สุด ส่วนการสำรวสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสนิยมไปเที่ยวยังคงเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต เหตุการณ์อันตรายที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสประสบมากที่สุดคือ อาหารเป็นพิษ ถูกโกง และถูกลักทรัพย์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ประเทศไทยอย่างมาก

ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสก่อนที่จะเดินทางมา ประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสมองว่าแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล สปาและการนวดแผนไทย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ ความเป็นมิตรของคนไทย และความคุ้มค่า เป็นภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทย และอาหารไทย จะเห็นได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่โชคดี ที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเหล่านี้อยู่แล้ว จึงควรรักษาไว้ให้คนรุ่นต่อไป ในขณะที่ต้องมีการปรับปรุงภาพลักษณ์เรื่องความสะอาดให้ดีขึ้นได้เท่ากับสภาพที่เป็นอยู่จริง นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและสภาพอากาศในการตัดสินใจมาประเทศไทย เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวประเทศไทยก็พอใจมากกับทะเลและชายหาด มิตรไมตรีของคนไทย สภาพอากาศ และสปาและการนวดแผนไทย แต่เรื่องความสะอาด เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด แต่ถ้าพิจารณาความพึงพอใจโดยรวมแล้ว นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสบอกว่ามีความเพลิดเพลินที่ได้มาเที่ยวประเทศไทยและได้ประสบการณ์ที่คุ้มค่า ทั้งยังมีความคุ้มค่าคุ้มทุนทั้งในเรื่องของเงินและเวลาที่เสียไป นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจะแบ่งปันประสบการณ์ที่ดีนี้ โดยการแนะนำเพื่อนและครอบครัวให้มาเที่ยวประเทศไทยและนักท่องเที่ยวประมาณครึ่งหนึ่งยืนยันว่าจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกแน่นอน

## พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในปี 2548 ประเทศเยอรมนียอมเปิดเสรีการบินให้ไทยมากขึ้นทั้งยังเพิ่มความถี่ของเที่ยวบินทำให้สามารถทำการบินได้ถึง 35 เที่ยวบิน/สัปดาห์ จากการเปิดเสรีการบินของประเทศเยอรมนีมากขึ้นในครั้งนี้ ส่งผลดีต่อการค้าและการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันนิยมมาประเทศไทยมากเป็นอันดับสองในกลุ่มประเทศยุโรป (กรุงเทพมหานคร, 2005) ซึ่งในปีพ.ศ.2548-2551 นักท่องเที่ยวเยอรมันเดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากประมาณ 4 แสนกว่าคน เป็นมากกว่า 5 แสนคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) เนื่องจากในประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจทั้งชายหาดทะเล ภูเขา และมีผู้คนที่เป็นมิตร อีกทั้งยังคุ้มค่าคุ้มทุนอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยจึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเป็นอย่างมาก

### 1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2551-2552 จำนวน 441 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและใช้แบบสอบถามที่แปลเป็นภาษาเยอรมัน การเก็บข้อมูลจะเก็บจากนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว และรอขึ้นเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบกับข้อมูลนักท่องเที่ยวเยอรมันจากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 537,200 คน เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับผลงานวิจัยนี้

### 2. การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันระหว่างข้อมูลจากการสำรวจกับข้อมูลของททท.

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจำนวน 441 คน พบว่านักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเป็นนักท่องเที่ยวอิสระถึงร้อยละ 96.6 ของกลุ่มตัวอย่าง และเป็นนักท่องเที่ยวซ้ำถึงคิดเป็นร้อยละ 59.6 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 1) เป็นชายร้อยละ 67.6 ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีเพียงร้อยละ 32.4 ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 34 ปีเป็นส่วนใหญ่ (คิดเป็นร้อยละ 31.5) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 35 – 44 และ 45 – 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 และ 18.6 ของกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป มีถึงร้อยละ



ละ 7 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าชาวเยอรมันที่สูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวยังประเทศไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุดเป็นกลุ่มพนักงานราชการ นักเรียนนักศึกษา และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน รวมทั้งกลุ่มคนเกษียณอายุด้วย (ตารางที่ 2) นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 75.5 ของกลุ่มตัวอย่างเลือกมาพักผ่อน นั่นเป็นเพราะว่าประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบในเรื่องของทรัพยากรทางธรรมชาติ (ภูเขา ทะเล) ซึ่งเหมาะแก่การมาพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติที่งดงามเหล่านี้ และอีกส่วนหนึ่งเดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน และเรียนหรือทัศนศึกษา (ตารางที่ 3) นั่นแสดงให้เห็นว่าชาวเยอรมันมีแนวโน้มที่จะย้ายมาอาศัยอยู่ในประเทศไทยมากขึ้น อาจเป็นเพราะหลงใหลในความเป็นไทย มีภรรยาเป็นคนไทย นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันมักจะพักในประเทศไทยเป็นเวลาเฉลี่ย 20.08 วัน ซึ่งนานที่สุดในบรรดากลุ่มประเทศที่ทำการศึกษาในครั้งนี มีค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยเฉลี่ย 107.65 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน (ค่าที่สุดในกลุ่มประเทศที่ศึกษา) ดังตารางที่ 4 ซึ่งข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับสถิติของททท. คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันมีจำนวน 537,200 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวช่ำร้อยละ 62.1 และเป็นนักท่องเที่ยวอิสระถึงร้อยละ 80.2 (ตารางที่ 1) เป็นชายมากกว่าหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 25-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.4 ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนผู้สูงอายุ (65ปี ขึ้นไป) มีจำนวน 34,194 คน หรือร้อยละ 6.4 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มคนเกษียณอายุ ส่วนพนักงานราชการมีเพียงร้อยละ 0.7 ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น (ตารางที่ 2) นอกจากนักท่องเที่ยวตั้งใจที่จะมาพักผ่อนที่ประเทศไทยแล้วยังมาเพื่อติดต่อธุรกิจและประชุมอีกด้วย (ตารางที่ 3) มีวันพักเฉลี่ยเท่ากับ 15.51 วัน มีค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยเฉลี่ย 102.19 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 1: เปรียบเทียบข้อมูลการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน ในปีพ.ศ.2551

| รายการ                          | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|---------------------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                                 | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.ความถี่ในการมาเที่ยวประเทศไทย | 537,200        | 100.0  | 441               | 100.0  |
| เที่ยวครั้งแรก                  | 203,748        | 37.9   | 175               | 39.7   |
| เที่ยวซ้ำ                       | 333,452        | 62.1   | 263               | 59.6   |
| ไม่ระบุ                         | -              | -      | 3                 | 0.7    |

ตารางที่ 1 (ต่อ): เปรียบเทียบข้อมูลการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน  
ในปีพ.ศ.2551

| รายการ                           | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|----------------------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                                  | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 2. ลักษณะการเที่ยว               | 537,200        | 100.0  | 441               | 100.0  |
| นักท่องเที่ยวอิสระ               | 430,870        | 80.2   | 426               | 96.6   |
| นักท่องเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ | 106,330        | 19.8   | 15                | 3.4    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 2: เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน  
ในปี พ.ศ. 2551

| รายการ                | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-----------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                       | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.เพศ                 | 537,200        | 100.0  | 441               | 100.0  |
| ชาย                   | 364,070        | 67.8   | 298               | 67.6   |
| หญิง                  | 173,130        | 32.2   | 143               | 32.4   |
| 2.อายุ                | 537,200        | 100.0  | 441               | 100.0  |
| ต่ำกว่า 15 ปี         | 9,729          | 1.8    | -                 | -      |
| 15-24 ปี              | 40,018         | 7.4    | 54                | 12.2   |
| 25-34 ปี              | 128,129        | 23.9   | 139               | 31.5   |
| 35-44 ปี              | 139,106        | 25.9   | 88                | 20.0   |
| 45-54 ปี              | 115,805        | 21.6   | 82                | 18.6   |
| 55-64 ปี              | 70,219         | 13.1   | 46                | 10.4   |
| 65 ปีขึ้นไป           | 34,194         | 6.4    | 31                | 7.0    |
| ไม่ระบุ               | -              | -      | 1                 | 0.2    |
| 3.อาชีพ               | 537,200        | 100.0  | 441               | 100.0  |
| ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน | 156,012        | 29.0   | 49                | 11.1   |
| พนักงานส่วนราชการ     | 4,023          | 0.7    | 71                | 16.1   |
| เกษตรกร               | 1,390          | 0.3    | 3                 | 0.7    |

ตารางที่ 2 (ต่อ): เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวเยอรมันในปี พ.ศ. 2551

| รายการ            | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                   | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| นักเรียน/นักศึกษา | 56,633         | 10.5   | 56                | 12.7   |
| เกษียณ            | 21,989         | 4.1    | 40                | 9.1    |
| แม่บ้าน           | 16,907         | 3.1    | 8                 | 1.8    |
| อื่นๆ             | 185,602        | 34.5   | 225               | 51.0   |
| ไม่ระบุ           | -              | -      | 2                 | 0.5    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 3: เปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวเยอรมันในปี พ.ศ. 2551

| รายการ        | ข้อมูลของททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|---------------|---------------|--------|-------------------|--------|
|               | จำนวน (คน)    | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| พักผ่อน       | 471,720       | 87.8   | 324               | 73.5   |
| ติดต่อธุรกิจ  | 40,795        | 7.6    | 14                | 3.2    |
| ประชุมสัมมนา  | 12,294        | 2.3    | 3                 | 0.7    |
| ปฏิบัติราชการ | 761           | 0.1    | 1                 | 0.2    |
| อันนินมุน     | -             | -      | 5                 | 1.1    |
| เยี่ยมชมญาติ  | -             | -      | 58                | 13.2   |
| เรียน         | -             | -      | 15                | 3.4    |
| ตรวจร่างกาย   | -             | -      | 1                 | 0.2    |
| อื่นๆ         | 11,630        | 2.2    | 11                | 2.5    |
| ไม่ระบุ       | -             | -      | 9                 | 2.0    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 4: เปรียบเทียบวันพักผ่อนและค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันระหว่างข้อมูลของ ททท. กับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของคณะวิจัยในปี พ.ศ. 2551

| รายการ   | ข้อมูลของ ททท. | ข้อมูลของงานวิจัย* |
|--|----------------|--------------------|
| วันพักผ่อน   | 15.51          | 20.08              |
| ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย<br>(ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน) | 102.19         | 107.65             |

หมายเหตุ: \* เนื่องจากรายงานนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิง ข้อมูลที่น่าเชื่อถือจึงเป็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (นักท่องเที่ยวอิสระ)

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

### 3. ผลการศึกษา

#### 1. ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเยอรมัน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจำนวน 441 คน นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันกว่าร้อยละ 62.1 จบการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือสูงกว่า เนื่องจากเป็นประเทศพัฒนาแล้วนักท่องเที่ยวจึงมีรายได้ค่อนข้างสูง และมีผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 85,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อปี ถึงร้อยละ 10.4 มีผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อปี เพียงร้อยละ 5.9 เท่านั้น (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5: ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเยอรมัน

| รายการ                                 | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>1. ระดับการศึกษาสูงสุด</b>          | <b>441</b> | <b>100.0</b> |
| ประถมหรือต่ำกว่า                       | 12         | 2.7          |
| มัธยมศึกษาหรืออาชีวศึกษา               | 151        | 34.3         |
| อุดมศึกษาหรือสูงกว่า                   | 274        | 62.1         |
| ไม่ระบุ                                | 4          | 0.9          |
| <b>2. รายได้เฉลี่ยต่อปี</b>            | <b>441</b> | <b>100.0</b> |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 7,000 ดอลลาร์สหรัฐ | 15         | 3.4          |
| 7,001 - 13,000 ดอลลาร์สหรัฐ            | 11         | 2.5          |
| 13,001 - 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 32         | 7.3          |
| 20,001 - 28,800 ดอลลาร์สหรัฐ           | 42         | 9.5          |
| 28,801 - 31,680 ดอลลาร์สหรัฐ           | 34         | 7.7          |

## ตารางที่ 5 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเยอรมัน

| รายการ                             | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------|------------|--------|
| 31,681 - 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ       | 53         | 12.0   |
| 40,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ       | 41         | 9.3    |
| 50,001 - 60,000 ดอลลาร์สหรัฐ       | 36         | 8.2    |
| 60,001 - 85,000 ดอลลาร์สหรัฐ       | 41         | 9.3    |
| มากกว่า 85,000 ดอลลาร์สหรัฐ ขึ้นไป | 46         | 10.4   |
| ไม่ระบุ                            | 90         | 20.4   |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 2. ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเยอรมัน

นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันมีประสบการณ์เดินทางต่างประเทศเฉลี่ย 2-4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาคือ 5 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 23.8 แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจมาประเทศไทยมากที่สุดคือ เพื่อนหรือญาติสนิท มีมากถึงร้อยละ 72.6 รองลงมาคือ คู่มือท่องเที่ยวถึงร้อยละ 21.3 เพราะนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่ตอบแบบสอบถามบอกว่า คู่มือการท่องเที่ยวเป็นแหล่งข้อมูลที่ดี อันดับที่ 3 คือนิตยสารการท่องเที่ยวที่เป็นภาษาเยอรมัน การจัดนิทรรศการนานาชาติ การคิดโปสเตอร์ หรือการโฆษณาใน CNN อาจจะไม่ได้ผลมากนัก เพราะมีผู้ตอบว่าเลือกแหล่งข้อมูลประเภทนี้แค่ร้อยละ 2.0 1.6 และ 0.2 เท่านั้น ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 93.4) เดินทางเข้าประเทศไทยด้วยเครื่องบิน สิ่งที่น่าสนใจคือนักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้บริการของสายการบินปกติกมร้อยละ 88.3 แต่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเพียงร้อยละ 11.7 เท่านั้น ส่วนการเดินทางเข้าประเทศไทยทางบกและทางทะเลนั้นไม่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางตรงมายังประเทศไทยเลย และการเข้าสู่ประเทศไทยผ่านทางเครื่องบินเป็นช่องทางที่สะดวกและรวดเร็วที่สุด (ตารางที่ 6) สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันนิยมเดินทางเที่ยว คือ กรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 82.1 รองลงมาคือ เชียงใหม่กับภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 28.6 และ 24.3 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเที่ยวยังจังหวัดอยุธยา สุโขทัย และเกาะทางภาคใต้ด้วย (ตารางที่ 7)

ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย ปรากฏว่าเวียดนามถูกเลือกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 27.9 รองลงมาคือ มาเลเซียและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คิดเป็นร้อยละ 14.9 และ 10.2 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าเวียดนาม

เป็นประเทศคู่แข่งทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย (ตารางที่ 8) ส่วนเหตุการณ์อันตรายที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวขณะที่อยู่ในประเทศไทย พบว่า เป็นการถูก โกงมากที่สุดถึงร้อยละ 8.4 รองลงมาคือ อาหารเป็นพิษ ร้อยละ 7.7 และถูกลักทรัพย์ ร้อยละ 5.2 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันแล้วกรณีของเรื่องอาหารเป็นพิษนั้นอาจดูไม่น่าวิตกมากนัก อาจเป็นเหตุสุดวิสัยเป็นปัญหาเฉพาะของแต่ละบุคคล แต่สำหรับกรณีถูก โกงและถูกลักทรัพย์นั้นเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทย (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 6: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเยอรมัน

| รายการ   | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>1. จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีของการเดินทางไปต่างประเทศ</b> | <b>441</b> | <b>100.0</b> |
| บางครั้ง หรือ 1 ครั้ง                                    | 31         | 7.0          |
| 2 - 4 ครั้ง  | 305        | 69.2         |
| 5 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 105        | 23.8         |
| <b>2. รูปแบบการท่องเที่ยว</b>                            | <b>441</b> | <b>100.0</b> |
| แบบปกติ  | 238        | 54.0         |
| แบบสะพายเป้  | 115        | 26.1         |
| แบบประหยัด   | 68         | 15.4         |
| แบบหรูหรา  | 20         | 4.5          |
| <b>3. จำนวนครั้งของการเดินทางมาประเทศไทย ในปีนี้</b>     | <b>441</b> | <b>100.0</b> |
| 1 ครั้ง  | 278        | 63.0         |
| 2 ครั้ง  | 81         | 18.4         |
| 3 ครั้ง  | 41         | 9.3          |
| 4 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 41         | 9.3          |
| <b>4. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย*</b>      |            |              |
| เพื่อน/ญาติ  | 322        | 72.6         |
| คู่มือการท่องเที่ยว                                      | 94         | 21.3         |
| นิตยสารการท่องเที่ยว                                     | 52         | 11.8         |
| บริษัทนำเที่ยว   | 48         | 10.9         |
| เว็บไซต์อื่นๆ  | 34         | 7.7          |
| เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย                       | 19         | 4.3          |

ตารางที่ 6 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเยอรมัน

| รายการ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| นิตรตการนานาชาติ/โรดิโซว์                     | 9          | 2.0    |
| โปสเตอร์/โบรชัวร์/VDO                         | 7          | 1.6    |
| โฆษณาใน CNN                                   | 1          | 0.2    |
| อื่นๆ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และธุรกิจ เป็นต้น | 73         | 16.6   |
| <b>5. วิธีการเดินทางมาประเทศไทย*</b>          |            |        |
| ทางเครื่องบิน                                 | 412        | 93.4   |
| - สายการบินปกติ                               | 364        | 88.3   |
| - สายการบินต้นทุนต่ำ                          | 48         | 11.7   |
| ทางบก   | 30         | 6.8    |
| ทางทะเล                                       | 21         | 4.8    |

หมายเหตุ: \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 7: สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเยอรมันเลือกเดินทางมาเที่ยว

| รายการ   | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| กรุงเทพฯ   | 326        | 82.1   |
| เชียงใหม่  | 126        | 28.6   |
| ภูเก็ต   | 107        | 24.3   |
| กระบี่   | 98         | 22.2   |
| พัทยา  | 93         | 21.1   |
| เขียงราย   | 56         | 12.7   |
| อื่นๆ เช่น อุทยา สุโขทัยและเกาะทางภาคใต้ เป็นต้น | 225        | 51.0   |

หมายเหตุ: นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 8: ประเทศที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย

| รายการ              | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|---------------------|------------|--------------|
| เวียดนาม            | 123        | 27.9         |
| มาเลเซีย            | 65         | 14.7         |
| สปป.ลาว             | 45         | 10.2         |
| ฟิลิปปินส์          | 39         | 8.8          |
| กัมพูชา             | 32         | 7.3          |
| สิงคโปร์            | 32         | 7.3          |
| อินเดีย             | 30         | 6.8          |
| สาธารณรัฐประชาชนจีน | 29         | 6.6          |
| ฮ่องกง              | 20         | 4.5          |
| อื่นๆ               | 22         | 5.0          |
| ไม่ระบุ             | 4          | 0.9          |
| <b>รวม</b>          | <b>441</b> | <b>100.0</b> |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 9: เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวประสบขณะท่องเที่ยวในประเทศไทย

| เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ                  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| ไม่ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ          | 324        | 73.5   |
| ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ*            | 115        | 26.1   |
| - ถูกโจก   | 37         | 8.4    |
| - อาหารเป็นพิษ   | 34         | 7.7    |
| - ถูกลักทรัพย์   | 25         | 5.2    |
| - อุบัติเหตุทางถนน                                     | 20         | 4.5    |
| - หลงทาง   | 15         | 3.4    |
| - ความรุนแรง   | 11         | 2.5    |
| - อื่นๆเช่น ปัญหาเกี่ยวกับรถตุ๊กตุ๊ก รถแท็กซี่ เป็นต้น | 26         | 6.3    |
| ไม่ระบุ  | 2          | 0.5    |

หมายเหตุ: \*นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)



### 3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง พักอยู่ในประเทศไทย 20.08 คืน มีค่าใช้จ่ายขณะที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉลี่ยต่อคนต่อวัน เท่ากับ 107.65 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน รายจ่ายส่วนที่ใหญ่ที่สุดเป็นค่าที่พักและอาหาร กิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงที่สุดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือการตรวจสอบสุขภาพหรือการผ่าตัด รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมบันเทิงยามราตรี และการซื้อสินค้าแบรนด์เนม ตามลำดับ (ตารางที่ 10)

#### ตารางที่ 10: ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง

(หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐ/คน/วัน)

| รายการ   | เดินทางด้วยตนเอง* |
|--|-------------------|
| จำนวนคืนที่พัก ในประเทศไทย (คืน)                   | 20.08             |
| ค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทย                           | 107.65            |
| 1. ค่าซื้อแพคเกจทัวร์                              | -                 |
| 2. ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม                             | -                 |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของไทย    | 13.07             |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นอาหาร                   | 12.14             |
| - ค่าซื้อสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ(แบรนด์เนม)     | 15.65             |
| - ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงยามราตรี               | 16.46             |
| - ค่าใช้บริการสนามกอล์ฟ                            | 13.61             |
| - ค่าใช้บริการสปา                                  | 6.28              |
| - ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสุขภาพ/ผ่าตัด              | 27.98             |
| - ค่าใช้จ่ายอื่นๆเช่น อาหาร ที่พัก แท็กซี่ เป็นต้น | 43.53             |

หมายเหตุ : \* นักท่องเที่ยวที่เที่ยวแบบซื้อแพคเกจทัวร์มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิงได้ จึงนำเสนอเฉพาะข้อมูลของกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 4. ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย

นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันให้คะแนนภาพลักษณ์ประเทศไทยในด้านชายหาดและทะเลมากที่สุด 4.25 คะแนน ซึ่งใกล้เคียงกับอาหารอร่อย 4.24 คะแนน รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ ผู้คนเป็นมิตร และความคุ้มค่า นั้นหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่มาพักผ่อนในประเทศไทยยังคงมีจุดหมายที่เป็นชายหาด (Beach Destination) มากที่สุด เพราะชายหาดของไทยมี

ความสวยงามติดอันดับต้นๆ ของโลก อาหารอร่อยราคาที่ไม่แพง และผู้คนเป็นมิตร จึงเกิดความคุ้มค่าคุ้มค่า ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันให้คะแนนค่าที่สุดได้แก่ ด้านความสะดวก รองลงมาคือ ความปลอดภัย และคุณภาพการบริการ ตามลำดับ ประเทศไทยยังสลับภาพความเป็นประเทศด้อยพัฒนาในสายตาของประเทศที่พัฒนาแล้วไม่ออก (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11: ภาพลักษณ์ประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงก่อนที่จะเดินทางมาประเทศไทย

| รายการ                             | ร้อยละ  |                      |             |          |          |                   | คะแนนค่าเฉลี่ย |
|------------------------------------|---------|----------------------|-------------|----------|----------|-------------------|----------------|
|                                    | ไม่ทราบ | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |                |
| 1.ทะเล ชายหาด                      | 3.6     | 1.1                  | 1.4         | 9.5      | 44.9     | 39.5              | 4.25           |
| 2. อาหาร                           | 1.6     | 0.9                  | 2.5         | 12.7     | 38.1     | 44.2              | 4.24           |
| 3.แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 2.3     | 0.9                  | 1.1         | 12.7     | 49.0     | 33.6              | 4.16           |
| 4.ผู้คน                            | 1.8     | 0.7                  | 1.8         | 19       | 40.6     | 36.1              | 4.12           |
| 5.คั้มราคา                         | 0.9     | 0.2                  | 2.7         | 15.6     | 53.5     | 27.0              | 4.05           |
| 6.สปา/การนวด                       | 5.9     | 0.7                  | 2.3         | 18.6     | 44.0     | 28.1              | 4.03           |
| 7.ช้อปปิ้ง                         | 1.8     | 0.5                  | 2.7         | 24.5     | 40.4     | 29.7              | 3.98           |
| 8. วิถีไทย                         | 0.9     | 1.6                  | 4.8         | 22.9     | 41.3     | 28.1              | 3.91           |
| 9.วัฒนธรรม                         | 2.5     | 0.2                  | 3.2         | 26.3     | 44.9     | 21.8              | 3.88           |
| 10.ชีวิตยามราตรี                   | 5.7     | 2.3                  | 3.6         | 36.5     | 35.1     | 16.1              | 3.63           |
| 11.การคมนาคม                       | 2.3     | 3.2                  | 8.2         | 28.8     | 45.4     | 11.6              | 3.56           |
| 12.คุณภาพการบริการ                 | 2.5     | 1.6                  | 11.1        | 41.5     | 32.4     | 10.7              | 3.41           |
| 13.ความปลอดภัย                     | 1.8     | 3.4                  | 13.4        | 36.5     | 34.2     | 10.4              | 3.36           |
| 14. ความสะดวก                      | 2.3     | 7.7                  | 22.7        | 39.5     | 22       | 5.9               | 2.96           |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1, เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 5. ปัจจัยสำคัญในการวางแผนเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันให้ความสำคัญกับสภาพอากาศของประเทศไทยมากที่สุด (ร้อยละ 64.6) เนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองร้อน ทำให้นักท่องเที่ยวเยอรมันอาศัยประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับหลบหนีจากสภาพอากาศที่หนาวเย็นของประเทศตนเอง ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้

มาก จะเห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเลือกที่จะเที่ยวขงจังหวัดทางภาคใต้ที่มีพื้นที่ติดทะเล ปัจจัยที่สำคัญรองลงมาได้แก่ ความคุ้มค่า จะเห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันต่ำที่สุดในกลุ่มประเทศที่ศึกษาในครั้งนี้ และความปลอดภัย เนื่องจากปัจจุบันเหตุการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้นในประเทศไทยถูกเผยแพร่ไปทั่วโลก ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจึงกังวลต่อความปลอดภัยของตนเองมากขึ้น (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12: ปัจจัยสำคัญเมื่อกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำการวางแผนมาเที่ยวประเทศไทย

| รายการ                              | ร้อยละ       |                     |               |                  |              |                    | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|-------------------------------------|--------------|---------------------|---------------|------------------|--------------|--------------------|--------------------|
|                                     | ไม่<br>สำคัญ | สำคัญ<br>น้อยที่สุด | สำคัญ<br>น้อย | สำคัญปาน<br>กลาง | สำคัญ<br>มาก | สำคัญ<br>มากที่สุด |                    |
| 1. สภาพอากาศ                        | 3.6          | 2.3                 | 7.7           | 21.5             | 42.9         | 21.8               | 3.63               |
| 2. คุ้มค่า                          | 1.8          | 0.9                 | 10.2          | 29.0             | 43.5         | 14.3               | 3.55               |
| 3. ความปลอดภัย                      | 2.0          | 3.2                 | 10.7          | 28.1             | 40.8         | 15.0               | 3.48               |
| 4. ผู้คน                            | 1.8          | 3.6                 | 11.3          | 30.4             | 38.5         | 13.8               | 3.42               |
| 5. ทะเล ชายหาด                      | 7.9          | 4.3                 | 9.8           | 20.0             | 35.4         | 22.4               | 3.38               |
| 6. อาหาร                            | 2.9          | 4.8                 | 14.7          | 25.9             | 39.2         | 12.2               | 3.31               |
| 7. แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 4.8          | 5.2                 | 12.7          | 26.5             | 37.4         | 12.9               | 3.26               |
| 8. การคมนาคม                        | 3.4          | 4.3                 | 12.7          | 33.6             | 37.2         | 8.8                | 3.23               |
| 9. ความสะอาด                        | 2.9          | 8.2                 | 18.8          | 29.7             | 31.5         | 8.4                | 3.04               |
| 10. ที่พัก                          | 2.9          | 7.7                 | 20.0          | 29.7             | 32.2         | 6.8                | 3.02               |
| 11. วัฒนธรรม                        | 4.8          | 12.2                | 20.9          | 32.9             | 22.4         | 6.6                | 2.76               |
| 12. แหล่งท่องเที่ยว<br>มรดกโลก      | 8.6          | 13.2                | 17.5          | 29.0             | 22.9         | 8.6                | 2.70               |
| 13. ช็อปปิ้ง                        | 10.2         | 16.6                | 26.5          | 22.7             | 18.6         | 5.2                | 2.39               |
| 14. สปา/การนวด                      | 15.9         | 19.3                | 23.1          | 15.2             | 19.0         | 7.3                | 2.24               |
| 15. ชีวิตยามราตรี                   | 26.8         | 25.2                | 17.9          | 11.8             | 13.2         | 4.8                | 1.74               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 0-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่สำคัญ = 0,

สำคัญมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

6. ความพ้งพอใจของนักรทองเทยวทอการบรการที่เดยรับ

นักรทองเทยวชาวเขอรมันมีความพ้งพอใจในทะเลและชายหาด รองลงมาคยอ อธยาศยของผู้คน อาหาร ความค้มราคา และสภาพอากาศ นอกจากน้ยงพบว่า จยวดยามราตรี ลยงที่นักรทองเทยวชาวเขอรมันมีความพ้งพอใจนอยท่สุด รองลงมาคยอ ความสะอาด (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13: ความพ้งพอใจในคุณภาพการบรการขณะทออยู่ในประเทศไทย

| รายการ                      | ความพ้งพอใจ (รยอยละ) |          |      |         |      |           | คะแนนค่าเฉลี่ย |
|-----------------------------|----------------------|----------|------|---------|------|-----------|----------------|
|                             | ไม่ได้ใช้บรการ       | นอยท่สุด | นอย  | ปานกลาง | มาก  | มากที่สุด |                |
| 1. ทะเล ชายหาด              | 11.9                 | 0.0      | 0.6  | 18.0    | 40.4 | 29.1      | 4.11           |
| 2. ผู้คน                    | 0.8                  | 0.4      | 1.6  | 18.3    | 47.8 | 31.0      | 4.08           |
| 3. อาหาร                    | 1.4                  | 0.6      | 2.5  | 20.2    | 46.6 | 28.6      | 4.02           |
| 4. ค้มราคา                  | 0.8                  | 0.4      | 2.5  | 19.5    | 50.0 | 26.8      | 4.01           |
| 5. สภาพอากาศ                | 1.2                  | 0.6      | 1.8  | 19.5    | 53.3 | 23.6      | 3.99           |
| 6. แหล่งทองเทยวธรรมชาติอ่นๆ | 6.1                  | 0.4      | 2.2  | 22.5    | 47.2 | 21.5      | 3.93           |
| 7. สปา/การนวด               | 16.9                 | 2.5      | 7.2  | 22.1    | 32.2 | 19.2      | 3.70           |
| 8. ความปลอดภัย              | 1.0                  | 1.0      | 5.5  | 28.7    | 50.4 | 13.3      | 3.70           |
| 9. ที่พ้ก                   | 1.6                  | 0.8      | 5.3  | 30.9    | 47.7 | 13.5      | 3.69           |
| 10.การคมนาคม                | 1.0                  | 1.8      | 5.9  | 28.9    | 49.0 | 13.3      | 3.67           |
| 11.แหล่งทองเทยวมรดกโลก      | 11.8                 | 0.6      | 5.8  | 31.1    | 36.6 | 14.1      | 3.65           |
| 12.ช้อปบ้ง                  | 7.8                  | 1.4      | 6.8  | 31.6    | 36.9 | 15.6      | 3.63           |
| 13.วัฒนธรรม                 | 8.8                  | 0.8      | 6.8  | 34.2    | 37.5 | 11.9      | 3.58           |
| 14.ความสะอาด                | 1.2                  | 4.9      | 13.9 | 35.2    | 36.1 | 8.6       | 3.30           |
| 15.จยวดยามราตรี             | 27.8                 | 5.6      | 9.3  | 28.6    | 22.0 | 6.8       | 3.21           |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสดุ และมีเกณฑ์การเปลงคะแนน คยอ พ้งพอใจนอยท่สุด = 1, พ้งพอใจมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

จากการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ (ความคาดหวัง) ก่อนมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทย พบว่า ความคาดหวังก่อนมาและความพึงพอใจในเรื่องอรรถาศัยที่ดีของคนไทยและความคุ้มค่าของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนในด้านทะเลชายหาด แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม รสชาติของอาหาร ชีวิตยามราตรี แหล่งช้อปปิ้ง และสปา/การนวดแผนไทยนั้น ประเทศไทยไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันได้ตามที่พวกเขาคาดหวังเอาไว้ ในขณะที่ด้านความสะดวก ปลอดภัย และการคมนาคมนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสประเทศไทยด้วยตนเองแล้วมักจะพบว่าดีกว่าที่คาดหวังเอาไว้อยู่เสมอ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14: การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ

| รายการ                          | คะแนนเฉลี่ย*    |             | ระดับความเชื่อมั่น    |
|---------------------------------|-----------------|-------------|-----------------------|
|                                 | ภาพลักษณ์ก่อนมา | ความพึงพอใจ |                       |
| 1. ทะเล ชายหาด                  | 4.25            | 4.11        | 99%                   |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ | 4.16            | 3.92        | 99%                   |
| 3. วัฒนธรรม                     | 3.88            | 3.58        | 99%                   |
| 4. อาหาร                        | 4.24            | 4.03        | 99%                   |
| 5. ชีวิตยามราตรี                | 3.63            | 3.22        | 99%                   |
| 6. ช้อปปิ้ง                     | 3.98            | 3.63        | 99%                   |
| 7. สปา/การนวด                   | 4.03            | 3.68        | 99%                   |
| 8. ผู้คน                        | 4.12            | 4.09        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |
| 9. ความสะดวก                    | 2.96            | 3.32        | 99%                   |
| 10. ปลอดภัย                     | 3.36            | 3.70        | 99%                   |
| 11. การคมนาคม                   | 3.56            | 3.67        | 99%                   |
| 12. คุ้มค่า                     | 4.05            | 4.00        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

**7. ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้**

นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันร้อยละ 92.1 รู้สึกว่าการมาเที่ยวประเทศไทยคุ้มกับเวลาที่เสียไป ทั้งยังรู้สึกว่าการเยือนไทยครั้งนี้เป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า (ร้อยละ 85.7) ทั้งนี้เป็นเพราะว่าประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทั้งทะเลและภูเขา และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือวิถีชีวิตของคนไทย ขนบธรรมเนียมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยินดีจ่ายเงินเพื่อกลับมาพักผ่อนที่ประเทศไทยอีกครั้ง (ร้อยละ 82.5) รวมทั้งบอกว่าการมาเที่ยวประเทศไทยคุ้มค่างับเงินที่จ่ายไป (ร้อยละ 67.9) ดังตารางที่ 15

**ตารางที่ 15: ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว**

| รายการ  | ร้อยละ                   |                 |          |          |                       |
|---|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|
|   | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 1. รู้สึกคุ้มค่างับเงินที่จ่าย                  | 0.9                      | 5.7             | 25.6     | 50.6     | 17.2                  |
| 2. รู้สึกคุ้มค่างับเวลาที่เสียไป                | 0.2                      | 0.9             | 6.8      | 49.2     | 42.9                  |
| 3. การเยือนครั้งนี้เป็น<br>ประสบการณ์ที่คุ้มค่า | 0.2                      | 0.0             | 13.8     | 49.4     | 36.3                  |
| 4. ยินดีจ่าย เพื่อกลับมาอีกครั้ง                | 2.0                      | 2.9             | 12.2     | 46.7     | 35.8                  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

**8. ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้**

จากการสำรวจความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน พบว่า ประมาณร้อยละ 94 ของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกเพลิดเพลินกับทริปนี้และพอใจที่เลือกมาเที่ยวประเทศไทย และมีนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่พึงพอใจในการมาเที่ยวครั้งนี้มากกว่าที่คาดไว้ร้อยละ 65.3 (ตารางที่ 16)

## ตารางที่ 16: ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว

| รายการ                            | ร้อยละ                   |                 |          |          |                       |
|-----------------------------------|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|
|                                   | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 1. เพลิดเพลินกับทริปนี้           | 0.0                      | 0.5             | 5.7      | 43.5     | 50.3                  |
| 2. ทริปนี้ดีกว่าที่คาดไว้         | 0.5                      | 3.2             | 31.1     | 44.2     | 21.1                  |
| 3. พพอใจที่เลือกมาเที่ยวประเทศไทย | 0.2                      | 0.9             | 4.8      | 47.8     | 46.3                  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 9. ความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 90 จะแนะนำเพื่อนและครอบครัวให้มาเที่ยวประเทศไทย และมีนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 86.2 ต้องการกลับมาประเทศไทยอีกครั้ง ส่วนนักท่องเที่ยวที่ยืนยันว่าจะกลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยอย่างแน่นอนอนปรากฏว่ามีมากถึงร้อยละ 77.3 (ตารางที่ 17)

## ตารางที่ 17: ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

| รายการ                                 | ร้อยละ                   |                 |          |          |                       |
|--|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|
|  | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 1. จะกลับมาเพื่อทำธุรกิจ               | 22.9                     | 9.8             | 28.3     | 23.4     | 14.3                  |
| 2. ต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง         | 1.4                      | 3.2             | 8.6      | 40.4     | 45.8                  |
| 3. จะกลับมาเที่ยวอีกอย่างแน่นอน        | 2.7                      | 3.9             | 15.9     | 37.4     | 39.9                  |
| 4. จะแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยว | 0.7                      | 1.8             | 8.2      | 41.7     | 47.6                  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 10. บทสรุป

นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน มีการศึกษาดี และเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ เกือบทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวอิสระ แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทยคือการสอบถามจากเพื่อนหรือญาติ คู่มือการท่องเที่ยว และนิตยสารการท่องเที่ยว จุดประสงค์หลักในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวยังคงเป็นการมาพักผ่อน มา

เยี่ยมชม และเรียนหนังสือ สำหรับประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย ปรากฏว่าเวียดนามถูกเลือกมากที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันนิยมไปเที่ยวมากที่สุดคือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวชาวเยอรมันประทับใจกับทะเลและชายหาด ผู้คนที่เป็นมิตร และอาหารไทย ส่วนปัญหาที่พบในการมาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันบางส่วนประสบกับเหตุการณ์ที่เป็นอันตราย ได้แก่ ถูกโกง อาหารเป็นพิษและถูกลักทรัพย์ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ถือว่าการทำลายภาพลักษณ์ประเทศไทยอย่างมาก

นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีกับภาพลักษณ์ในด้านชายหาดและทะเล อาหารอร่อย และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ แต่เรื่องความสะดวก ความปลอดภัย และคุณภาพการบริการเป็นภาพลักษณ์ที่ต้องปรับปรุงเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจึงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพอากาศมากที่สุด นอกจากนั้นแล้วความคุ้มค่า และความปลอดภัยก็เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเยอรมันคำนึงเป็นอันดับต้นๆ

ภาพรวมของการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันส่วนใหญ่รู้สึกว่าได้ดีกว่าที่คิดไว้ เพราะการเที่ยวที่ประเทศไทยได้ให้คุณค่าแก่นักท่องเที่ยว ทั้งได้รับความเพลิดเพลิน ได้ประสบการณ์ที่คุ้มค่า และคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่เสียไปอีกด้วย นักท่องเที่ยวจึงมีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อกลับมาเที่ยวอีกครั้ง ส่วนความภักดีต่อการมาเที่ยวประเทศไทยสามารถยืนยันได้จากการที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้งและจะแนะนำเพื่อนและครอบครัวให้มาเที่ยวประเทศไทยด้วย



## พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวตะวันตกกลางเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากของไทย ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา (ยูเอชเอ) แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวจากตะวันตกกลางเดินทางเข้ามาประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2551 มีนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางมาเที่ยวประเทศไทยจำนวน 464,330 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 ซึ่งมีจำนวน 436,100 คน นักท่องเที่ยวจาก 5 ประเทศดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายสูงถึง 15.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี หากวิเคราะห์ที่เป็นรายประเทศพบว่าแคนาดาจะมีประชากรที่น้อยที่สุด แต่กลับมีแนวโน้มในการเดินทางสูงที่สุด ส่วนสหรัฐอเมริกาที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละทริปสูงถึง 6,000 ดอลลาร์สหรัฐ เฉลี่ยเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ในอนาคตมีแนวโน้มว่าประเทศไทยจะได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวจากตลาดตะวันตกกลางมากขึ้นเพราะการเที่ยวประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าการท่องเที่ยวในยุโรปและอเมริกา ในขณะเดียวกันก็ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางกลายเป็นตลาดดาวเด่นที่ประเทศต่างๆ ในเอเชียต่างก็จับจ้องหวังชิงตลาด (สยามรัฐ, 2551) ดังนั้นการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจะทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงจุด

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 จำนวน 402 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เก็บข้อมูลจะเก็บจากนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว และรอขึ้นเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบกับข้อมูลนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางจากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 453,891 คน เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับผลงานวิจัยนี้

การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกออกกลางระหว่างข้อมูลจากการสำรวจกับข้อมูลของททท.

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกออกกลางมีจำนวน 402 คน เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรกถึงร้อยละ 64.8 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวอิสระถึงร้อยละ 98 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 1) นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 60.8 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นชาย และเป็นผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 46 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาเป็นผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.9 ของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวสูงวัย (อายุ 65 ปีขึ้นไป) มีจำนวนเพียงร้อยละ 0.7 ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านคิดเป็นร้อยละ 20.8 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และพนักงานส่วนราชการ คิดเป็นร้อยละ 8.3 และ 6.8 ของกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ (ตารางที่ 2) ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ พบว่านักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 78.1 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางมาเพื่อพักผ่อน รองลงมาคือการมาฮันนีมูนที่ประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 7.2 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 3) การสำรวจครั้งนี้ยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวตะวันตกออกกลางเป็นกลุ่มที่มาฮันนีมูนมากที่สุด อาจเนื่องมาจากปัจจุบันการแต่งงานแบบไทยได้รับความนิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังมีการแต่งงานรูปแบบที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร ให้เลือกสรรอีกมากมาย เช่น แต่งงานบนบอลรูม บนหลังช้าง หรือแต่งงานใต้น้ำ เป็นต้น ในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวจะพักในประเทศไทยเฉลี่ย 12.15 วัน และเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 308.25 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน (ตารางที่ 4) ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงที่สุด ซึ่งข้อมูลข้างต้นใกล้เคียงกับสถิติของททท. คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกออกกลางจำนวน 453,891 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนและเป็นนักท่องเที่ยวอิสระ (ตารางที่ 1) นักท่องเที่ยวเป็นชายมากกว่าหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปีและ 35-44 ปี เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา และกลุ่มแม่บ้าน (ตารางที่ 2) นิยมเดินทางมาประเทศไทยเพื่อพักผ่อน และติดต่อธุรกิจ (ตารางที่ 3) โดยมาพักในประเทศไทยเฉลี่ย 9.48 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 123.87 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน (ตารางที่ 4) สาเหตุที่ทำให้ค่าใช้จ่ายจากการสำรวจของคณะวิจัยสูงกว่าของททท.เป็นอันมากเนื่องจากข้อมูลของททท. ได้จากการสำรวจค่าใช้จ่ายรายวันในแต่ละพื้นที่แล้วนำมาหาคะแนนค่าเฉลี่ยรวมของประเทศ ทำให้ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึกซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายในกรุงเทพฯ ตกหล่นไป ขณะที่การสำรวจของคณะวิจัยเป็นการสำรวจหลังนักท่องเที่ยวสิ้นสุดทริปการท่องเที่ยวในประเทศไทย แล้วนำมาคำนวณค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันจึงทำให้ไม่มีค่าใช้จ่ายหมวดใดตกหล่น

ตารางที่ 1: เปรียบเทียบข้อมูลการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง  
ในปีพ.ศ.2551

| รายการ                          | ข้อมูลของททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|---------------------------------|---------------|--------|-------------------|--------|
|                                 | จำนวน (คน)    | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.ความถี่ในการมาเที่ยวประเทศไทย | 453,891       | 100.0  | 402               | 100.0  |
| เที่ยวครั้งแรก                  | 213,243       | 47.0   | 259               | 64.8   |
| เที่ยวซ้ำ                       | 240,648       | 53.0   | 133               | 33.3   |
| ไม่ระบุ                         | -             | -      | 8                 | 2.0    |
| 2. ลักษณะการเที่ยว              | 453,891       | 100.0  | 402               | 100.0  |
| นักเที่ยวอิสระ                  | 320,842       | 70.7   | 392               | 98.0   |
| นักเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์    | 133,049       | 29.3   | 8                 | 2.0    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 2: เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางใน  
ปีพ.ศ.2551

| รายการ      | ข้อมูลของททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-------------|---------------|--------|-------------------|--------|
|             | จำนวน (คน)    | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.เพศ       | 453,891       | 100.0  | 402               | 100.0  |
| ชาย         | 328,093       | 72.3   | 243               | 60.8   |
| หญิง        | 125,798       | 27.7   | 153               | 38.3   |
| ไม่ระบุ     | -             | -      | 4                 | 1.0    |
| 2.อายุ      | 453,891       | 100.0  | 402               | 100.0  |
| ต่ำกว่า 15  | 25,298        | 5.6    | -                 | -      |
| 15-24 ปี    | 54,797        | 12.1   | 55                | 13.7   |
| 25-34 ปี    | 128,599       | 28.3   | 185               | 46.0   |
| 35-44 ปี    | 114,455       | 25.2   | 112               | 27.9   |
| 45-54 ปี    | 79,949        | 17.6   | 31                | 7.7    |
| 55-64 ปี    | 38,602        | 8.5    | 14                | 3.5    |
| 65 ปีขึ้นไป | 12,191        | 2.7    | 3                 | 0.7    |
| ไม่ระบุ     | -             | -      | 2                 | 0.5    |

ตารางที่ 2(ต่อ): เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในปีพ.ศ.2551

| รายการ                | ข้อมูลของททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-----------------------|---------------|--------|-------------------|--------|
|                       | จำนวน (คน)    | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 3.อาชีพ               | 453,891       | 100.0  | 402               | 100.0  |
| ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน | 108,038       | 23.8   | 83                | 20.8   |
| พนักงานส่วนราชการ     | 3,213         | 0.7    | 27                | 6.8    |
| เกษตรกร               | 1,731         | 0.4    | 2                 | 0.5    |
| นักเรียน/นักศึกษา     | 75,183        | 16.6   | 33                | 8.3    |
| เกษียณ                | 6,116         | 1.3    | 3                 | 0.8    |
| แม่บ้าน               | 29,759        | 6.6    | 21                | 5.3    |
| อื่นๆ                 | 226,111       | 49.8   | 232               | 57.7   |
| ไม่ระบุ               | 3,740         | 0.8    | 13                | 3.2    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 3: เปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในปีพ.ศ.2551

| รายการ        | ข้อมูลของททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|---------------|---------------|--------|-------------------|--------|
|               | จำนวน (คน)    | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| พักผ่อน       | 379,800       | 83.7   | 314               | 78.1   |
| ติดต่อธุรกิจ  | 36,815        | 8.1    | 12                | 3.0    |
| ประชุมสัมมนา  | 11,794        | 2.6    | 5                 | 1.3    |
| ปฏิบัติราชการ | 568           | 0.1    | 1                 | 0.3    |
| ฮันนีมูน      | -             | -      | 29                | 7.2    |
| เยี่ยมญาติ    | -             | -      | 9                 | 2.2    |
| เรียน         | -             | -      | 9                 | 2.2    |
| ตรวจร่างกาย   | -             | -      | 8                 | 2.0    |
| อื่นๆ         | 24,914        | 5.5    | 2                 | 0.5    |
| ไม่ระบุ       | -             | -      | 13                | 3.2    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 4: เปรียบเทียบวันพักเฉลี่ยและค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวเยอรมันระหว่างข้อมูลของททท.กับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของคณะวิจัยในปีพ.ศ.2551

| รายการ   | ข้อมูลของททท. | ข้อมูลของงานวิจัย* |
|--|---------------|--------------------|
| วันพักเฉลี่ย                                       | 9.48          | 12.15              |
| ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย<br>(ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน) | 123.87        | 308.25             |

หมายเหตุ : \* เนื่องจำนวนนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิง ข้อมูลที่น่าเชื่อถือจึงเป็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (นักท่องเที่ยวอิสระ)

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

### ผลการศึกษา

#### 1. ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง

นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางร้อยละ 75.4 จบการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือสูงกว่า รายได้ต่อปีของนักท่องเที่ยวกระจายตัวอยู่ในแต่ละช่วงระดับรายได้ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5: ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง

| รายการ                                 | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>1. ระดับการศึกษาสูงสุด</b>          | <b>402</b> | <b>100.0</b> |
| ประถมหรือต่ำกว่า                       | 23         | 5.7          |
| มัธยมศึกษาหรืออาชีวศึกษา               | 60         | 14.9         |
| อุดมศึกษาหรือสูงกว่า                   | 303        | 75.4         |
| ไม่ระบุ                                | 16         | 4.0          |
| <b>2. รายได้เฉลี่ยต่อปี</b>            | <b>402</b> | <b>100.0</b> |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 7,000 ดอลลาร์สหรัฐ | 23         | 5.7          |
| 7,001 - 12,000 ดอลลาร์สหรัฐ            | 27         | 6.7          |
| 12,001 - 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 45         | 11.2         |
| 20,001 - 28,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 12         | 3.0          |
| 28,001 - 31,320 ดอลลาร์สหรัฐ           | 23         | 5.7          |
| 31,321 - 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 30         | 7.5          |
| 40,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 33         | 8.2          |

## ตารางที่ 5(ต่อ): ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง

| รายการ                             | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------|------------|--------|
| 50,001 - 60,000 ดอลลาร์สหรัฐ       | 23         | 5.7    |
| 60,001 - 85,000 ดอลลาร์สหรัฐ       | 24         | 6.0    |
| มากกว่า 85,000 ดอลลาร์สหรัฐ ขึ้นไป | 29         | 7.2    |
| ไม่ระบุ                            | 133        | 33.1   |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 2. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง

นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางร้อยละ 50.5 เดินทางต่างประเทศเฉลี่ยปีละ 2-4 ครั้งในรอบ 5 ปีที่ผ่านมาคือ นักท่องเที่ยวร้อยละ 43.8 มาประเทศไทยปีนี้เพียงครั้ง มีนักท่องเที่ยวที่เลือกเที่ยวแบบปกติ ร้อยละ 58.7 ส่วนกลุ่มที่ท่องเที่ยวแบบหรูหรามีถึงร้อยละ 18.7 ของกลุ่มตัวอย่าง แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้มาจากเพื่อนหรือญาติสนิทมากถึงร้อยละ 65.7 รองลงมาคือ บริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 33.8 รวมทั้งเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร้อยละ 12.7 และเว็บไซต์อื่นๆ ร้อยละ 8.7 นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวที่ใช้ข้อมูลจากการติดต่อทางธุรกิจหรือการเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยร้อยละ 6.5 (ตารางที่ 6)

การเดินทางเข้าประเทศไทยนักท่องเที่ยวร้อยละ 90.0 เดินทางเข้าประเทศไทยด้วยเครื่องบิน สิ่งที่น่าสนใจคือนักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้บริการของสายการบินปกติมากถึงร้อยละ 82 แต่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เพียงร้อยละ 8.6 ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น (ตารางที่ 6) สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางเลือกมาเที่ยวในทริปนี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.6 52.2 และ 37.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 7) นอกจากนี้ยังนิยมไปเที่ยวเกาะทางภาคใต้ของไทยด้วย

ประเทศที่นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย ปรากฏว่า มาเลเซียถูกเลือกมากที่สุด มีถึงร้อยละ 23.6 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 8) เพราะประเทศมาเลเซียถือเป็นสวรรค์แห่งประเทศเขตร้อน มีแสงแดดอบอุ่น และมีธรรมชาติที่สวยงาม นอกจากนี้ประเทศมาเลเซียยังได้ชื่อว่ามีศิลปะ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ อันเก่าแก่ มีเอกลักษณ์ที่ผสมผสานมนต์เสน่ห์แห่งเอเชียที่ได้รับอิทธิพลจากเชื้อชาติและศาสนาอันหลากหลายภายในประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวประเทศมาเลเซียจะได้รับประสบการณ์อันน่าประทับใจจากการท่องเที่ยวหลากหลายประเภททั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงวัฒนธรรม ผจญภัย หรือเที่ยวชมธรรมชาติ ซึ่งถูกรักษาไว้ในสภาพที่ค่อนข้างสมบูรณ์ จากการสำรวจมี

นักท่องเที่ยวที่ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายร้อยละ 29.1 ส่วนใหญ่จะเจอเรื่องถูกโกง ร้อยละ 6.7 ซึ่งใกล้เคียงกับอุบัติเหตุทางถนน ร้อยละ 6.0 (ตารางที่ 9) นอกจากนี้ยังมีกรณีที่เกี่ยวข้องกับปัญหา รดตึกตึกและรถแท็กซี่ไม่รับผู้โดยสาร พาหลงทางหรือเรียกค่าบริการมากเกินไป ส่วนกรณีของ เรื่องอาหารเป็นพิษและการถูกทำร้ายอาจดูไม่น่าวิตกมากนัก แต่ปัญหาต่างๆเหล่านี้ต้องได้รับการ แก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้ดีขึ้น

ตารางที่ 6: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง

| รายการ   | จำนวน(คน)  | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>1. จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีของการเดินทางไปต่างประเทศ</b> | <b>402</b> | <b>100.0</b> |
| บางครั้ง หรือ 1 ครั้ง                                    | 79         | 19.7         |
| 2 - 4 ครั้ง  | 203        | 50.5         |
| 5 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 108        | 26.9         |
| ไม่ระบุ  | 12         | 3.0          |
| <b>2. รูปแบบการท่องเที่ยว</b>                            | <b>402</b> | <b>100.0</b> |
| แบบปกติ  | 236        | 58.7         |
| แบบหรูหรา  | 75         | 18.7         |
| แบบประหยัด   | 46         | 11.4         |
| แบบสะพายเป้  | 35         | 8.7          |
| ไม่ระบุ  | 10         | 2.5          |
| <b>3. จำนวนครั้งของการเดินทางมาประเทศไทย ในปีนี้</b>     | <b>402</b> | <b>100.0</b> |
| 1 ครั้ง  | 176        | 43.8         |
| 2 ครั้ง  | 106        | 26.4         |
| 3 ครั้ง  | 41         | 10.2         |
| 4 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 32         | 8.0          |
| ไม่ระบุ  | 47         | 11.7         |

ตารางที่ 6 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวตะวันตกะวันออกกลาง

| รายการ   | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--|-----------|--------|
| <b>4.แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย*</b> |           |        |
| เพื่อน/ญาติ  | 264       | 65.7   |
| บริษัทนำเที่ยว                                     | 136       | 33.8   |
| เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย                 | 51        | 12.7   |
| เว็บไซต์อื่นๆ                                      | 35        | 8.7    |
| คู่มือการท่องเที่ยว                                | 31        | 7.7    |
| นิตยสารการท่องเที่ยว                               | 30        | 7.5    |
| โปสเตอร์/โบรชัวร์/VDO                              | 15        | 3.7    |
| โฆษณาใน CNN  | 12        | 3.0    |
| นิทรรศการนานาชาติ/โรดโชว์                          | 10        | 2.5    |
| อื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจ เป็นต้น                    | 31        | 7.7    |
| <b>5.การเดินทางขาเข้า *</b>                        |           |        |
| ทางเครื่องบิน                                      | 362       | 90.0   |
| - สายการบินปกติ                                    | 297       | 82.0   |
| - สายการบินต้นทุนต่ำ                               | 31        | 8.6    |
| ทางทะเล  | 22        | 5.5    |
| ทางบก  | 18        | 4.5    |

หมายเหตุ: \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)



ตารางที่ 7: สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางเลือก  
เดินทางมาเที่ยว

| รายการ   | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| กรุงเทพฯ   | 308        | 76.6   |
| พัทยา  | 210        | 52.2   |
| ภูเก็ต   | 152        | 37.8   |
| เชียงใหม่  | 53         | 13.2   |
| กระบี่   | 33         | 8.2    |
| เชียงราย   | 27         | 6.7    |
| อื่นๆเช่น อุทยาน สุโขทัยและเกาะทางภาคใต้ เป็นต้น | 72         | 17.9   |

หมายเหตุ : นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 8: ประเทศที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย

| รายการ              | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------|
| มาเลเซีย            | 95         | 23.6   |
| สิงคโปร์            | 56         | 13.9   |
| สาธารณรัฐประชาชนจีน | 51         | 12.7   |
| ฮ่องกง              | 39         | 9.7    |
| อินเดีย             | 37         | 9.2    |
| ฟิลิปปินส์          | 26         | 6.5    |
| เวียดนาม            | 21         | 5.2    |
| สปป.ลาว             | 7          | 1.7    |
| กัมพูชา             | 6          | 1.5    |
| อื่นๆ               | 26         | 6.5    |
| ไม่ระบุ             | 38         | 9.5    |
| รวม                 | 402        | 100.0  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## ตารางที่ 9: เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวประสบขณะท่องเที่ยวในประเทศไทย

| เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ                  | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--|-----------|--------|
| ไม่ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ          | 274       | 68.2   |
| ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ*            | 117       | 29.1   |
| - ถูกโจก   | 27        | 6.7    |
| - อุบัติเหตุทางถนน                                     | 24        | 6.0    |
| - ถูกลักทรัพย์   | 21        | 5.2    |
| - หลงทาง   | 20        | 5.0    |
| - อาหารเป็นพิษ   | 13        | 3.2    |
| - ความรุนแรง   | 8         | 2.0    |
| - อื่นๆเช่น ปัญหาเกี่ยวกับรถตุ๊กตุ๊ก รถแท็กซี่ เป็นต้น | 24        | 6.0    |
| ไม่ระบุ  | 11        | 2.7    |

หมายเหตุ: \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย

กลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางพักอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ยเท่ากับ 12.15 คืน มีการใช้จ่ายในประเทศไทยเท่ากับ 308.25 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน โดยการซื้อของที่ระลึกที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของไทยเป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 76.12 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน รองลงมาคือ ค่าซื้อสินค้า แบรินด์เนม เท่ากับ 60.13 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน และค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงยามราตรี เท่ากับ 49 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน ตามลำดับ จะเห็นว่านักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางนิยมกิจกรรมช้อปปิ้งและความบันเทิง ส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ ไม่ได้นำมาใช้อ้างอิง เนื่องจากจำนวนตัวอย่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนน้อยเกินไป (ตารางที่ 10)

**ตารางที่ 10: ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง**

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ๑/คน/วัน

| รายการ   | เดินทางด้วยตนเอง* |
|--|-------------------|
| จำนวนคืนที่พัก ในประเทศไทย (คืน)                   | 12.15             |
| ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย                              | 308.25            |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของไทย    | 76.12             |
| - ค่าซื้อสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ(แบรนด์เนม)     | 60.13             |
| - ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงยามราตรี               | 49.00             |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นอาหาร                   | 44.32             |
| - ค่าใช้บริการสนามกอล์ฟ                            | 19.60             |
| - ค่าใช้บริการสปา                                  | 16.68             |
| - ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสุขภาพ/ผ่าตัด              | 15.29             |
| - ค่าใช้จ่ายอื่นๆเช่น อาหาร ที่พัก แท็กซี่ เป็นต้น | 67.31             |

หมายเหตุ : \* นักท่องเที่ยวที่เที่ยวแบบซื้อแพ็คเกจทัวร์มีจำนวน ไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิงได้ จึงนำเสนอเฉพาะ

ข้อมูลของกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

**4. ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย**

สปาและการนวดแผนไทยเป็นภาพลักษณ์ที่ได้คะแนนมากที่สุด เนื่องจากมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากการใช้กลิ่นสมุนไพรไทยร่วมด้วยในการบำบัด (aromatherapy) จึงทำให้นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางนึกถึงเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ทะเล/ชายหาด แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ การช้อปปิ้ง และชีวิตยามราตรี ตามลำดับ แต่ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในด้านความสะดวกสบาย อาหาร ไทย ความปลอดภัย คุณภาพการบริการ และการคมนาคม เป็นภาพลักษณ์ที่ได้คะแนนต่ำสุด 5 อันดับสุดท้าย (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11: ภาพลักษณ์ประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงก่อนที่จะเดินทางมาประเทศไทย

| รายการ                             | ร้อยละ  |                          |                 |          |          |                       | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|------------------------------------|---------|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|--------------------|
|                                    | ไม่ทราบ | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |                    |
| 1.สถาปัตยกรรม                      | 9.0     | 1.0                      | 4.0             | 15.9     | 34.6     | 33.6                  | 4.08               |
| 2.ทะเล ชายหาด                      | 7.7     | 1.0                      | 3.2             | 16.4     | 45.3     | 25.4                  | 3.99               |
| 3.แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 7.5     | 0.7                      | 3.7             | 17.9     | 52.0     | 17.2                  | 3.89               |
| 4.ช้อปปิ้ง                         | 4.0     | 1.5                      | 7.5             | 20.6     | 39.6     | 25.1                  | 3.84               |
| 5.ชีวิตยามราตรี                    | 9.0     | 0.7                      | 8.5             | 19.2     | 40.0     | 19.7                  | 3.79               |
| 6.วิถีไทย                          | 6.7     | 2.7                      | 5.7             | 18.9     | 47.3     | 17.2                  | 3.77               |
| 7.ผู้คน                            | 7.7     | 1.7                      | 6.2             | 28.6     | 35.3     | 19.4                  | 3.71               |
| 8.คัมภีร์ราคา                      | 5.2     | 2.7                      | 10.0            | 26.1     | 39.6     | 14.9                  | 3.58               |
| 9.วัฒนธรรม                         | 11.7    | 2.2                      | 10.2            | 20.9     | 37.6     | 11.9                  | 3.56               |
| 10.การคมนาคม                       | 9.2     | 3.7                      | 10.9            | 32.1     | 34.6     | 8.0                   | 3.36               |
| 11.คุณภาพการ<br>บริการ             | 6.7     | 3.5                      | 13.4            | 32.8     | 30.6     | 9.7                   | 3.33               |
| 12.ความปลอดภัย                     | 8.5     | 7.0                      | 15.4            | 35.6     | 24.1     | 6.7                   | 3.09               |
| 13.อาหาร                           | 9.0     | 13.7                     | 17.9            | 23.6     | 23.9     | 10.0                  | 2.98               |
| 14.ความสะอาด                       | 7.0     | 11.7                     | 26.9            | 31.6     | 16.2     | 5.7                   | 2.75               |

หมายเหตุ: \* ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่เห็นด้วย

อย่างยิ่ง = 1, เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 5. ปัจจัยสำคัญในการวางแผนเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

ปัจจัยสำคัญ 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวพิจารณาในการเลือกเที่ยวประเทศไทย ได้แก่ ความปลอดภัย ความคุ้มค่า การคมนาคม การช้อปปิ้ง และความสะอาด ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญในการวางแผนมาประเทศไทย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก อาหารไทย และวัฒนธรรมไทย (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12: ปัจจัยสำคัญเมื่อกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำการวางแผนมาเที่ยวประเทศไทย

| รายการ                             | ร้อยละ   |                     |               |         |              |                    | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|------------------------------------|----------|---------------------|---------------|---------|--------------|--------------------|--------------------|
|                                    | ไม่สำคัญ | สำคัญ<br>น้อยที่สุด | สำคัญ<br>น้อย | ปานกลาง | สำคัญ<br>มาก | สำคัญ<br>มากที่สุด |                    |
| 1.ความปลอดภัย                      | 2.0      | 3.2                 | 9.0           | 14.9    | 37.1         | 32.6               | 3.82               |
| 2.ค้ำราคา                          | 3.5      | 2.7                 | 7.5           | 17.4    | 40.5         | 26.9               | 3.72               |
| 3.การคมนาคม                        | 3.0      | 4.2                 | 8.7           | 22.1    | 37.8         | 22.6               | 3.58               |
| 4.ข้อป้ัง                          | 4.7      | 3.2                 | 11.9          | 20.9    | 34.1         | 22.6               | 3.48               |
| 5.ความสะอาด                        | 5.0      | 5.5                 | 10.0          | 21.1    | 33.3         | 23.1               | 3.45               |
| 6.ทะเล ชายหาด                      | 7.2      | 3.2                 | 8.2           | 21.1    | 38.8         | 20.4               | 3.44               |
| 7.สภาพอากาศ                        | 6.7      | 4.7                 | 9.5           | 21.6    | 38.8         | 16.7               | 3.34               |
| 8.แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 5.5      | 4.2                 | 8.5           | 28.6    | 38.3         | 13.7               | 3.33               |
| 9.ที่พัก                           | 6.0      | 5.0                 | 11.9          | 23.4    | 30.6         | 20.1               | 3.32               |
| 10.ผู้คน                           | 6.2      | 4.5                 | 12.4          | 25.4    | 29.1         | 20.4               | 3.30               |
| 11.สปา การนวด                      | 10.9     | 4.7                 | 8.7           | 24.9    | 29.6         | 19.4               | 3.18               |
| 12.ชีวิตยามราตรี                   | 12.7     | 6.2                 | 11.2          | 22.6    | 26.4         | 18.9               | 3.03               |
| 13.วัฒนธรรม                        | 8.2      | 9.2                 | 14.9          | 29.6    | 27.4         | 7.0                | 2.83               |
| 14.อาหาร                           | 11.7     | 10.2                | 15.7          | 20.6    | 25.4         | 13.9               | 2.82               |
| 15.แหล่งท่องเที่ยว<br>มรดกโลก      | 11.4     | 7.7                 | 16.4          | 29.9    | 22.6         | 6.7                | 2.68               |

หมายเหตุ: \* ค่าเฉลี่ยคะแนน 0-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่สำคัญ = 0,

สำคัญมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการที่ได้รับ

จากข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวตะวันตกวันออกกลางพึงพอใจกับสพามากที่สุด รองลงมาคือ ทะเล ชายหาด การช้อปปิ้ง ผู้คน และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ ตามลำดับ ส่วนเรื่องอาหารไทย กลับเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อยสุด รองลงมา คือ ความสะอาด และวัฒนธรรม ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวตะวันตกวันออกกลางชอบการนวดแผนไทยมาก แต่ไม่ชอบอาหาร ไทยอาจเป็น เพราะอาหาร ไทยมีรสจืดเกินไป (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13: ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขณะที่อยู่ในประเทศไทย

| รายการ                             | ความพึงพอใจ (ร้อยละ) |            |      |         |      |           | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|------------------------------------|----------------------|------------|------|---------|------|-----------|--------------------|
|                                    | ไม่ได้ใช้<br>บริการ  | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก  | มากที่สุด |                    |
| 1.สปา/การนวด                       | 5.5                  | 2.5        | 7.7  | 18.9    | 34.1 | 27.9      | 3.85               |
| 2.ทะเล ชายหาด                      | 6.5                  | 2.2        | 4.2  | 24.1    | 38.1 | 24.4      | 3.84               |
| 3.ช้อปปิ้ง                         | 4.0                  | 1.7        | 8.0  | 27.1    | 33.1 | 24.6      | 3.75               |
| 4.ผู้คน                            | 1.2                  | 3.5        | 5.7  | 26.6    | 38.8 | 21.9      | 3.72               |
| 5.แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 3.5                  | 2.0        | 6.7  | 31.8    | 36.1 | 18.2      | 3.65               |
| 6.ชีวิตยามราตรี                    | 6.7                  | 2.7        | 9.2  | 28.4    | 27.4 | 23.1      | 3.65               |
| 7.คุ้มราคา                         | 1.7                  | 3.0        | 7.2  | 32.1    | 36.1 | 18.7      | 3.62               |
| 8.ที่พัก                           | 2.2                  | 3.2        | 7.7  | 28.6    | 38.1 | 15.9      | 3.60               |
| 9.การคมนาคม                        | 2.0                  | 3.0        | 8.0  | 33.3    | 37.6 | 14.9      | 3.55               |
| 10.ความปลอดภัย                     | 1.7                  | 3.5        | 11.7 | 28.6    | 35.3 | 18.7      | 3.55               |
| 11.สภาพอากาศ                       | 2.2                  | 5.2        | 12.7 | 36.3    | 28.9 | 12.7      | 3.32               |
| 12.แหล่งท่องเที่ยว<br>มรดกโลก      | 7.0                  | 2.2        | 10.4 | 40.3    | 27.9 | 7.5       | 3.32               |
| 13.วัฒนธรรม                        | 3.7                  | 2.7        | 12.9 | 39.3    | 27.4 | 9.5       | 3.30               |
| 14.ความสะอาด                       | 2.7                  | 8.5        | 14.7 | 34.3    | 28.6 | 10.2      | 3.18               |
| 15.อาหาร                           | 6.0                  | 12.2       | 17.4 | 25.1    | 24.9 | 11.2      | 3.06               |

หมายเหตุ: \* ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ พึงพอใจน้อยที่สุด

= 1, พึงพอใจมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

จากการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมา (ความคาดหวัง) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสิ่งดึงดูดใจและบริการต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางมีความพึงพอใจน้อยกว่าที่คาดเอาไว้ในเรื่องทะเล ชายหาด แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ วัฒนธรรม ชีวิตยามราตรี ตลอดจนเรื่องช้อปปิ้ง และสปา/การนวด แต่สำหรับเรื่องความสะดวก ความปลอดภัย และการคมนาคมนั้นนักท่องเที่ยวกลับมีความพึงพอใจมากกว่าที่คาดไว้ ส่วนภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจที่ได้รับ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14: การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ

| รายการ                          | คะแนนค่าเฉลี่ย  |             | ระดับความเชื่อมั่น    |
|---------------------------------|-----------------|-------------|-----------------------|
|                                 | ภาพลักษณ์ก่อนมา | ความพึงพอใจ |                       |
| 1. ชายหาด ทะเล                  | 3.99            | 3.84        | 99%                   |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ | 3.89            | 3.65        | 99%                   |
| 3. วัฒนธรรม                     | 3.56            | 3.30        | 99%                   |
| 4. อาหาร                        | 2.98            | 3.06        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |
| 5. ชีวิตยามราตรี                | 3.79            | 3.65        | 95%                   |
| 6. ช้อปปิ้ง                     | 3.84            | 3.75        | 95%                   |
| 7. สปา การนวด                   | 4.08            | 3.85        | 99%                   |
| 8. ผู้คน                        | 3.71            | 3.72        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |
| 9. ความสะดวก                    | 2.75            | 3.18        | 99%                   |
| 10. ความปลอดภัย                 | 3.09            | 3.55        | 99%                   |
| 11. การคมนาคม                   | 3.36            | 3.55        | 99%                   |
| 12. คุ้มราคา                    | 3.58            | 3.62        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 7. ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้

การประเมินคุณค่าที่นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางได้รับพบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 74.4 บอกว่าการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป อาจเป็นเพราะการมาประเทศไทยมีความสะดวกในการเดินทาง เป็นประเทศที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวระยะยาว เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ โดยมีนักท่องเที่ยวเห็นว่าการมาเที่ยวประเทศไทยทำให้ตนได้รับประสบการณ์ที่คุ้มค่า (ร้อยละ 71.1) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังยินดีที่จะจ่ายเพื่อกลับมาประเทศไทยอีกครั้ง (ร้อยละ 70.6) เพราะกรเที่ยวประเทศไทยมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย (ร้อยละ 60.2) (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15: ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว

| รายการ                                      | ร้อยละ               |             |          |          |                   |
|---|----------------------|-------------|----------|----------|-------------------|
|   | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 1. รู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย              | 4.0                  | 6.5         | 28.9     | 44.5     | 15.7              |
| 2. รู้สึกคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป            | 1.7                  | 2.7         | 20.6     | 50.5     | 23.9              |
| 3. การเยือนครั้งนี้เป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า | 1.2                  | 3.5         | 23.4     | 49.0     | 22.1              |
| 4. ยินดีจ่าย เพื่อกลับมาอีกครั้ง            | 2.7                  | 6.2         | 19.7     | 44.0     | 26.6              |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 8. ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้

นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางรู้สึกความเพลิดเพลินกับการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ถึงร้อยละ 80.8 และมีความพึงพอใจในการเลือกมาเที่ยวประเทศไทย (ร้อยละ 74.6) นอกจากนี้ยังรู้สึกว่าการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ดีกว่าที่คิดไว้ (ร้อยละ 59.5) (ตารางที่ 16)



ตารางที่ 16: ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว

| รายการ                          | ร้อยละ               |             |          |          |                   |
|---------------------------------|----------------------|-------------|----------|----------|-------------------|
|                                 | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 1.เพลิดเพลินกับทริปนี้          | 2.2                  | 2.2         | 14.2     | 45.5     | 35.3              |
| 2.ทริปนี้ดีกว่าที่คาดไว้        | 0.7                  | 6.7         | 31.6     | 40.3     | 19.2              |
| 3.พอใจที่เลือกมาเที่ยวประเทศไทย | 1.2                  | 2.5         | 20.4     | 48.0     | 26.6              |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 9. ความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการสำรวจความภักดีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกส่วนใหญ่มองว่าจะแนะนำเพื่อนและครอบครัวให้มาเที่ยวประเทศไทย (ร้อยละ 78.1) มีนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับมาประเทศไทยอีกครั้งถึงร้อยละ 71.7 และมีนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่จะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอย่างแน่นอน (ร้อยละ 62.5) เพราะนักท่องเที่ยวบอกว่าการมาเที่ยวประเทศไทยคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่เสียไป ทั้งยังได้ประสบการณ์ที่ดีและคุ้มค่าอีกด้วย (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17: ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

| รายการ                                 | ร้อยละ               |             |          |          |                   |
|--|----------------------|-------------|----------|----------|-------------------|
|  | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 1. จะกลับมาเพื่อทำธุรกิจ               | 9.7                  | 24.9        | 30.1     | 24.4     | 7.7               |
| 2. ต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง         | 2.2                  | 5.0         | 18.9     | 45.8     | 25.9              |
| 3. จะกลับมาเที่ยวอีกอย่างแน่นอน        | 2.5                  | 8.0         | 24.9     | 38.6     | 23.9              |
| 4. จะแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยว | 2.0                  | 3.0         | 14.7     | 42.8     | 35.3              |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 10. บทสรุป

จากการสำรวจในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวตะวันตกที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก และเกือบทั้งหมดเดินทางมาเที่ยวด้วยตนเอง แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย คือ สอบถามจากเพื่อนหรือญาติสนิทหรือสอบถามบริษัททัวร์ และหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จุดประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยยังคงเป็นเรื่องของการมาพักผ่อน เพราะว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ชายหาด ภูเขา น้ำตกที่สวยงาม ซึ่งเหมาะแก่การมาท่องเที่ยวอย่างยิ่ง นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวตะวันตกนิยมเดินทางมาฉลองแต่งงานหรือฮันนีมูนที่ประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มประเทศที่ศึกษาในครั้งนี้ ประเทศที่นักท่องเที่ยวตะวันตกเลือกไปเยือนแทนประเทศไทยคือประเทศมาเลเซีย เพราะประเทศมาเลเซียมีธรรมชาติที่สวยงาม มีศิลปะ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุอันเก่าแก่ ทั้งยังมีเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย นักท่องเที่ยวจะได้เที่ยวทั้งเชิงอนุรักษ์ เชิงวัฒนธรรม ผจญภัย หรือเที่ยวชมธรรมชาติ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวคือกรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต โดยเฉพาะเกาะทางภาคใต้ (เกาะช้าง เกาะพีพี เกาะสมุย) ก็ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวไม่แพ้กัน

นักท่องเที่ยวตะวันตกมองว่าประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านสถาปัตยกรรม/การนวดแผนไทย ทะเลชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ การช้อปปิ้ง และชีวิตยามราตรี แต่ภาพลักษณ์ด้านความสะอาด อาหารไทย และความปลอดภัยนั้นเป็นเรื่องที่ควรปรับปรุงอย่างยิ่ง ด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวตะวันตกจึงให้ความสำคัญกับด้านความปลอดภัยเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเที่ยวไทยในครั้งนี้ หลังจากที่นักท่องเที่ยวตะวันตกได้เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการมาเที่ยวในครั้งนี้คุ้มค่าทั้งเวลาและเงินที่เสียไป รวมถึงมีความเพลิดเพลินที่ได้มาเที่ยวประเทศไทยและได้ประสบการณ์ที่คุ้มค่าด้วย ทั้งยังจะแนะนำเพื่อนและครอบครัวให้มาเที่ยวประเทศไทยด้วย นอกจากนี้ยังยืนยันว่าในอนาคตจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอย่างแน่นอน

## พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโอเชียเนียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ภาพรวมตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าเมืองไทยในปี 2550 (inbound) สถิติการเข้าเมือง 2 สัปดาห์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติปรากฏว่าสัปดาห์สิ้นสุดลงเพิ่มขึ้น 2.70% รวม 4,143,942 คน ส่วนสัปดาห์สิ้นสุดลงเพิ่มขึ้น 18.92% รวม 564,131 คน (หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ, 2552) หนึ่งในนั้นเป็นนักท่องเที่ยวโอเชียเนีย (ออสเตรเลีย, นิวซีแลนด์) ซึ่งถือได้ว่าตลาดนักท่องเที่ยวโอเชียเนียเป็นตลาดสำคัญของประเทศไทยเพราะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่ม 0.61% จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่ม 17.67% จาก 170,598 คน เป็น 200,748 คน (ปี 2550) แต่สถานการณ์ความไม่สงบในประเทศทั้งเหตุการณ์ความรุนแรงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้และการชุมนุมเรียกร้องทางการเมือง ซึ่งนำไปสู่เหตุการณ์รุนแรงถึงขั้นปิดล้อมสนามบินในช่วงปลายปี 2551 และเหตุการณ์จลาจลในช่วงสงกรานต์ปี 2552 นับเป็นปัจจัยลบภายในประเทศที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นด้านความสงบและปลอดภัยของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งตลาดที่มีการชะลอตัวลงมาก ได้แก่ ยุโรป และ โอเชียเนีย นอกจากนี้การแพร่ระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ยังซ้ำเติมธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่องทำให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีแนวโน้มชะลอตัวลง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2552) ดังนั้นการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโอเชียเนียจะช่วยให้การรับมือกับอุปสรรคสำคัญที่บั่นทอนการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวทั้งจากปัจจัยภายในประเทศและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นจากบรรดาคู่แข่งรายสำคัญในภูมิภาคเอเชีย อาทิ เวียดนาม มาเลเซีย และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโอเชียเนียได้ตรงจุด

### 1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือนักท่องเที่ยวโอเชียเนียที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 จำนวน 372 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การเก็บข้อมูลจะเก็บจากนักท่องเที่ยวโอเชียเนียที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว และรอขึ้นเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบกับข้อมูลนักท่องเที่ยวโอเชียเนียจากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 731,283 คน เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับผลงานวิจัยนี้

## 2. การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเนียบระหว่างข้อมูลจากการสำรวจกับข้อมูลของ ททท.

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเนียบมีจำนวน 372 คนเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรกร้อยละ 56.2 ของกลุ่มตัวอย่าง นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98.9 ของกลุ่มตัวอย่าง) ดังตารางที่ 1 นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 56.5 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นชาย และเป็นผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี สัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.1 ของกลุ่มตัวอย่าง โดยพบว่าเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากที่สุด (ร้อยละ 18.8 ของกลุ่มตัวอย่าง) รองลงมาเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และพนักงานส่วนราชการ (ตารางที่ 2) ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ พบว่านักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 76.3 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางมาเพื่อพักผ่อน รองลงมาคือเดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติ และติดต่อธุรกิจ (ตารางที่ 3) นักท่องเที่ยวมักจะใช้เวลาเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ย 13.69 วัน และเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 181.76 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน ส่วนข้อมูลจากสถิติของททท. ที่มีกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเนียบจำนวน 731,283 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวอิสระและมาเที่ยวไทยซ้ำ (ตารางที่ 1) นักท่องเที่ยวเป็นชายมากกว่าหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มากที่สุด เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มคนเกษียณอายุ (ตารางที่ 2) มาประเทศไทยเพื่อพักผ่อน ติดต่อธุรกิจ และประชุม ความลำดับ วันพักเฉลี่ยในประเทศไทยเท่ากับ 11.97 วัน และเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 129.90 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 1: เปรียบเทียบข้อมูลการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเนียบในปี พ.ศ. 2551

| รายการ                           | ข้อมูลของททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|----------------------------------|---------------|--------|-------------------|--------|
|                                  | จำนวน (คน)    | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1. ความถี่ในการมาเที่ยวประเทศไทย | 731,283       | 100.0  | 372               | 100.0  |
| เที่ยวครั้งแรก                   | 278,096       | 38.0   | 209               | 56.2   |
| เที่ยวซ้ำ                        | 453,187       | 62.0   | 161               | 43.3   |
| ไม่ระบุ                          | -             | -      | 2                 | 0.5    |
| 2. ลักษณะการเที่ยว               | 731,283       | 100.0  | 372               | 100.0  |
| นักท่องเที่ยวอิสระ               | 631,849       | 86.4   | 368               | 98.9   |
| นักท่องเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ | 99,434        | 13.6   | 4                 | 1.1    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 2: เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใน  
ปี พ.ศ. 2551

| รายการ                | ข้อมูลของททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-----------------------|---------------|--------|-------------------|--------|
|                       | จำนวน (คน)    | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.เพศ                 | 731,283       | 100.0  | 372               | 100.0  |
| ชาย                   | 458,253       | 62.7   | 210               | 56.5   |
| หญิง                  | 273,030       | 37.3   | 160               | 43.0   |
| ไม่ระบุ               | -             | -      | 2                 | 0.5    |
| 2.อายุ                | 731,283       | 100.0  | 372               | 100.0  |
| ต่ำกว่า 15 ปี         | 34,331        | 4.7    | -                 | -      |
| 15-24 ปี              | 107,775       | 14.7   | 75                | 20.2   |
| 25-34 ปี              | 174,936       | 23.9   | 149               | 40.1   |
| 35-44 ปี              | 137,901       | 18.9   | 75                | 20.2   |
| 45-54 ปี              | 143,681       | 19.6   | 44                | 11.8   |
| 55-64 ปี              | 97,739        | 13.4   | 24                | 6.5    |
| 65 ปีขึ้นไป           | 34,920        | 4.8    | 4                 | 1.1    |
| ไม่ระบุ               | -             | -      | 1                 | 0.3    |
| 3.อาชีพ               | 731,283       | 100.0  | 372               | 100.0  |
| ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน | 195,469       | 26.7   | 70                | 18.8   |
| พนักงานส่วนราชการ     | 5,039         | 0.7    | 25                | 6.8    |
| เกษตรกร               | 4,691         | 0.6    | 8                 | 2.2    |
| นักเรียน/นักศึกษา     | 108,438       | 14.8   | 26                | 7.0    |
| เกษียณ                | 41,732        | 5.7    | 13                | 3.5    |
| แม่บ้าน               | 20,487        | 2.8    | 8                 | 2.2    |
| อื่นๆ                 | 231,967       | 31.7   | 221               | 59.4   |
| ไม่ระบุ               | -             | -      | 1                 | 0.3    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 3: เปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียในปี พ.ศ. 2551

| รายการ        | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|---------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|               | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| พักผ่อน       | 601,456        | 82.2   | 284               | 76.3   |
| ติดต่อธุรกิจ  | 65,031         | 8.9    | 16                | 4.3    |
| ประชุมสัมมนา  | 20,537         | 2.8    | 7                 | 1.9    |
| ปฏิบัติราชการ | 1,820          | 0.2    | 1                 | 0.3    |
| อันนินมุน     | -              | -      | 11                | 3.0    |
| เยี่ยมญาติ    | -              | -      | 25                | 6.7    |
| เรียน         | -              | -      | 1                 | 0.3    |
| ตรวจร่างกาย   | -              | -      | 1                 | 0.3    |
| อื่นๆ         | 42,439         | 5.8    | 16                | 4.3    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 4: เปรียบเทียบวันพักผ่อนและค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียระหว่างข้อมูลของ ททท. กับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของคณะวิจัยในปี พ.ศ. 2551

| รายการ   | ข้อมูลของ ททท. | ข้อมูลของงานวิจัย* |
|--|----------------|--------------------|
| วันพักผ่อน   | 11.97          | 13.69              |
| ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย<br>(ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน) | 129.90         | 181.76             |

หมายเหตุ: \*เนื่องจากรายการนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิง ข้อมูลที่น่าเชื่อถือจึงเป็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (นักท่องเที่ยวอิสระ)

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

### 3. ผลการศึกษา

#### 1. ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเอเชียเนียบ

นักท่องเที่ยวเอเชียเนียบกว่าร้อยละ 76.3 จบการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือสูงกว่า นักท่องเที่ยวเอเชียเนียบมีรายได้ต่อปีเกาะกลุ่มอยู่ในช่วง 28,001 - 85,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อปี (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5: ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเอเชียเนียบ

| รายการ                                 | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>1. ระดับการศึกษาสูงสุด</b>          | <b>372</b> | <b>100.0</b> |
| ประถมหรือต่ำกว่า                       | 5          | 1.3          |
| มัธยมศึกษาหรืออาชีวศึกษา               | 81         | 21.8         |
| อุดมศึกษาหรือสูงกว่า                   | 284        | 76.3         |
| ไม่ระบุ                                | 2          | 0.5          |
| <b>2. รายได้เฉลี่ยต่อปี</b>            | <b>372</b> | <b>110.0</b> |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 7,000 ดอลลาร์สหรัฐ | 6          | 1.6          |
| 7,001 - 12,000 ดอลลาร์สหรัฐ            | 17         | 4.6          |
| 12,001 - 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 35         | 9.4          |
| 20,001 - 28,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 24         | 6.5          |
| 28,001 - 31,320 ดอลลาร์สหรัฐ           | 33         | 8.9          |
| 31,321 - 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 44         | 11.8         |
| 40,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 46         | 12.4         |
| 50,001 - 60,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 32         | 8.6          |
| 60,001 - 85,000 ดอลลาร์สหรัฐ           | 48         | 12.9         |
| มากกว่า 85,000 ดอลลาร์สหรัฐ ขึ้นไป     | 30         | 8.1          |
| ไม่ระบุ                                | 57         | 15.3         |

ที่มา:จากการสำรวจ (2551-2552)

## 2. ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวโอเชียเนีย

นักท่องเที่ยวโอเชียเนีย ร้อยละ 56.5 มีประสบการณ์เดินทางต่างประเทศ ปีละ 2-4 ครั้ง ส่วนจำนวนครั้งที่การมาเยือนประเทศไทยในปีนั้น พบว่า ร้อยละ 56.2 ของกลุ่มตัวอย่าง ปีนี้มาเยือนไทยแค่ครั้งเดียว นักท่องเที่ยวที่เที่ยวแบบปกติร้อยละ 55.4 และยังพบว่ามีย่านนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 25 ที่ท่องเที่ยวแบบประหยัด ส่วนแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจมาประเทศไทยมากที่สุดคือ เพื่อนหรือญาติสนิทมีมากถึงร้อยละ 63.2 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นไปได้ว่า ถ้าหากประเทศไทยสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จนรู้สึกอยากบอกต่อ ก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์ทางอ้อมที่มีประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างยังบอกว่าคู่มือการท่องเที่ยวและนิตยสารการท่องเที่ยวเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีด้วย แต่การติดโปสเตอร์และการโฆษณาใน CNN อาจจะไม่ได้ผลมากนัก เพราะมีผู้เลือกแหล่งข้อมูลประเภทนี้น้อยมาก เป็นที่น่าสังเกตว่าการมาติดต่อธุรกิจ เครือข่ายกิจกรรม เช่น สปาหรือนวดแผนไทย และการนั่งสมาธินั้นสามารถเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีที่ทำให้นักท่องเที่ยวใช้ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวประเทศไทยได้ด้วย (ตารางที่ 6)

ในการเดินทางเข้าประเทศไทยพบว่านักท่องเที่ยวโอเชียเนียเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98.7) เดินทางเข้าประเทศไทยด้วยเครื่องบิน นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้บริการของสายการบินปกติร้อยละ 75.7 มากกว่า การใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีสัดส่วนร้อยละ 22.6 ส่วนการเดินทางเข้าประเทศไทยทางบกและทางทะเลนั้น ไม่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวโอเชียเนีย (ตารางที่ 6) นักท่องเที่ยว โอเชียเนียส่วนใหญ่ (ร้อยละ 89.2) มาประเทศไทยแล้วเยือนกรุงเทพฯ รองลงมาคือ พัทยา (ร้อยละ 27.4) และเชียงใหม่ (ร้อยละ 25.3) ของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้เมืองท่องเที่ยวหลักๆ ของประเทศไทยแล้วยังพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างยังเริ่มสนใจเมืองอื่นด้วยอาทิเช่น อยุธยา หัวหิน และเกาะทางภาคใต้ ได้แก่ เกาะเต่า เกาะช้าง เกาะพีพี เกาะสมุย เกาะเสม็ด เกาะพังงา ฯลฯ ทำให้เห็นว่านอกจากภาคใต้ของประเทศไทยจะเป็นจุดหมายของการพักผ่อนชายทะเล (Beach Destination) ที่สำคัญของไทยแล้ว อยุธยาและสุโขทัยก็ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวหลายคนให้ความสนใจด้วย (ตารางที่ 7)

ถ้านักท่องเที่ยวไม่ได้มาเที่ยวประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะเลือกไปเยือนประเทศใดแทนประเทศไทย ปรากฏว่านักท่องเที่ยวโอเชียเนียเลือกไปเที่ยวเวียดนามแทนประเทศไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.6 ประเทศที่นักท่องเที่ยวเลือกรองลงมาคือ ประเทศมาเลเซีย และประเทศสิงคโปร์ แสดงว่าประเทศเวียดนามเป็นคู่แข่งทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สำคัญที่สุด ส่วนประเทศอื่นๆ เช่น ฮองกง อินเดีย และฟิลิปปินส์ไม่ได้เป็นคู่แข่งที่น่ากลัวสำหรับประเทศไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะภาพลักษณ์ของประเทศเหล่านี้ไม่สามารถดึงดูดชาวโอเชียเนียต้องการมา



พักผ่อนได้ (ตารางที่ 8) ส่วนเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวเอเชียเนียบ กว่าร้อยละ 28.8 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการถูก โกงมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องอาหารเป็นพิษ และหลงทางตามลำดัด นอกจากนี้ยังมีกรณีของรถตุ๊กตุ๊กและรถแท็กซี่ที่ขับด้วยความเร็วสูงหรือการปฏิเสธผู้โดยสารหรือการเรียกค่าบริการแพงเกินจริงอีกด้วย (ตารางที่ 9) เหตุการณ์เหล่านี้ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ประเทศไทยในเรื่องความปลอดภัยอย่างมาก ดังนั้นจึงเป็นปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ตารางที่ 6: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเอเชียเนียบ

| รายการ   | จำนวน(คน)  | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>1. จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีของการเดินทางไปต่างประเทศ</b> | <b>372</b> | <b>100.0</b> |
| บางครั้ง หรือ 1 ครั้ง                                    | 90         | 24.2         |
| 2 - 4 ครั้ง  | 210        | 56.5         |
| - 5 ครั้ง หรือมากกว่า                                    | 72         | 19.4         |
| <b>2. รูปแบบการท่องเที่ยว</b>                            | <b>372</b> | <b>100.0</b> |
| แบบปกติ  | 206        | 55.4         |
| แบบประหยัด   | 93         | 25.0         |
| แบบสะพายเป้  | 49         | 13.2         |
| แบบหรูหรา  | 23         | 6.2          |
| ไม่ระบุ  | 1          | 0.3          |
| <b>3. จำนวนครั้งของการเดินทางมาประเทศไทย ในปีนี้</b>     | <b>372</b> | <b>100.0</b> |
| 1 ครั้ง  | 209        | 56.2         |
| 2 ครั้ง  | 65         | 17.5         |
| 3 ครั้ง  | 52         | 14.0         |
| 4 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 32         | 8.6          |
| ไม่ระบุ  | 14         | 3.8          |
| <b>4. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย*</b>      |            |              |
| เพื่อน/ญาติ  | 235        | 63.2         |
| คู่มือการท่องเที่ยว                                      | 86         | 23.1         |
| นิตยสารการท่องเที่ยว                                     | 64         | 17.2         |
| บริษัทนำเที่ยว   | 62         | 16.7         |

## ตารางที่ 6 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวโอเชียเนีย

| รายการ   | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--|-----------|--------|
| เว็บไซต์อื่นๆ                                    | 56        | 15.1   |
| เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย               | 39        | 10.5   |
| นิตรศรณานาชาติ/โรดโชว์                           | 13        | 3.5    |
| โปสเตอร์/โบรชัวร์/VDO                            | 7         | 1.9    |
| โฆษณาใน CNN                                      | 5         | 1.3    |
| อื่นๆ เช่น ดิคต่อธุรกิจ สปา และนั้งสมาธิ เป็นต้น | 37        | 9.9    |
| 5. การเดินทางขาเข้า *                            | 372       | 100.0  |
| ทางเครื่องบิน                                    | 367       | 98.7   |
| สายการบินปกติ                                    | 278       | 75.7   |
| สายการบินต้นทุนต่ำ                               | 84        | 22.6   |

หมายเหตุ : \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## ตารางที่ 7: สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวโอเชียเนียเลือกเดินทางมาเที่ยว

| รายการ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| กรุงเทพมหานคร                                   | 332        | 89.2   |
| พัทยา   | 102        | 27.4   |
| เชียงใหม่                                       | 94         | 25.3   |
| ภูเก็ต  | 91         | 24.5   |
| กระบี่  | 62         | 16.7   |
| เชิงราช   | 36         | 9.7    |
| อื่นๆเช่น อยุธยา หัวหินและเกาะทางภาคใต้ เป็นต้น | 108        | 29.0   |

หมายเหตุ : นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 8: ประเทศที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย

| รายการ              | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------|
| เวียดนาม            | 110        | 29.6   |
| มาเลเซีย            | 45         | 12.1   |
| สิงคโปร์            | 42         | 11.3   |
| สาธารณรัฐประชาชนจีน | 32         | 8.6    |
| กัมพูชา             | 30         | 8.1    |
| สปป.ลาว             | 29         | 7.8    |
| ฮ่องกง              | 23         | 6.2    |
| อินเดีย             | 20         | 5.4    |
| ฟิลิปปินส์          | 19         | 5.1    |
| อื่นๆ               | 15         | 4.0    |
| ไม่ระบุ             | 7          | 1.9    |
| รวม                 | 372        | 100.0  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 9: เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวประสบขณะท่องเที่ยวในประเทศไทย

| เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ                  | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--|-----------|--------|
| ไม่ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ          | 264       | 71.0   |
| ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ*            | 107       | 28.8   |
| - ถูกโจก   | 45        | 12.1   |
| - อาหารเป็นพิษ   | 23        | 6.2    |
| - หลงทาง   | 19        | 5.1    |
| - อุบัติเหตุทางถนน                                     | 18        | 4.8    |
| - ถูกลักทรัพย์   | 17        | 4.6    |
| - ความรุนแรง   | 11        | 3.0    |
| - อื่นๆเช่น ปัญหาเกี่ยวกับรถตุ๊กตุ๊ก รถแท็กซี่ เป็นต้น | 21        | 5.6    |
| ไม่ระบุ  | 1         | 0.3    |

หมายเหตุ : \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย

นักท่องเที่ยวโอเชียเนียที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง ใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ย 13.69 คืน เสียค่าใช้จ่ายในประเทศไทยเฉลี่ยต่อคนต่อวันเท่ากับ 181.76 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยพบว่า การค้าซื้อสินค้าแบรนด์เนมเป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 53.44 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน รองลงมาเป็นการซื้อของที่ระลึกทั้งที่เป็นสินค้าท้องถิ่นและอาหารของไทย เท่ากับ 34.85 และ 33.07 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน ตามลำดับ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์มาเที่ยวประเทศไทย เนื่องจากมีจำนวนตัวอย่างน้อยเกินไปจึงไม่นำมาใช้อ้างอิงในครั้งนี้ (ตารางที่ 10)

#### ตารางที่ 10: ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง

(หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐฯ/คน/วัน)

| รายการ   | เดินทางด้วยตนเอง* |
|--|-------------------|
| จำนวนคืนที่พัก ในประเทศไทย (คืน)                   | 13.69             |
| ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย                              | 181.76            |
| - ค่าซื้อสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ(แบรนด์เนม)     | 53.44             |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของไทย    | 34.85             |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นอาหาร                   | 33.07             |
| - ค่าใช้บริการสนามกอล์ฟ                            | 29.97             |
| - ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงยามราตรี               | 24.53             |
| - ค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพ/ผ่าตัด                 | 20.70             |
| - ค่าใช้บริการสปา                                  | 8.86              |
| - ค่าใช้จ่ายอื่นๆเช่น อาหาร ที่พัก แท็กซี่ เป็นต้น | 89.50             |

หมายเหตุ: \*นักท่องเที่ยวที่เที่ยวแบบซื้อแพ็คเกจทัวร์มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิงได้ จึงนำเสนอเฉพาะข้อมูลของกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 4. ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย

นักท่องเที่ยวโอเชียเนียเห็นว่าประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านเหล่านี้ คือ ผู้คนเป็นมิตร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ (เช่น ภูเขา น้ำตก) อาหารอร่อย ทะเลชายหาด และวัฒนธรรม และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวโอเชียเนียเห็นว่าประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีในด้านความสะอาด โดยมีผู้เห็นด้วยร้อยละ 30.7 ความปลอดภัย

(ร้อยละ18.8) การคมนาคม (ร้อยละ14) และคุณภาพการบริการ (ร้อยละ 9.7) ซึ่งนักท่องเที่ยวมองว่าเป็นเรื่องที่ต้องปรับปรุง แสดงให้เห็นว่าอภยาศัยที่ดีของคนไทยสร้างความประทับใจได้เสมอ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากโลกตะวันตก รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหารอร่อย ทะเล ชายหาด และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวประเทศไทยได้เป็นอย่างดี แต่ควรปรับปรุงในเรื่องความสะอาด ความปลอดภัยให้มากขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจที่จะเดินทางมาประเทศไทยมากขึ้น (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11: ภาพลักษณ์ประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงก่อนที่จะเดินทางมาประเทศไทย

| รายการ                             | ร้อยละ  |                          |                 |          |          |                       | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|------------------------------------|---------|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|--------------------|
|                                    | ไม่ทราบ | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่เห็น<br>ด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |                    |
| 1. ผู้คน                           | 2.4     | 1.3                      | 1.6             | 19.9     | 45.4     | 28.2                  | 4.01               |
| 2.แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 3.2     | 0.8                      | 2.2             | 14.5     | 57.0     | 21.2                  | 4.00               |
| 3.อาหาร                            | 1.9     | 1.3                      | 3.5             | 25.0     | 35.2     | 32.3                  | 3.96               |
| 4.ทะเล ชายหาด                      | 5.6     | 0.5                      | 3.5             | 17.7     | 49.5     | 22.6                  | 3.96               |
| 5.วัฒนธรรม                         | 1.9     | 0.5                      | 1.6             | 22.6     | 50.0     | 22.6                  | 3.95               |
| 6.คัมภีราคา                        | 1.6     | 0.0                      | 2.7             | 22.8     | 50.8     | 22.0                  | 3.94               |
| 7.สปา/การนวด                       | 8.1     | 0.8                      | 3.0             | 23.1     | 39.5     | 24.7                  | 3.93               |
| 8.ช้อปปิ้ง                         | 2.4     | 1.6                      | 4.6             | 22.8     | 41.9     | 25.5                  | 3.88               |
| 9.ชีวิตยามราตรี                    | 5.6     | 1.3                      | 4.6             | 25.8     | 40.6     | 22.0                  | 3.82               |
| 10.วิถีไทย                         | 3.0     | 0.5                      | 6.2             | 24.7     | 47.3     | 17.5                  | 3.78               |
| 11.คุณภาพการ<br>บริการ             | 4.3     | 1.1                      | 8.6             | 30.9     | 36.3     | 18.0                  | 3.65               |
| 12.การคมนาคม                       | 3.0     | 3.0                      | 11.0            | 38.7     | 34.4     | 9.9                   | 3.39               |
| 13.ความปลอดภัย                     | 2.4     | 1.9                      | 16.9            | 42.7     | 27.2     | 8.3                   | 3.24               |
| 14.ความสะอาด                       | 2.7     | 6.5                      | 24.2            | 38.4     | 18.3     | 9.1                   | 2.99               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1, เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 5. ปัจจัยสำคัญในการวางแผนเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินเข้ามาในประเทศไทย ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวโอเชียเนียให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าเป็นอันดับแรก ปัจจัยสำคัญรองลงมาคือ ความปลอดภัยเป็นธรรมดาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกังวลต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตนเองอยู่แล้ว โดยเฉพาะในการเยือนประเทมิช่าวเกี่ยวกับความรุนแรงจากความขัดแย้งทางการเมือง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวโอเชียเนียยังคำนึงถึง ผู้คน การคมนาคม และที่พักอีกด้วย (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12: ปัจจัยสำคัญเมื่อกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำการวางแผนมาเที่ยวประเทศไทย

| รายการ                               | ร้อยละ   |                     |           |                  |          |                    | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|--------------------------------------|----------|---------------------|-----------|------------------|----------|--------------------|--------------------|
|                                      | ไม่สำคัญ | สำคัญ<br>น้อยที่สุด | สำคัญน้อย | สำคัญ<br>ปานกลาง | สำคัญมาก | สำคัญ<br>มากที่สุด |                    |
| 1. คุ้มค่า                           | 0.8      | 0.5                 | 4.6       | 29.0             | 46.2     | 18.8               | 3.76               |
| 2. ความปลอดภัย                       | 1.6      | 1.6                 | 7.3       | 23.7             | 42.7     | 22.6               | 3.73               |
| 3. ผู้คน                             | 1.6      | 2.2                 | 8.6       | 28.2             | 38.4     | 20.2               | 3.62               |
| 4. การคมนาคม                         | 2.2      | 2.2                 | 7.8       | 30.6             | 42.5     | 14.5               | 3.53               |
| 5. ที่พัก                            | 2.4      | 2.4                 | 10.8      | 30.9             | 38.2     | 14.8               | 3.45               |
| 6. ความสะอาด                         | 4.0      | 3.2                 | 11.3      | 30.1             | 35.2     | 15.6               | 3.37               |
| 7. อาหาร                             | 2.4      | 3.0                 | 15.1      | 32.8             | 30.1     | 15.9               | 3.34               |
| 8. สภาพอากาศ                         | 6.5      | 2.4                 | 8.3       | 37.1             | 36.6     | 9.1                | 3.22               |
| 9. วัฒนธรรม                          | 4.8      | 3.5                 | 17.7      | 35.2             | 29.6     | 8.3                | 3.07               |
| 10. แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 7.5      | 4.8                 | 10.8      | 36.0             | 33.1     | 7.5                | 3.05               |
| 11. ทะเล ชายหาด                      | 13.4     | 5.9                 | 7.3       | 27.4             | 33.9     | 12.1               | 2.99               |
| 12. ชื้อปิ้ง                         | 9.1      | 10.8                | 15.6      | 25.0             | 26.3     | 12.9               | 2.88               |
| 13. แหล่งท่องเที่ยว<br>มรดกโลก       | 6.5      | 7.3                 | 24.5      | 34.4             | 20.4     | 7.0                | 2.76               |

ตารางที่ 12 (ต่อ): ปัจจัยสำคัญเมื่อกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำการวางแผนมาเที่ยวประเทศไทย

| รายการ           | ร้อยละ   |                     |           |                  |          |                    | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|------------------|----------|---------------------|-----------|------------------|----------|--------------------|--------------------|
|                  | ไม่สำคัญ | สำคัญ<br>น้อยที่สุด | สำคัญน้อย | สำคัญ<br>ปานกลาง | สำคัญมาก | สำคัญ<br>มากที่สุด |                    |
| 14.สปา การนวด    | 12.1     | 16.7                | 14.2      | 23.7             | 22.3     | 10.5               | 2.59               |
| 15.ชีวิตยามราตรี | 14.5     | 9.7                 | 19.4      | 24.7             | 21.2     | 9.9                | 2.59               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 0-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่สำคัญ = 0,

สำคัญมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการที่ได้รับ

นักท่องเที่ยวเอเชียเนียบมีความพอใจกับคนไทยมากที่สุด รองลงมาเป็นทะเลชายหาด ความคุ้มค่า และอาหาร ตามลำดับ แต่เรื่องความสะอาดเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวพอใจน้อยที่สุด รองลงมาได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก และสภาพอากาศ ตามลำดับ จากข้อมูลแสดงว่า นักท่องเที่ยวพอใจกับคนไทยและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของไทยมาก แต่ต้องมีการปรับปรุงเรื่องความสะอาดให้ดีขึ้น ส่วนเรื่องแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกของประเทศไทยที่ได้คะแนนเป็นลำดับท้ายๆ เพราะประเทศไทยไม่มีมรดกโลกที่ยิ่งใหญ่จนสามารถเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างประเทศกัมพูชา นักท่องเที่ยวจึงให้คะแนนในด้านนี้ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13: ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขณะที่อยู่ในประเทศไทย

| รายการ        | ความพึงพอใจ(ร้อยละ) |            |      |         |      |           | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|---------------|---------------------|------------|------|---------|------|-----------|--------------------|
|               | ไม่ได้ใช้<br>บริการ | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก  | มากที่สุด |                    |
| 1.ผู้คน       | 0.5                 | 1.1        | 2.4  | 20.2    | 41.1 | 34.7      | 4.06               |
| 2.ทะเล ชายหาด | 18.8                | 0.3        | 3.5  | 19.9    | 36.0 | 21.2      | 3.92               |
| 3.คุ้มค่า     | 0.3                 | 0.5        | 1.9  | 29.3    | 40.9 | 26.6      | 3.92               |
| 4.อาหาร       | 2.2                 | 1.1        | 4.8  | 26.1    | 37.4 | 28.2      | 3.89               |
| 5.ช้อปปิ้ง    | 7.5                 | 0.8        | 4.8  | 25.8    | 37.9 | 23.1      | 3.84               |
| 6.สปา/การนวด  | 15.3                | 1.3        | 4.0  | 25.3    | 30.1 | 23.7      | 3.84               |
| 7.ที่พัก      | 1.3                 | 0.8        | 3.5  | 30.6    | 39.5 | 23.7      | 3.83               |

ตารางที่ 13 (ต่อ): ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขณะที่อยู่ในประเทศไทย

| รายการ                                | ความพึงพอใจ(ร้อยละ) |            |      |         |      |           | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|---------------------------------------|---------------------|------------|------|---------|------|-----------|--------------------|
|                                       | ไม่ได้ใช้<br>บริการ | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก  | มากที่สุด |                    |
| 8.แหล่งท่องเที่ยวทาง<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 11.3                | 0.5        | 1.9  | 31.2    | 37.6 | 16.9      | 3.78               |
| 9.ความปลอดภัย                         | 0.3                 | 0.5        | 6.2  | 31.5    | 40.6 | 20.4      | 3.75               |
| 10.การคมนาคม                          | 0.3                 | 1.3        | 5.6  | 30.1    | 43.0 | 19.6      | 3.74               |
| 11.วัฒนธรรม                           | 8.9                 | 0.8        | 4.8  | 29.0    | 39.0 | 16.9      | 3.73               |
| 12.ชีวิตยามราตรี                      | 14.2                | 0.8        | 3.8  | 32.5    | 29.6 | 19.1      | 3.73               |
| 13.สภาพอากาศ                          | 4.8                 | 0.3        | 5.6  | 34.1    | 39.2 | 15.3      | 3.67               |
| 14.แหล่งท่องเที่ยว<br>มรดกโลก         | 14.2                | 0.8        | 4.3  | 34.7    | 30.9 | 14.5      | 3.63               |
| 15.ความสะอาด                          | 0.3                 | 4.0        | 14.0 | 34.1    | 32.3 | 15.3      | 3.41               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ พึงพอใจน้อยที่สุด = 1,  
พึงพอใจมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

จากการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมากับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจในเรื่อง ความสะอาด ความปลอดภัย และการคมนาคมมากกว่าที่ที่เขาคาดหวังไว้ (ภาพลักษณ์ก่อนมา) ส่วนด้านการช้อปปิ้ง ผู้ไทย และความคุ้มค่า นั้น ความพึงพอใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับรายการอื่นๆ พบว่ามีนักท่องเที่ยวได้รับความพอใจน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ (ตารางที่ 14)



ตารางที่ 14: การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ

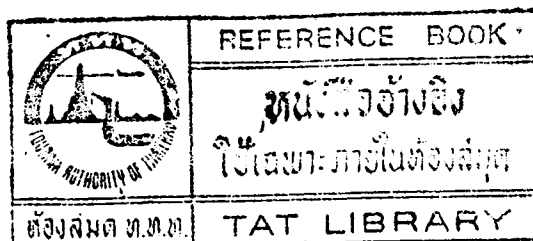
| รายการ                          | คะแนนค่าเฉลี่ย* |             | ระดับความเชื่อมั่น    |
|---------------------------------|-----------------|-------------|-----------------------|
|                                 | ภาพลักษณ์ก่อนมา | ความพึงพอใจ |                       |
| 1. ทะเล ชายหาด                  | 3.96            | 3.92        | 90%                   |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ | 4.00            | 3.78        | 99%                   |
| 3. วัฒนธรรม                     | 3.95            | 3.73        | 99%                   |
| 4. อาหาร                        | 3.96            | 3.89        | 95%                   |
| 5. ชีวิตยามราตรี                | 3.82            | 3.73        | 95%                   |
| 6. ช็อปปิ้ง                     | 3.88            | 3.84        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |
| 7. สปา การนวด                   | 3.93            | 3.84        | 95%                   |
| 8. ผู้คน                        | 4.01            | 4.06        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |
| 9. ความสะอาด                    | 2.99            | 3.41        | 99%                   |
| 10. ความปลอดภัย                 | 3.24            | 3.75        | 99%                   |
| 11. การคมนาคม                   | 3.39            | 3.74        | 99%                   |
| 12. คุ้มราคา                    | 3.94            | 3.92        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 7. ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้

มีนักท่องเที่ยวจากทวีปโอเชียเนียเห็นว่าการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยคุ้มค่างับเวลาที่เสียไปร้อยละ 91.4 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ สักส่วนของผู้ที่มีความยินดีที่จะจ่ายเพื่อกลับมาประเทศไทยอีกครั้ง (ร้อยละ 87.4) นอกจากนี้ยังมีผู้ที่เห็นว่าการมาเยือนครั้งนี้คุ้มค่างับเงินที่จ่ายไปร้อยละ 84.7 และมีผู้ที่เห็นว่าการมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ให้ประสบการณ์ที่คุ้มค่างับร้อยละ 83.3 นับว่าเป็นผลจากการสำรวจที่สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าในสายตาของนักท่องเที่ยวโอเชียเนียยังคงอยู่ (ตารางที่ 15)



## ตารางที่ 15: ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว

| รายการ  | ร้อยละ                   |                 |          |          |                       |
|---|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|
|   | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 1. รู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย                  | 1.1                      | 1.9             | 12.4     | 59.1     | 25.5                  |
| 2. รู้สึกคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป                | 0.3                      | 1.6             | 6.5      | 55.1     | 36.3                  |
| 3. การเยือนครั้งนี้เป็น<br>ประสบการณ์ที่คุ้มค่า | 0.3                      | 0.3             | 15.9     | 51.9     | 31.5                  |
| 4. ยินดีจ่าย เพื่อกลับมาอีกครั้ง                | 1.1                      | 0.8             | 10.5     | 47.3     | 40.1                  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 8. ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้

จากการสอบถามความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวโอเชียเนีย พบว่า นักท่องเที่ยวโอเชียเนียรู้สึกเพลิดเพลินไปกับทริปนี้ร้อยละ 91.9 อีกทั้งยังมีผู้ที่รู้สึกพึงพอใจในการเลือกมาประเทศไทย ร้อยละ 89.8 และมีผู้ที่พึงพอใจกับทริปนี้มากกว่าที่คาดเอาไว้ ร้อยละ 71.5 (ตารางที่ 16)

## ตารางที่ 16: ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว

| รายการ                                  | ร้อยละ                   |                 |          |          |                       |
|---|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|
|   | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 1. เพลิดเพลินกับทริปนี้                 | 0.5                      | 0.5             | 7.0      | 48.4     | 43.5                  |
| 2. ทริปนี้ดีกว่าที่คาดไว้               | 0.3                      | 2.7             | 25.5     | 53.0     | 18.5                  |
| 3. พึงพอใจที่เลือกมาเที่ยว<br>ประเทศไทย | 0.5                      | 1.1             | 8.1      | 56.2     | 33.6                  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 9. ความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียมีความภักดีต่อการท่องเที่ยวที่ไทยสูงกว่า โดยมีนักท่องเที่ยวร้อยละ 87.1 จะแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยวประเทศไทย ร้อยละ 90.9 ต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง และมีถึงร้อยละ 83.6 ที่ระบุว่าจะกลับเที่ยวประเทศไทยอีกอย่างแน่นอน (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17: ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเอเชียที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

| รายการ                                     | ร้อยละ                   |                 |          |          |                       |
|--|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|
|  | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 1. จะกลับมาเพื่อทำธุรกิจ                   | 18.0                     | 16.4            | 25.0     | 27.2     | 12.4                  |
| 2. ต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง             | 0.5                      | 0.5             | 7.8      | 47.6     | 43.3                  |
| 3. จะกลับมาเที่ยวอีกอย่างแน่นอน            | 0.3                      | 1.6             | 14.2     | 43.5     | 40.1                  |
| 4. จะแนะนำให้เพื่อนและ<br>ครอบครัวมาเที่ยว | 0.5                      | 0.5             | 11.3     | 46.2     | 40.9                  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 10. บทสรุป

นักท่องเที่ยวเอเชียเป็นชายมากกว่าหญิงอยู่ในวัยทำงานและวัยเรียน เป็นนักท่องเที่ยวอิสระเกือบทั้งหมด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อน รองลงคือเยี่ยมชมญาติหรือเพื่อน และมาติดต่อธุรกิจ แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจมาประเทศไทยคือ เพื่อนหรือญาติสนิท คู่มือการท่องเที่ยวและนิตยสารการท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวเอเชียไม่ได้มาเที่ยวประเทศไทยส่วนใหญ่จะเลือกไปเยือนเวียดนาม มาเลเซีย และสิงคโปร์แทน ในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ พบว่า แหล่งที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเอเชียนิยมไปเที่ยวรองจากกรุงเทพฯ คือ พัทยา และเชียงใหม่ รวมทั้งอยุธยาและเกาะทางภาคใต้ เช่น เกาะเต่า เกาะช้าง เกาะพีพี เกาะสมุย เป็นต้น เหตุการณ์อันตรายที่เกิดขึ้นบ่อยกับนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้แก่ การถูกโกง อาหารเป็นพิษ และหลงทาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวเอเชียเห็นว่า คนไทย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งทะเล และภูเขา รวมทั้ง อาหารและวัฒนธรรมไทย เป็นภาพลักษณ์ที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย แต่ควรปรับปรุงเรื่องความสะอาด ความปลอดภัยให้มากขึ้น ส่วนปัจจัยที่สำคัญในการวางแผนมาเที่ยวประเทศไทย

ที่นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงมากที่สุด คือ ความคุ้มค่า ความปลอดภัย และผู้คน แต่ปัจจัยด้านชีวิต ยามราตรี สปา และแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก นักท่องเที่ยวโอเชียเนียกลับไม่ค่อยให้ความสำคัญ มากนัก สิ่งที่นักท่องเที่ยวโอเชียเนียประทับใจมากที่สุดในการเยือนครั้งนี้ ได้แก่ อรรถาธิบายของผู้คน ทะเลชายหาด และความคุ้มค่า ขณะที่ด้านที่นักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจต่ำที่สุด ได้แก่ ความสะอาด และแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวโอเชียเนียก็ยังเห็นว่าการ มาท่องเที่ยวในประเทศไทยคุ้มค่ากับเวลาและเงินที่เสียไปซึ่งพวกเขายินดีที่จะจ่ายเพื่อกลับมาประเทศไทยอีกครั้งเพราะพวกเขาได้รับประสบการณ์ที่คุ้มค่านั่นเอง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวโอเชียเนียยังมีความเพลิดเพลินและพึงพอใจในการเลือกมาประเทศไทยและความพึงพอใจดังกล่าวมากกว่าที่คาดไว้ด้วย ผลก็คือนักท่องเที่ยวโอเชียเนียส่วนใหญ่ต้องการกลับมาประเทศไทยอีกครั้งและยืนยันว่าจะ มาพักผ่อนที่ประเทศไทยอย่างแน่นอน ทั้งยังจะแนะนำเพื่อนและครอบครัวให้มาเที่ยวประเทศไทย ด้วย

## พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ยุโรปเหนือหรือกลุ่มสแกนดิเนเวียประกอบด้วยประเทศสวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ ฟินแลนด์ ซึ่งนับเป็นตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย ในช่วงฤดูหนาวของภูมิภาคแถบนี้มีอากาศหนาวอย่างแสนสาหัส ถ้าอุณหภูมิลดต่ำลงถึงขนาดติดลบแทบจะไม่มีโอกาสได้เห็นแสงแดดหรือท้องฟ้าที่สดใสเลยทำให้ ช่วงเวลา ดังกล่าวชาวสแกนดิเนเวียจึงนิยมเดินทางหลบความหนาวเย็น โดยเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศไทย ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจากกลุ่มสแกนดิเนเวียเดินทางมาเที่ยวเมืองไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งการเดินทางมาแต่ละครั้งก็จะพักอยู่นานกว่า 2 สัปดาห์ขึ้นไปบางทีก็อยู่กันเป็นเดือน ชาวสแกนดิเนเวียเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพนิยมมากันทั้งครอบครัว มีอัตราการใช้จ่ายสูง และอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็มีอัตราสูงในแต่ละปี แต่เหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิที่เกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2547 สร้างความสูญเสียกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวกลุ่มสแกนดิเนเวียอย่างยิ่ง ความสูญเสียจากเหตุการณ์ดังกล่าวน่าจะเป็นวิกฤตที่สร้างความเสียหายให้กับตลาดนักท่องเที่ยวจากกลุ่มนี้จนยากจะกู้ให้คืนกลับมา แต่ในทางตรงกันข้ามภาพความมีอัธยาศัยไมตรีและความมีน้ำใจของคน ไทยที่ให้ความช่วยเหลือ พวกเขาอย่างเต็มที่ สร้างความประทับใจให้กับพวกเขาเป็นอย่างยิ่ง รวมทั้งการที่ททท. ได้ตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นใหม่ในสวีเดนก็ยิ่งทำให้สามารถเผยแพร่และส่งเสริมการตลาดได้เต็มที่ยิ่งขึ้น จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เติบโตอย่างรวดเร็ว ในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียเดินทางมาเที่ยวเมืองไทย 645,869 คน ในปี 2550 กลับ โดดสูงขึ้นไปถึง 760,339 คน และในปี 2551 ที่ผ่านมาก็เพิ่มเป็น 820,278 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ทุกวันนี้เที่ยวบินจากประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวียมายังกรุงเทพฯ เต็มแน่นแทบทุกที่นั่ง และยังมีเที่ยวบินเช่าเหมาลำอีกกว่า 652 เที่ยวบินต่อปีที่บินตรงมาลงอยู่ตะเภา กรุงเทพฯ ภูเก็ต กระบี่ และสุราษฎร์ธานี (ผู้จัดการออนไลน์, 2551.) ดังนั้นในช่วงที่นักท่องเที่ยวกลุ่มสแกนดิเนเวียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจึงจำเป็นที่ต้องทำความเข้าใจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน ทั้งยังต้องศึกษาถึงภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มสแกนดิเนเวียด้วยเพื่อทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์ที่ดีและภาพลักษณ์ที่ต้องปรับปรุงให้ดีขึ้นเพื่อแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยต่อไป

## 1. กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ได้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2551 – 2552 มีการเก็บตัวอย่างทั้งหมด 377 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเก็บตัวอย่างนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียที่ใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบกับข้อมูลนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียจากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 757,734 คน เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับผลงานวิจัยนี้

## 2. การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียระหว่างข้อมูลจากการสำรวจกับข้อมูลของ ททท.

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียมีจำนวน 377 คน เป็นนักท่องเที่ยวชายถึงร้อยละ 61 ของกลุ่มตัวอย่าง เกือบทั้งหมดเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองกว่า (ร้อยละ 99.5 ของกลุ่มตัวอย่าง) ตารางที่ 1 นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 58.4 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นชาย และเป็นผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.8 ของกลุ่มตัวอย่าง โดยพบว่าเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษามากที่สุด (ร้อยละ 13.8 ของกลุ่มตัวอย่าง) รองลงมาเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และพนักงานส่วนราชการ (ตารางที่ 2) ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ พบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 80.9 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางมาเพื่อพักผ่อน ส่วนที่เหลือเดินทางมาไทยเพื่อเยี่ยมชมญาติ และติดต่อธุรกิจตามลำดับ (ตารางที่ 3) ซึ่งนักท่องเที่ยวมักจะเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ย 17.11 วัน และเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 156.84 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนต่อวัน (ตารางที่ 4) ข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับสถิติของ ททท. คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียจำนวน 757,734 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาย และเป็นนักท่องเที่ยวอิสระ (ตารางที่ 1) นักท่องเที่ยวเป็นชายมากกว่าหญิง ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยววัยรุ่นจนถึงวัยกลางคน เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา และกลุ่มคนเกษียณอายุ (ตารางที่ 3) วันพักเฉลี่ยในประเทศไทยเท่ากับ 15.05 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 110.31 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนต่อวัน (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 1: เปรียบเทียบข้อมูลการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย  
ในปี พ.ศ. 2551

| รายการ                           | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|----------------------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                                  | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.ความถี่ในการมาเที่ยวประเทศไทย  | 757,734        | 100.0  | 377               | 100.0  |
| เที่ยวครั้งแรก                   | 296,108        | 39.1   | 147               | 39.0   |
| เที่ยวซ้ำ                        | 461,626        | 60.9   | 230               | 61.0   |
| 2. ลักษณะการเที่ยว               | 757,734        | 100.0  | 377               | 100.0  |
| นักท่องเที่ยวอิสระ               | 553,833        | 73.1   | 375               | 99.5   |
| นักท่องเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ | 203,901        | 26.9   | 2                 | 0.5    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 2: เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย  
ในปีพ.ศ.2551

| รายการ                | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-----------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                       | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.เพศ                 | 757,734        | 100.0  | 377               | 100.0  |
| ชาย                   | 469,936        | 62.0   | 220               | 58.4   |
| หญิง                  | 287,798        | 38.0   | 157               | 41.6   |
| 2.อายุ                | 757,734        | 100.0  | 377               | 100.0  |
| ต่ำกว่า 15            | 54,058         | 7.1    | -                 | -      |
| 15-24 ปี              | 99,689         | 13.2   | 77                | 20.4   |
| 25-34 ปี              | 151,445        | 20.0   | 150               | 39.8   |
| 35-44 ปี              | 155,591        | 20.5   | 60                | 15.9   |
| 45-54 ปี              | 143,299        | 18.9   | 62                | 16.4   |
| 55-64 ปี              | 111,762        | 14.7   | 23                | 6.1    |
| 65 ปีขึ้นไป           | 41,890         | 5.5    | 5                 | 1.3    |
| 3.อาชีพ               | 757,734        | 100.0  | 377               | 100.0  |
| ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน | 194,559        | 25.7   | 42                | 11.1   |

ตารางที่ 2 (ต่อ): เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียในปี พ.ศ. 2551

| รายการ            | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                   | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| เกษตรกร           | 6,056          | 0.8    | 2                 | 0.5    |
| นักเรียน/นักศึกษา | 141,827        | 18.7   | 52                | 13.8   |
| เกษียณ            | 37,172         | 4.9    | 9                 | 2.4    |
| แม่บ้าน           | 9,992          | 1.3    | 11                | 2.9    |
| อื่นๆ             | 230,671        | 30.4   | 224               | 59.4   |
| ไม่ระบุ           | -              | -      | 4                 | 1.1    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 3: เปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียในปี พ.ศ. 2551

| รายการ        | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|---------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|               | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| พักผ่อน       | 684,553        | 90.3   | 305               | 80.9   |
| ติดต่อธุรกิจ  | 48,872         | 6.4    | 17                | 4.5    |
| ประชุมสัมมนา  | 11,057         | 1.5    | 2                 | 0.5    |
| ปฏิบัติราชการ | 929            | 0.1    | 0                 | 0.0    |
| อันนินุณ      | -              | -      | 5                 | 1.3    |
| เยี่ยมชมญาติ  | -              | -      | 33                | 8.8    |
| เรียน         | -              | -      | 2                 | 0.5    |
| ตรวจร่างกาย   | -              | -      | 1                 | 0.3    |
| อื่นๆ         | 12,323         | 1.6    | 8                 | 2.1    |
| ไม่ระบุ       | -              | -      | 4                 | 1.1    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)



ตารางที่ 4: เปรียบเทียบวันพักเฉลี่ยและค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียระหว่างข้อมูลของ ททท. กับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของคณะวิจัยในปี พ.ศ. 2551

| รายการ   | ข้อมูลของ ททท. | ข้อมูลของงานวิจัย* |
|--|----------------|--------------------|
| วันพักเฉลี่ย   | 15.05          | 17.11              |
| ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย<br>(ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนต่อวัน) | 110.31         | 156.84             |

หมายเหตุ: \*เนื่องจกัจำนวนนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิง ข้อมูลที่น่าเชื่อถือจึงเป็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (นักท่องเที่ยวอิสระ)

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

### 3. ผลการศึกษา

#### 1. ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวีย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษาหรือสูงกว่า ถึงร้อยละ 66.3 ของกลุ่มตัวอย่าง และมีรายได้ต่อปีก่อนข้างสูงส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 31,321 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อปีขึ้นไป (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5: ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวีย

| รายการ                                  | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|---|------------|--------------|
| <b>1. ระดับการศึกษาสูงสุด</b>           | <b>377</b> | <b>100.0</b> |
| ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า                   | 13         | 3.4          |
| มัธยมศึกษา                              | 104        | 27.6         |
| อุดมศึกษาหรือสูงกว่า                    | 250        | 66.3         |
| ไม่ระบุ                                 | 10         | 2.7          |
| <b>2. รายได้เฉลี่ยต่อปี</b>             | <b>377</b> | <b>100.0</b> |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 7,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ | 11         | 2.9          |
| 7,001 - 12,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ            | 13         | 3.4          |
| 12,001 - 20,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ           | 29         | 7.7          |
| 20,001 - 28,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ           | 14         | 3.7          |
| 28,001 - 31,320 ดอลลาร์สหรัฐฯ           | 29         | 7.7          |
| 31,321 - 40,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ           | 53         | 14.1         |

ตารางที่ 5 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว  
สแกนดิเนเวีย

| รายการ                              | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------------|------------|--------|
| 40,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ       | 43         | 11.4   |
| 50,001 - 60,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ       | 30         | 8.0    |
| 60,001 - 85,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ       | 38         | 10.1   |
| มากกว่า 85,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ขึ้นไป | 43         | 11.4   |
| ไม่ระบุ                             | 74         | 19.6   |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

2. ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวีย

เมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียในเรื่องประสบการณ์ในการเดินทางไปต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 53.6 จะเดินทางต่างประเทศเฉลี่ยปีละ 2-4 ครั้ง และร้อยละ 52.5 คาดว่าในปีนี้จะเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเพียง 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ท่องเที่ยวแบบปกติมากกว่าแบบหรูหรา ด้านแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ มีนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 77.7 ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้ข้อมูลมาจาก เพื่อน/ญาติ รองลงมาคือ คู่มือการท่องเที่ยว และนิตยสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ 19.4 ตามลำดับ แต่นิตยสารการนานาชาติ/โรดโชว์ ไปสเตอร์/โบรชัวร์/VCD และโฆษณา CNN ยังไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเข้าประเทศไทยด้วยเครื่องบิน และเลือกสายการบินปกติ คิดเป็นร้อยละ 80 เนื่องจากมีความสะดวกกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ (ตารางที่ 6)

เมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวเยือนไปมากที่สุดยังคงเป็นกรุงเทพฯ (ร้อยละ 87.8) รองลงมาได้แก่ ภูเก็ต กระบี่ และพัทยา คิดเป็นร้อยละ 23.3, 22.3 และ 22.0 ตามลำดับ นอกจากนั้นแล้วยังพบว่า เกาะต่างๆทางภาคใต้ของไทยยังคงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประเทศไทยมีชื่อเสียงในเรื่องของทะเลและชายหาดที่สวยงามจึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก (ตารางที่ 7) ถ้าไม่ได้มาประเทศไทยพวกเขาจะเลือกไปเยือนประเทศใดแทนประเทศไทยปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียร้อยละ 19.9 ของกลุ่มตัวอย่างเลือกไปเยือนเวียดนามแทนประเทศไทยเนื่องจากจุดเด่นการท่องเที่ยวของเวียดนามคือความสดใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งรัฐบาลเวียดนามยังชูภาพลักษณ์เรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้เวียดนามยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความคล้ายคลึงกับประเทศไทยคือมีทะเลและชายหาดที่สวยงาม เช่น นา จราง (Na Trang) ฟาน ทิเยด (Phan Thiet) มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก

เช่น อ่าวฮาลองเบย์ เมืองเว้ (Hue) เมืองฮอยอัน (Hoi An) ทำให้นักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียส่วนใหญ่สนใจที่จะไปเที่ยวเวียดนามมากกว่าประเทศอื่นๆ ในแถบกลุ่มแม่น้ำโขง (ตารางที่ 8)

สำหรับการประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุในระหว่างที่เที่ยวในประเทศไทย พบว่ามีนักท่องเที่ยวร้อยละ 22.5 ของกลุ่มตัวอย่าง ประสบเหตุการณ์อันตรายหรืออุบัติเหตุ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวผู้ชายและเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งเหตุการณ์ที่นักท่องเที่ยวประสบเป็นการถูกโกงมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เรื่องอาหารเป็นพิษ หลงทาง อุบัติเหตุทางถนนและถูกลักทรัพย์ ตามลำดับ และมีนักท่องเที่ยวเพียงส่วนน้อย ที่ประสบกับเหตุการณ์ความรุนแรง (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 6: ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวีย

| รายการ   | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>1. จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีของการเดินทางไปต่างประเทศ</b> | <b>377</b> | <b>100.0</b> |
| บางครั้ง หรือ 1 ครั้ง                                    | 58         | 15.4         |
| 2 - 4 ครั้ง  | 202        | 53.6         |
| 5 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 114        | 30.2         |
| ไม่ระบุ  | 3          | 0.8          |
| <b>2. รูปแบบการท่องเที่ยว</b>                            | <b>377</b> | <b>100.0</b> |
| แบบปกติ  | 205        | 54.4         |
| แบบสะพายเป้  | 75         | 19.9         |
| แบบประหยัด   | 70         | 18.6         |
| แบบหรูหรา  | 25         | 6.6          |
| ไม่ระบุ  | 2          | 0.5          |
| <b>3. จำนวนครั้งของการเดินทางมาประเทศไทย ในปีนี้</b>     | <b>377</b> | <b>100.0</b> |
| 1 ครั้ง  | 198        | 52.5         |
| 2 ครั้ง  | 95         | 25.2         |
| 3 ครั้ง  | 42         | 11.1         |
| 4 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 32         | 8.5          |
| ไม่ระบุ  | 10         | 2.7          |

## ตารางที่ 6 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสแกนดินเวีย

| รายการ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| <b>4. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย*</b> |            |        |
| เพื่อน/ญาติ   | 293        | 77.7   |
| คู่มือการท่องเที่ยว                                 | 85         | 22.5   |
| นิตยสารการท่องเที่ยว                                | 73         | 19.4   |
| เว็บไซต์อื่นๆ                                       | 72         | 19.0   |
| บริษัทนำเที่ยว                                      | 49         | 13.0   |
| เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย                  | 45         | 11.9   |
| นิตยสารนานาชาติ/โรดโชว์                             | 11         | 2.9    |
| โปสเตอร์/โบรชัวร์/VCD                               | 9          | 2.4    |
| การโฆษณาใน CNN                                      | 3          | 0.8    |
| อื่นๆ   | 20         | 5.4    |
| <b>5. วิธีการเดินทางมาประเทศไทย*</b>                |            |        |
| ทางเครื่องบิน                                       | 370        | 98.1   |
| - สายการบินปกติ                                     | 296        | 80.0   |
| - สายการบินต้นทุนต่ำ                                | 74         | 20.0   |
| ทางบก   | 20         | 5.3    |
| ทางทะเล   | 11         | 2.9    |

หมายเหตุ: \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 7: สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียเลือกเดินทางมาเที่ยว

| รายการ                           | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------------|------------|--------|
| กรุงเทพมหานคร                    | 331        | 87.8   |
| ภูเก็ต                           | 88         | 23.3   |
| กระบี่                           | 84         | 22.3   |
| พัทยา                            | 83         | 22.0   |
| เชียงใหม่                        | 45         | 11.9   |
| เขียงราย                         | 16         | 4.2    |
| อื่นๆ เช่น เกาะทางภาคใต้ เป็นต้น | 183        | 48.5   |

หมายเหตุ: นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2551-2552.

ตารางที่ 8: ประเทศแรกที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย

| รายการ              | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------|
| เวียดนาม            | 75         | 19.9   |
| มาเลเซีย            | 68         | 18.0   |
| สิงคโปร์            | 40         | 10.6   |
| สาธารณรัฐประชาชนจีน | 37         | 9.8    |
| สปป.ลาว             | 35         | 9.3    |
| กัมพูชา             | 27         | 7.2    |
| ฟิลิปปินส์          | 27         | 7.2    |
| อินเดีย             | 26         | 6.8    |
| ฮ่องกง              | 22         | 5.8    |
| อื่นๆ               | 7          | 1.9    |
| ไม่ระบุ             | 13         | 3.4    |
| รวม                 | 377        | 100.0  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 9: เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวประสบขณะท่องเที่ยวในประเทศไทย

| เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ         | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|-----------|--------|
| ไม่ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ | 291       | 77.2   |
| ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ*   | 85        | 22.5   |
| - ถูกโกง                                      | 29        | 7.7    |
| - อาหารเป็นพิษ                                | 21        | 5.6    |
| - หลงทาง                                      | 16        | 4.2    |
| - อุบัติเหตุทางถนน                            | 16        | 4.2    |
| - ถูกลักทรัพย์                                | 13        | 3.4    |
| - ความรุนแรง                                  | 7         | 1.9    |
| - อื่นๆ เช่น แท็กซี่ไม่รับผู้โดยสาร เป็นต้น   | 20        | 5.3    |
| ไม่ระบุ                                       | 1         | 0.3    |

หมายเหตุ: \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย

เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามรูปแบบการเดินทาง จะพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตัวเอง มีวันพักในประเทศไทยเฉลี่ย เท่ากับ 17.11 คืน มีค่าใช้จ่ายระหว่างที่พักอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ย เท่ากับ 156.84 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน โดยกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงสุดคือ การซื้อสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ (แบรนด์เนม) เท่ากับ 25.90 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน รองลงมา ได้แก่ การเล่นเกมอล์ฟ 24.22 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน และการซื้อของที่ระลึกที่เป็นอาหาร 23.63 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแบบซื้อแพ็คเกจทัวร์มีจำนวนตัวอย่างน้อยเกินกว่านำมาใช้อ้างอิง

## ตารางที่ 10: ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง

(หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐฯ/คน/วัน)

| รายการ   | เดินทางด้วยตนเอง* |
|--|-------------------|
| จำนวนคืนที่พัก ในประเทศไทย (คืน)                   | 17.11             |
| ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย                              | 156.84            |
| - ค่าซื้อสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ(แบรนค์เนม)     | 25.90             |
| - ค่าใช้บริการสนามกอล์ฟ                            | 24.22             |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นอาหาร                   | 23.63             |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของไทย    | 22.91             |
| - ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงยามราตรี               | 20.01             |
| - ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสุขภาพ/ผ่าตัด              | 12.92             |
| - ค่าใช้บริการสปา                                  | 6.81              |
| - ค่าใช้จ่ายอื่นๆเช่น อาหาร ที่พัก แท็กซี่ เป็นต้น | 85.13             |

หมายเหตุ: \*นักท่องเที่ยวที่เที่ยวแบบซื้อแพ็คเกจทัวร์มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิงได้ จึงนำเสนอเฉพาะข้อมูลของกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 4. ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย

นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ประเทศไทยในด้านทะเลชายหาดมากที่สุด รองลงมาได้แก่ คนไทย ความคุ้มค่า สปาและการนวดแผนไทย และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ แสดงว่าประเทศไทยมีภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทะเลและชายหาด (Beach Destination) เค้นชัดที่สุดในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ไม่ค่อยดีต่อภาพลักษณ์ด้านความสะอาดมากที่สุด รองลงมาคือ ความปลอดภัย และการคมนาคม ตามลำดับ ดังนั้นภาพลักษณ์ทั้งสามประการนี้ต้องได้รับการปรับปรุง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะได้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11: ภาพลักษณ์ประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงก่อนที่จะเดินทางมาประเทศไทย

| รายการ                              | ร้อยละ  |                          |                 |              |          |                       | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|-------------------------------------|---------|--------------------------|-----------------|--------------|----------|-----------------------|--------------------|
|                                     | ไม่ทราบ | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็น<br>กลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |                    |
| 1. ทะเล ชายหาด                      | 4.0     | 0.5                      | 1.9             | 10.6         | 42.4     | 40.6                  | 4.26               |
| 2. ผู้คน                            | 1.3     | 1.3                      | 1.6             | 17.0         | 46.4     | 32.1                  | 4.08               |
| 3. ค่ำราคา                          | 1.3     | 0.5                      | 1.3             | 17.5         | 50.7     | 28.6                  | 4.07               |
| 4. สถาปัตยกรรม                      | 6.4     | 0.5                      | 2.4             | 17.8         | 43.0     | 29.7                  | 4.06               |
| 5. แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 2.4     | 0.0                      | 1.6             | 15.9         | 57.0     | 22.8                  | 4.04               |
| 6. วิถีไทย                          | 1.9     | 0.3                      | 2.1             | 18.8         | 50.4     | 26.0                  | 4.02               |
| 7. อาหาร                            | 0.8     | 0.5                      | 3.7             | 20.2         | 46.7     | 28.1                  | 3.99               |
| 8. ช็อปปิ้ง                         | 2.1     | 1.1                      | 2.7             | 24.1         | 42.4     | 27.6                  | 3.95               |
| 9. วัฒนธรรม                         | 2.7     | 0.3                      | 3.2             | 27.9         | 51.5     | 14.3                  | 3.79               |
| 10. ชีวิตยามราตรี                   | 5.3     | 0.3                      | 5.3             | 30.5         | 39.8     | 18.6                  | 3.75               |
| 11. คุณภาพการบริการ                 | 2.4     | 1.3                      | 7.4             | 29.7         | 39.3     | 19.9                  | 3.71               |
| 12. การคมนาคม                       | 2.1     | 3.2                      | 12.2            | 37.4         | 33.2     | 11.9                  | 3.39               |
| 13. ความปลอดภัย                     | 4.0     | 2.7                      | 13.3            | 33.4         | 38.2     | 8.0                   | 3.37               |
| 14. ความสะอาด                       | 3.2     | 6.1                      | 23.3            | 39.5         | 20.4     | 6.6                   | 2.98               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1, เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 5. ปัจจัยสำคัญในการวางแผนเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

ในการวางแผนมาประเทศไทยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องความคุ้มค่าเป็นอันดับหนึ่ง ในภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปัจจุบันการเดินทางไปที่ไหนก็ตามที่หนึ่งจึงต้องคำนึงถึงความประหยัดและความคุ้มค่าก่อน ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญรองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล ชายหาด ความปลอดภัย สภาพอากาศ และผู้คนส่วนปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือชีวิตยามราตรี (ตารางที่ 12)



ตารางที่ 12: ปัจจัยสำคัญเมื่อกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำการวางแผนมาเที่ยวประเทศไทย

| รายการ                               | ร้อยละ   |                     |               |                  |              |                    | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|--------------------------------------|----------|---------------------|---------------|------------------|--------------|--------------------|--------------------|
|                                      | ไม่สำคัญ | สำคัญ<br>น้อยที่สุด | สำคัญ<br>น้อย | สำคัญ<br>ปานกลาง | สำคัญ<br>มาก | สำคัญมาก<br>ที่สุด |                    |
| 1. ค่ำมราคา                          | 0.8      | 0.0                 | 2.9           | 21.2             | 51.2         | 23.3               | 3.93               |
| 2. ทะเล ชายหาด                       | 6.4      | 0.8                 | 2.9           | 17.2             | 47.7         | 24.9               | 3.74               |
| 3. ความปลอดภัย                       | 1.3      | 1.6                 | 7.2           | 23.1             | 44.8         | 21.5               | 3.74               |
| 4. สภาพอากาศ                         | 2.9      | 0.8                 | 4.2           | 23.3             | 49.6         | 18.8               | 3.73               |
| 5. ผู้คน                             | 2.9      | 1.3                 | 9.8           | 30.5             | 36.6         | 18.0               | 3.52               |
| 6. การคมนาคม                         | 0.8      | 1.6                 | 10.3          | 32.9             | 41.6         | 12.2               | 3.50               |
| 7. อาหาร                             | 2.7      | 3.2                 | 10.1          | 30.2             | 41.1         | 12.5               | 3.42               |
| 8. ที่พัก                            | 1.6      | 2.9                 | 12.7          | 28.6             | 42.7         | 9.0                | 3.38               |
| 9. ความสะอาด                         | 2.9      | 4.8                 | 12.7          | 26.8             | 42.4         | 9.8                | 3.31               |
| 10. ช็อปปิ้ง                         | 3.7      | 8.8                 | 13.8          | 28.6             | 32.4         | 12.7               | 3.15               |
| 11. แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 7.4      | 2.9                 | 13.5          | 38.2             | 34.0         | 3.2                | 2.99               |
| 12. สถาปัตยกรรม                      | 11.4     | 8.5                 | 15.9          | 25.2             | 27.3         | 11.7               | 2.84               |
| 13. มรดกโลก                          | 10.3     | 4.2                 | 19.4          | 37.9             | 24.7         | 2.1                | 2.70               |
| 14. วัฒนธรรม                         | 10.9     | 3.7                 | 19.9          | 38.2             | 24.7         | 2.4                | 2.69               |
| 15. ชีวิตยามราตรี                    | 15.1     | 8.0                 | 23.6          | 27.3             | 19.1         | 6.9                | 2.48               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 0-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่สำคัญ = 0, สำคัญมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

#### 6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการที่ได้รับ

นักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียมีความพอใจกับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมากที่สุด รองลงมา เป็นความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป สภาพอากาศ คนไทย และอาหารไทย ตามลำดับ แต่เรื่องความสะอาดเป็นเรื่องที่นักท่องเที่ยวพอใจน้อยที่สุด รองลงมาได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และชีวิตยามราตรี ตามลำดับ จากข้อมูลแสดงว่าความสวยงามของทะเล

ของไทยและความคุ้มราคายังคงเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ต้องมีการปรับปรุงเรื่องความสะดวกให้ดีขึ้น (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13: ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขณะที่อยู่ในประเทศไทย

| รายการ                              | ความพึงพอใจ (ร้อยละ) |            |      |         |      |           | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|-------------------------------------|----------------------|------------|------|---------|------|-----------|--------------------|
|                                     | ไม่ได้ใช้<br>บริการ  | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก  | มากที่สุด |                    |
| 1.ทะเล ชายหาด                       | 5.0                  | 0.5        | 0.8  | 13.3    | 47.7 | 32.4      | 4.17               |
| 2.คุ้มราคา                          | 0.3                  | 0.3        | 2.4  | 21.2    | 46.4 | 28.6      | 4.02               |
| 3.สภาพอากาศ                         | 1.1                  | 0.5        | 0.8  | 25.7    | 43.5 | 28.4      | 3.99               |
| 4.ผู้คน                             | 1.1                  | 1.1        | 3.7  | 22.8    | 39.8 | 31.3      | 3.98               |
| 5.อาหาร                             | 0.5                  | 1.3        | 4.5  | 24.1    | 42.7 | 26.8      | 3.90               |
| 6.สปา/การนวด                        | 10.1                 | 1.3        | 5.3  | 22.0    | 35.5 | 25.5      | 3.88               |
| 7.ช้อปปิ้ง                          | 1.1                  | 1.1        | 5.0  | 29.4    | 39.5 | 23.6      | 3.81               |
| 8.ที่พัก                            | 0.5                  | 0.5        | 2.9  | 32.6    | 42.7 | 19.6      | 3.79               |
| 9.ความปลอดภัย                       | 0.8                  | 1.1        | 3.7  | 35.8    | 39.5 | 18.8      | 3.72               |
| 10.แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 8.2                  | 0.5        | 3.4  | 30.8    | 44.8 | 11.9      | 3.70               |
| 11.การคมนาคม                        | 0.8                  | 0.5        | 7.7  | 34.2    | 39.5 | 16.7      | 3.65               |
| 12.ชีวิตยามราตรี                    | 12.7                 | 2.1        | 5.6  | 35.8    | 28.1 | 15.1      | 3.56               |
| 13.วัฒนธรรม                         | 10.9                 | 0.8        | 4.8  | 38.5    | 36.3 | 8.5       | 3.53               |
| 14.แหล่งท่องเที่ยว<br>มรดกโลก       | 14.1                 | 0.5        | 5.6  | 40.8    | 27.1 | 10.6      | 3.49               |
| 15.ความสะดวก                        | 1.1                  | 3.7        | 12.5 | 41.9    | 25.7 | 14.6      | 3.36               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ พึงพอใจน้อยที่สุด = 1, พึงพอใจมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมาประเทศไทย (ความคาดหวัง) และความพึงพอใจในแต่ละด้านที่ได้รับหลังการเยือนประเทศไทยแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในด้านทะเลชายหาด แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ วัฒนธรรม อาหาร ชีวิตยามราตรี การช้อปปิ้ง สปาการนวด และผู้คนในประเทศ น้อยกว่าที่เขาคาดหวังเอาไว้ ในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยว

ได้รับความพึงพอใจในด้านความสะอาด ความปลอดภัย และการคมนาคมมากกว่าที่เขาคาดหวังเอาไว้ ส่วนด้านความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างภาพลักษณ์ก่อนมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14: การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ

| รายการ                                 | คะแนนค่าเฉลี่ย  |             | ระดับความเชื่อมั่น    |
|--|-----------------|-------------|-----------------------|
|  | ภาพลักษณ์ก่อนมา | ความพึงพอใจ |                       |
| 1. ชายหาด ทะเล                         | 4.26            | 4.17        | 95%                   |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ<br>อื่นๆ | 4.04            | 3.70        | 99%                   |
| 3. วัฒนธรรม                            | 3.79            | 3.53        | 99%                   |
| 4. อาหาร                               | 3.99            | 3.90        | 95%                   |
| 5. ชีวิตยามราตรี                       | 3.75            | 3.56        | 99%                   |
| 6. ช็อปปิ้ง                            | 3.95            | 3.81        | 99%                   |
| 7. สปา/การนวด                          | 4.06            | 3.88        | 99%                   |
| 8. ผู้คน                               | 4.08            | 3.98        | 99%                   |
| 9. ความสะอาด                           | 2.98            | 3.36        | 99%                   |
| 10. ความปลอดภัย                        | 3.37            | 3.72        | 99%                   |
| 11. การคมนาคม                          | 3.39            | 3.65        | 99%                   |
| 12. คุ้มค่า                            | 4.07            | 4.02        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

#### 7. ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้

เมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวจากทวีปสแกนดิเนเวียถึงคุณค่าที่ได้รับจากการเยือนประเทศไทยในครั้งนี้นพบว่า ร้อยละ 83.3 เห็นว่าการเยือนประเทศไทยคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ร้อยละ 87.5 เห็นว่าคุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ไป ร้อยละ 81.7 เห็นการเยือนครั้งนี้เป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า และร้อยละ 82.2 ยินดีที่จะกลับมาเที่ยวประเทศไทย (ตารางที่ 15)

## ตารางที่ 15: ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว

| รายการ  | ร้อยละ                   |                 |          |          |                       |
|---|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|
|   | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 1. รู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย                  | 0.3                      | 1.6             | 14.6     | 54.4     | 28.9                  |
| 2. รู้สึกคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป                | 0.3                      | 0.8             | 11.1     | 52.5     | 35.0                  |
| 3. การเยือนครั้งนี้เป็น<br>ประสบการณ์ที่คุ้มค่า | 0.0                      | 1.3             | 16.4     | 52.0     | 29.7                  |
| 4. ยินดีจ่าย เพื่อกลับมาอีกครั้ง                | 1.6                      | 2.4             | 13.5     | 41.6     | 40.6                  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 8. ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้

นักท่องเที่ยวจากสแกนดิเนเวียส่วนใหญ่ (ร้อยละ 89.4) รู้สึกเพลิดเพลินในการมาเที่ยวประเทศไทยและรู้สึกพอใจที่ตัดสินใจมาเที่ยวไทยในครั้งนี้ (ร้อยละ 85.9) สำหรับคำถามที่ว่า การมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ดีเกินความคาดหวังหรือไม่ พบว่า มีนักท่องเที่ยวร้อยละ 66.6 ตอบว่าใช่ (ตารางที่ 16)

## ตารางที่ 16: ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

| รายการ                           | ร้อยละ                   |                 |          |          |                       |
|----------------------------------|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|
|                                  | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 1. เพลิดเพลินกับทริปนี้          | 0.3                      | 0.8             | 9.3      | 45.4     | 44.0                  |
| 2. ทริปนี้ดีกว่าที่คาดไว้        | 1.1                      | 2.7             | 28.9     | 48.0     | 18.6                  |
| 3. พอใจที่เลือกมาเที่ยวประเทศไทย | 0.5                      | 1.1             | 11.7     | 50.9     | 35.0                  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 9. ความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการสำรวจความภักดีของนักท่องเที่ยวจากสแกนดิเนเวียหลังเสร็จสิ้นทริปในประเทศไทย พบว่า มีนักท่องเที่ยวร้อยละ 85.1 ต้องการกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง นักท่องเที่ยวร้อยละ 84.9 จะแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยวประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 77.5 ยืนยันว่าจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกอย่างแน่นอน (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17: ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

| รายการ                                 | ร้อยละ                   |             |          |          |                       |
|--|--------------------------|-------------|----------|----------|-----------------------|
|  | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 1. จะกลับมาเพื่อทำธุรกิจ               | 15.4                     | 19.9        | 29.4     | 23.3     | 9.0                   |
| 2. ต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง         | 0.8                      | 1.9         | 11.4     | 43.2     | 41.9                  |
| 3. จะกลับมาเที่ยวอีกอย่างแน่นอน        | 1.3                      | 2.4         | 18.0     | 40.1     | 37.4                  |
| 4. จะแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวมาเที่ยว | 1.1                      | 1.3         | 11.9     | 43.8     | 41.1                  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 10. บทสรุป

นักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียที่มาเที่ยวประเทศไทยมีอายุอยู่ในช่วงของวัยรุ่นตอนปลายและวัยทำงาน ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษา เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวซ้ำและเป็นนักท่องเที่ยวอิสระเกือบทั้งหมด วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาเที่ยวครั้งนี้ยังคงมาเพื่อพักผ่อน โดยใช้ข้อมูลจากคำบอกเล่าจากเพื่อนหรือญาติเป็นหลักประกอบการใช้คู่มือการท่องเที่ยว ในการตัดสินใจเที่ยวไทยในครั้งนี้ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวได้แก่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต และกระบี่ แต่ถ้าไม่ได้มาเที่ยวประเทศไทยนักท่องเที่ยวจะเลือกไปเยือนประเทศเวียดนามและมาเลเซียแทนเป็นอันดับหนึ่งและสองตามลำดับ ปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบมากที่สุดในการมาเที่ยวประเทศไทย คือ การถูกโกง อาหารเป็นพิษ และหลงทาง

นักท่องเที่ยวเห็นว่าภาพลักษณ์ที่มีชื่อเสียงของการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ความเป็นมิตรของคนไทย และความคุ้มค่า ขณะที่ภาพลักษณ์เรื่องความสะอาด ความปลอดภัย และระบบการคมนาคมยังต้องปรับปรุงอยู่ ส่วนปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในการวางแผนมาประเทศไทยครั้งนี้ ได้แก่ ความคุ้มค่า ทะเลชายหาด และความปลอดภัย ขณะที่ความบันเทิงยามราตรี วัฒนธรรม และมรดกโลก เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงเป็น

ลำดับท้ายๆ สิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุดในการเยือนไทยครั้งนี้ ได้แก่ ทะเลชายหาด ความ  
คุ้มค่า และสภาพอากาศ ตามลำดับ ขณะที่ความสะอาด แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกและวัฒนธรรม  
อื่นๆ เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวพอใจน้อยที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวยังคงเห็นว่า การท่องเที่ยว  
ครั้งนี้มีความคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่เสียไป ทั้งยังยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อให้ได้กลับมาเที่ยวประเทศ  
ไทยอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับความพอใจโดยรวมที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยที่  
แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินกับการมาเที่ยวประเทศไทยและรู้สึกพอใจที่  
ตัดสินใจมาเที่ยวครั้งนี้ อีกทั้งรู้สึกว่าการมาเที่ยวครั้งนี้ดีกว่าที่คิดไว้ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยัง  
ต้องการจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้งและจะแนะนำให้เพื่อนและครอบครัวให้มาเที่ยว  
ประเทศไทยด้วย

## พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอังกฤษที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวตลาดอังกฤษเป็นฐานตลาดใหญ่ที่สุดของนักท่องเที่ยวยุโรปและใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลกอีกด้วยจากในปี 2550 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่เดินทางมาประเทศไทยอยู่ในระดับ 3.689 ล้านคน สร้างรายได้คิดเป็น 2.07 แสนล้านบาท และในปี 2551 ที่ผ่านมา ตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่เดินทางมาที่ประเทศไทยโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากอังกฤษ ช่วงเดือน ม.ค.-ก.ค. พบว่ามีจำนวนเกือบ 5 แสนคน สร้างรายได้ 4.75 หมื่นล้านบาทแล้ว นักท่องเที่ยวอังกฤษนับว่าเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญมากของประเทศไทยเนื่องจากนักท่องเที่ยวอังกฤษเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวในระดับต้นๆให้กับประเทศไทย ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีค่าใช้จ่ายต่อคนประมาณวันละ 3,800 บาท และจำนวนวันที่พักอาศัยอยู่ในไทยยาวนานเฉลี่ย 16.7 วันต่อครั้ง (ธเนศวร์ เพชรสุวรรณ (ททท.ลอนดอน), 2551.) แต่ปัญหาเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อตรงต่อประชาชนในยุโรป ทำให้การท่องเที่ยวของคนอังกฤษที่จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้รับผลกระทบมากขึ้น รวมถึงปัญหาการปิดล้อมสนามบินก่อนหน้านี้ ทำให้เกิดการยกเลิกและชลอการเดินทางมาเที่ยวไทย ต่อมายังเจอปัญหาที่ยืดเยื้อทำให้รัฐบาลอเมริกา อังกฤษ ออกประกาศเตือนนักท่องเที่ยวระวังการเดินทางมาเที่ยวไทย ซึ่งจากจุดนี้จะทำให้การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบหนักขึ้นไปอีกนอกจากเดิมที่เข้อยู่แล้ว ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอังกฤษจะช่วยให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวอังกฤษมากขึ้น และเป็น การส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวอังกฤษให้เติบโตมากขึ้น เพื่อช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของไทยดีขึ้นอีกด้วย

### 1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวอังกฤษที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2551- 2552 จำนวน 529 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การเก็บข้อมูลจะเก็บจากนักท่องเที่ยวอังกฤษที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว และรอขึ้นเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ เชียงใหม่ ประกอบกับข้อมูลนักท่องเที่ยวอังกฤษจากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 746,422 คน เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับผลงานวิจัยนี้

## 2. การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษระหว่างข้อมูลจากการสำรวจกับข้อมูลของ ททท.

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมีจำนวน 529 คน เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรกถึงร้อยละ 53.5 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวอิสระเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 97.7 ของกลุ่มตัวอย่าง) ดังตารางที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มากกว่าร้อยละ 64.3 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นชาย ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นหญิงมีเพียงร้อยละ 35.7 ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.9 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือช่วงอายุ 25-34 ปี ร้อยละ 26.8 ของกลุ่มตัวอย่าง โดยพบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (ร้อยละ 21 ของกลุ่มตัวอย่าง) รองลงมา เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และผู้ที่เกษียณอายุ (ตารางที่ 2) ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ นอกจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อนเป็นจุดประสงค์หลักแล้ว (ร้อยละ 82.2) ยังมีนักท่องเที่ยวมาประเทศไทยเพื่อเยี่ยมชมอีกร้อยละ 7.4 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 3) นักท่องเที่ยวมักจะเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ย 17.70 วัน และเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 170.28 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน (ตารางที่ 4) ข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับสถิติของ ททท. คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษจำนวน 746,422 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวอิสระยกเว้นที่เป็นนักท่องเที่ยวซ้ำมากกว่าเท่านั้น (ตารางที่ 1) นักท่องเที่ยวเป็นชายมากกว่าหญิง ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวอังกฤษเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ (65 ปีขึ้นไป) ด้วยร้อยละ 5.2 ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนเรื่องอาชีพของนักท่องเที่ยวที่นั่น พบว่า นักท่องเที่ยวอังกฤษเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา และกลุ่มคนเกษียณอายุ (ตารางที่ 2) นักท่องเที่ยวมาไทยเพื่อพักผ่อนมากที่สุด (เกือบร้อยละ 90) รองลงมาคือเพื่อติดต่อธุรกิจร้อยละ 6.7 นักท่องเที่ยวเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ย 16.70 วัน และเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 110.24 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน

ตารางที่ 1: เปรียบเทียบข้อมูลการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ในปี พ.ศ. 2551

| รายการ                          | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|---------------------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                                 | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.ความถี่ในการมาเที่ยวประเทศไทย | 746,422        | 100.0  | 529               | 100.0  |
| เที่ยวครั้งแรก                  | 303,129        | 40.6   | 283               | 53.5   |
| เที่ยวซ้ำ                       | 443,293        | 59.4   | 242               | 45.7   |
| ไม่ระบุ                         | -              | -      | 4                 | 0.8    |



ตารางที่ 1 (ต่อ): เปรียบเทียบข้อมูลการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ  
ในปี พ.ศ. 2551

| รายการ                           | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|----------------------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                                  | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 2. ลักษณะการเที่ยว               | 746,422        | 100.0  | 529               | 100.0  |
| นักท่องเที่ยวอิสระ               | 617,891        | 82.8   | 517               | 97.7   |
| นักท่องเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ | 128,531        | 17.2   | 11                | 2.1    |
| ไม่ระบุ                          | -              | -      | 1                 | 0.2    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 2: เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ  
ในปี พ.ศ. 2551

| รายการ                | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-----------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                       | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| 1.เพศ                 | 746,422        | 100.0  | 529               | 100.0  |
| ชาย                   | 513,917        | 68.9   | 340               | 64.3   |
| หญิง                  | 232,505        | 31.1   | 189               | 35.7   |
| 2.อายุ                | 746,422        | 100.0  | 529               | 100.0  |
| ต่ำกว่า 15            | 13,777         | 1.8    | -                 | -      |
| 15-24 ปี              | 107,940        | 14.5   | 158               | 29.9   |
| 25-34 ปี              | 205,667        | 27.6   | 142               | 26.8   |
| 35-44 ปี              | 151,578        | 20.3   | 70                | 13.2   |
| 45-54 ปี              | 128,089        | 17.2   | 75                | 14.2   |
| 55-64 ปี              | 100,918        | 13.5   | 60                | 11.3   |
| 65 ปีขึ้นไป           | 38,453         | 5.2    | 20                | 3.8    |
| ไม่ระบุ               | -              | -      | 4                 | 0.8    |
| 3.อาชีพ               | 746,422        | 100.0  | 529               | 100.0  |
| ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน | 222,498        | 29.8   | 111               | 21.0   |
| พนักงานส่วนราชการ     | 7,604          | 1.0    | 29                | 5.5    |
| เกษตรกร               | 2,640          | 0.4    | 1                 | 0.2    |

ตารางที่ 2 (ต่อ): เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ  
ในปี พ.ศ. 2551

| รายการ            | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|-------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                   | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| นักเรียน/นักศึกษา | 83,580         | 11.2   | 97                | 18.3   |
| เกษียณ            | 56,688         | 7.6    | 37                | 7.0    |
| แม่บ้าน           | 20,018         | 2.7    | 8                 | 1.5    |
| อื่นๆ             | 233,267        | 31.3   | 237               | 44.8   |
| ไม่ระบุ           | -              | -      | 9                 | 1.7    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 3: เปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษในปี พ.ศ. 2551

| รายการ        | ข้อมูลของ ททท. |        | ข้อมูลของงานวิจัย |        |
|---------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|               | จำนวน (คน)     | ร้อยละ | จำนวน (คน)        | ร้อยละ |
| พักผ่อน       | 659,096        | 88.3   | 435               | 82.2   |
| ติดต่อธุรกิจ  | 50,240         | 6.7    | 10                | 1.9    |
| ประชุมสัมมนา  | 14,099         | 1.9    | 5                 | 0.9    |
| ปฏิบัติราชการ | 1,797          | 0.2    | 1                 | 0.2    |
| ฮันนีมูน      | -              | -      | 14                | 2.6    |
| เยี่ยมญาติ    | -              | -      | 39                | 7.4    |
| เรียน         | -              | -      | 1                 | 0.2    |
| ตรวจร่างกาย   | -              | -      | 1                 | 0.2    |
| อื่นๆ         | 21,190         | 2.8    | 21                | 4.0    |
| ไม่ระบุ       | -              | -      | 4                 | 0.8    |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 4: เปรียบเทียบวันพักผ่อนและค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษระหว่างข้อมูลของ ททท. กับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของคณะวิจัยในปี พ.ศ. 2551

| รายการ   | ข้อมูลของ ททท. | ข้อมูลของงานวิจัย* |
|--|----------------|--------------------|
| วันพักผ่อน   | 16.70          | 17.70              |
| ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย<br>(ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน) | 110.24         | 170.28             |

หมายเหตุ: \*เนื่องจากรายการนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิง ข้อมูลที่นำเสนอจึงเป็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (นักท่องเที่ยวอิสระ)

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) และจากการสำรวจ (2551-2552)

### 3. ผลการศึกษา

#### 1. ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

นักท่องเที่ยวอังกฤษกว่าร้อยละ 74.5 จบการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือสูงกว่า และนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมีรายได้ต่อปีกระจายอยู่ในช่วงที่มากกว่า 12,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนต่อปี ขึ้นไป (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5: ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

| รายการ                                  | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|---|------------|--------------|
| <b>1. ระดับการศึกษาสูงสุด</b>           | <b>529</b> | <b>100.0</b> |
| ประถมหรือต่ำกว่า                        | 3          | 0.6          |
| มัธยมศึกษาหรืออาชีวศึกษา                | 126        | 23.8         |
| อุดมศึกษาหรือสูงกว่า                    | 394        | 74.5         |
| ไม่ระบุ                                 | 6          | 1.1          |
| <b>2. รายได้เฉลี่ยต่อปี</b>             | <b>529</b> | <b>100.0</b> |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 7,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ | 11         | 2.1          |
| 7,001 - 12,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ            | 16         | 3.0          |
| 12,001 - 20,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ           | 39         | 7.4          |
| 20,001 - 28,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ           | 37         | 7.0          |
| 28,001 - 31,320 ดอลลาร์สหรัฐฯ           | 43         | 8.1          |

## ตารางที่ 5 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

| รายการ                             | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------|------------|--------|
| 31,321 - 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ       | 55         | 10.4   |
| 40,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ       | 59         | 11.2   |
| 50,001 - 60,000 ดอลลาร์สหรัฐ       | 38         | 7.2    |
| 60,001 - 85,000 ดอลลาร์สหรัฐ       | 41         | 7.8    |
| มากกว่า 85,000 ดอลลาร์สหรัฐ ขึ้นไป | 47         | 8.9    |
| ไม่ระบุ                            | 143        | 27.0   |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 2. ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

ในรอบใน 5 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวอังกฤษเดินทางต่างประเทศโดยเฉลี่ย 2-4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 56.7 ของกลุ่มตัวอย่าง ในการมาเที่ยวประเทศไทยในปีนี้ พบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 67.67 คาดว่าจะมาประเทศไทยปีนี้เพียง 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวแบบปกติ (ร้อยละ 48.6) ส่วนที่มาท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ (Backpack) มีถึงร้อยละ 25.9 ของกลุ่ม แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจมาประเทศไทยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง สอบถามข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติสนิทมากถึงร้อยละ 74.7 รองลงมาคือคู่มือการท่องเที่ยว ร้อยละ 22.3 และเว็บไซต์อื่นๆ ร้อยละ 14.6 แต่การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้กับนักท่องเที่ยวโดยการคิดโปรโมเตอร์ การโฆษณาใน CNN หรือจัดนิทรรศการนานาชาติอาจไม่ได้ผลมากนัก โดยมีนักท่องเที่ยวตอบว่าเลือกแหล่งข้อมูลทั้งสามประเภทนี้น้อยมาก (ตารางที่ 6)

ส่วนการเดินทางเข้าประเทศไทยนักท่องเที่ยวร้อยละ 97.4 เดินทางเข้าประเทศไทยด้วยเครื่องบิน สิ่งที่น่าสนใจคือนักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้บริการของสายการบินปกติมากถึงร้อยละ 84.1 ของกลุ่มตัวอย่าง แต่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เพียงร้อยละ 14.6 เท่านั้น (ตารางที่ 6) และพบว่า กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ตยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวอังกฤษเลือกมาเที่ยวมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวอังกฤษยังนิยมไปเที่ยวหัวหินและเกาะทางภาคใต้ของไทยด้วย ซึ่งนับสัดส่วนรวมกันได้ถึงร้อยละ 41.6 แสดงให้เห็นว่าภาคใต้ของประเทศไทยยังเป็นจุดหมายของการพักผ่อนชายทะเล (Beach Destination) ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวมาก นอกเหนือจากภูเก็ต พัทยา และกระบี่ (ตารางที่ 7)

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวอังกฤษ ถึงประเทศที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย ทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 21.2 เลือกไปเที่ยวประเทศมาเลเซียมากที่สุด

(ตารางที่ 8) เพราะประเทศมาเลเซียมีธรรมชาติที่สวยงาม มีการท่องเที่ยวหลากหลายประเภททั้ง การท่องเที่ยวชมธรรมชาติและ การผจญภัย นอกจากนี้มาเลเซียยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น เก็นดิง ไฮแลนด์ คาเมรอน ดึกแฝดปีโตรนัส จตุรัสเมอร์เค้า ฯลฯ อีกด้วย แสดงให้เห็นว่าประเทศมาเลเซียเป็นคู่แข่งทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย สำหรับเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวประสบระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายถึงร้อยละ 27.2 เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวประสบได้แก่ เรื่องถูกโจก ร้อยละ 13.6 อาหารเป็นพิษ ร้อยละ 7.4 และถูกลักทรัพย์ ร้อยละ 5.5 นอกจากนี้ยังมีกรณีที่เกี่ยวข้องกับปัญหารถแท็กซี่ไม่รับผู้โดยสาร พาหลงทางหรือเรียกค่าบริการมากเกินไป และสายการบินต่างๆ ไม่แจ้งรายละเอียดการบริการอย่างละเอียด รวมกันเท่ากับร้อยละ 6.4 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านี้ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 6: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

| รายการ   | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>1. จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีของการเดินทางไปต่างประเทศ</b> | <b>529</b> | <b>100.0</b> |
| บางครั้ง หรือ 1 ครั้ง                                    | 74         | 14.0         |
| 2 - 4 ครั้ง  | 300        | 56.7         |
| 5 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 152        | 28.7         |
| ไม่ระบุ  | 3          | 0.6          |
| <b>2. รูปแบบการท่องเที่ยว</b>                            | <b>529</b> | <b>100.0</b> |
| แบบปกติ  | 257        | 48.6         |
| แบบสะพายเป้  | 137        | 25.9         |
| แบบประหยัด   | 76         | 14.4         |
| แบบหรูหรา  | 55         | 10.4         |
| ไม่ระบุ  | 4          | 0.8          |
| <b>3. ความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทย ในปีนี้</b>         | <b>529</b> | <b>100.0</b> |
| 1 ครั้ง  | 358        | 67.67        |
| 2 ครั้ง  | 87         | 16.45        |
| 3 ครั้ง  | 26         | 4.91         |
| 4 ครั้ง หรือมากกว่า                                      | 25         | 4.73         |
| ไม่ระบุ  | 33         | 6.24         |

## ตารางที่ 6 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

| รายการ   | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| <b>4.แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย*</b> |            |        |
| เพื่อน/ญาติ  | 395        | 74.7   |
| คู่มือการท่องเที่ยว                                | 118        | 22.3   |
| เว็บไซต์อื่นๆ                                      | 77         | 14.6   |
| นิตยสารการท่องเที่ยว                               | 68         | 12.9   |
| บริษัทนำเที่ยว                                     | 67         | 12.7   |
| เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย                 | 40         | 7.6    |
| โปสเตอร์/โบรชัวร์/VDO                              | 25         | 4.7    |
| นิตยสารนานาชาติ/โรดโชว์                            | 8          | 1.5    |
| โฆษณาใน CNN  | 3          | 0.6    |
| อื่นๆ เช่น ทำงาน ติดต่อธุรกิจ เป็นต้น              | 53         | 10.0   |
| <b>5.วิธีการเดินทางมาประเทศไทย*</b>                | 529        | 100.0  |
| ทางเครื่องบิน                                      | 515        | 97.4   |
| สายการบินปกติ                                      | 433        | 84.1   |
| สายการบินต้นทุนต่ำ                                 | 75         | 14.2   |
| ทางทะเล  | 34         | 6.4    |
| ทางบก  | 25         | 4.7    |

หมายเหตุ: \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 7: สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเลือกเดินทางมาเที่ยว

| รายการ                                   | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| กรุงเทพฯ                                 | 447        | 84.5   |
| เชียงใหม่                                | 223        | 42.2   |
| ภูเก็ต                                   | 156        | 29.5   |
| พัทยา                                    | 111        | 21.0   |
| กระบี่                                   | 104        | 19.7   |
| เชียงราย                                 | 51         | 9.6    |
| อื่นๆเช่น หัวหินและเกาะทางภาคใต้ เป็นต้น | 220        | 41.6   |

หมายเหตุ : นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 8: ประเทศที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนแทนประเทศไทย

| รายการ              | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------|
| มาเลเซีย            | 112        | 21.2   |
| เวียดนาม            | 97         | 18.3   |
| สิงคโปร์            | 62         | 11.7   |
| ฮ่องกง              | 50         | 9.5    |
| กัมพูชา             | 49         | 9.3    |
| อินเดีย             | 32         | 6.0    |
| สาธารณรัฐประชาชนจีน | 31         | 5.9    |
| สปป.ลาว             | 27         | 5.1    |
| ฟิลิปปินส์          | 26         | 4.9    |
| อื่นๆ               | 11         | 2.1    |
| ไม่ระบุ             | 32         | 6.0    |
| รวม                 | 529        | 100.0  |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

ตารางที่ 9: เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวประสบขณะท่องเที่ยวในประเทศไทย

| เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ         | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| ไม่ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ | 384        | 72.6   |
| ประสบเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายหรืออุบัติเหตุ*   | 144        | 27.2   |
| - ถูกโจก                                      | 72         | 13.6   |
| - อาหารเป็นพิษ                                | 39         | 7.4    |
| - ถูกลักทรัพย์                                | 29         | 5.5    |
| - หลงทาง                                      | 17         | 3.2    |
| - อุบัติเหตุทางถนน                            | 16         | 3.0    |
| - ความรุนแรง                                  | 12         | 2.3    |
| - อื่นๆ                                       | 34         | 6.4    |
| ไม่ระบุ                                       | 1          | 0.2    |

หมายเหตุ: \* นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีวันพักเฉลี่ยในประเทศไทยเท่ากับ 17.70 คืน ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน เท่ากับ 170.28 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยพบว่าการใช้จ่ายสำหรับความบันเทิงในยามราตรี เป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 31.06 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน รองลงมา ได้แก่ การซื้อสินค้าท้องถิ่นและอาหารที่เป็นของไทย ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 29.82 และ 26.66 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อวัน ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบกรุ๊ปทัวร์ พบว่า มีจำนวนค่าน้อยเกินไปทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ในการอ้างอิงได้ (ตารางที่ 10)



ตารางที่ 10: ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง

(หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐ/คน/วัน)

| รายการ   | เดินทางด้วยตนเอง* |
|--|-------------------|
| จำนวนคืนที่พัก ในประเทศไทย (คืน)                   | 17.70             |
| ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย                              | 170.28            |
| - ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงยามราตรี               | 31.06             |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของไทย    | 29.82             |
| - ค่าซื้อของที่ระลึกที่เป็นอาหาร                   | 26.66             |
| - ค่าซื้อสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ(แบรนด์เนม)     | 23.93             |
| - ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสุขภาพ/ผ่าตัด              | 23.47             |
| - ค่าใช้บริการสนามกอล์ฟ                            | 21.50             |
| - ค่าใช้บริการสปา                                  | 11.74             |
| - ค่าใช้จ่ายอื่นๆเช่น อาหาร ที่พัก แท็กซี่ เป็นต้น | 42.33             |

หมายเหตุ: \* นักท่องเที่ยวที่เที่ยวแบบซื้อแพ็คเกจทัวร์มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะใช้อ้างอิงได้ จึงนำเสนอเฉพาะข้อมูลของกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

4. ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย

ภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวอังกฤษมองว่าเป็นภาพลักษณ์ที่ดี 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ (ร้อยละ 86.6 ) ด้านทะเล ชายหาด(ร้อยละ 86) และคงความเป็นวิถีไทย (ร้อยละ 80.3) แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งทะเล ชายหาด ภูเขาและน้ำตก ยังเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวตลอดกาล นอกจากนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างยังมองว่าอาหาร ไทยเป็นภาพลักษณ์ที่ดี (ร้อยละ 80) และคนไทยยังมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร (ร้อยละ 79.8) อีกด้วย แต่ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมองว่าภาพลักษณ์ของประเทศไทยในด้านความสะอาด (ร้อยละ 29.1) ความปลอดภัย (ร้อยละ 22.3) และการคมนาคม (ร้อยละ 18.3) เป็นภาพลักษณ์ที่ควรปรับปรุงมากที่สุด (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11: ภาพลักษณ์ประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงก่อนที่จะเดินทางมาประเทศไทย

| รายการ                             | ร้อยละ  |                          |                 |          |          |                       | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|------------------------------------|---------|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|--------------------|
|                                    | ไม่ทราบ | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่เห็น<br>ด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |                    |
| 1.ทะเล ชายหาด                      | 4.7     | 0.9                      | 1.5             | 6.2      | 49.9     | 36.1                  | 4.25               |
| 2.แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 1.3     | 1.1                      | 0.6             | 10.2     | 57.3     | 29.3                  | 4.15               |
| 3. ผู้คน                           | 2.1     | 0.8                      | 1.3             | 15.3     | 46.7     | 33.1                  | 4.13               |
| 4.อาหาร                            | 0.6     | 2.1                      | 1.9             | 14.6     | 49.1     | 30.8                  | 4.06               |
| 5.วิถีไทย                          | 2.1     | 0.9                      | 3.2             | 13.2     | 55.2     | 25.1                  | 4.03               |
| 6.สถาปัตยกรรม                      | 4.3     | 0.9                      | 1.9             | 18.1     | 47.3     | 26.8                  | 4.02               |
| 7.วัฒนธรรม                         | 1.7     | 0.8                      | 2.3             | 15.9     | 57.7     | 21.6                  | 3.99               |
| 8.ค่านิยม                          | 1.9     | 1.1                      | 3.2             | 14.4     | 56.5     | 22.7                  | 3.98               |
| 9.ชีวิตยามราตรี                    | 3.0     | 1.1                      | 2.5             | 21.0     | 45.9     | 25.0                  | 3.95               |
| 10.ช้อปปิ้ง                        | 2.5     | 0.6                      | 4.5             | 29.5     | 43.1     | 19.3                  | 3.78               |
| 11.คุณภาพการ<br>บริการ             | 3.4     | 2.1                      | 5.1             | 28.9     | 40.6     | 18.9                  | 3.72               |
| 12.การคมนาคม                       | 3.8     | 4.0                      | 14.4            | 32.1     | 37.6     | 7.6                   | 3.32               |
| 13.ความปลอดภัย                     | 3.6     | 3.8                      | 18.5            | 35.2     | 30.2     | 6.8                   | 3.19               |
| 14.ความสะอาด                       | 3.2     | 6.2                      | 22.9            | 35.3     | 24.6     | 7.0                   | 3.03               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1, เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 5. ปัจจัยสำคัญในการวางแผนเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการพิจารณาเลือกเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวอังกฤษให้ความสำคัญกับความคุ้มค่ามากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวอังกฤษนิยมมาเที่ยวแบบประหยัด ส่วนปัจจัยที่นักท่องเที่ยวอังกฤษคำนึงถึงเป็นอันดับสองคือความปลอดภัย นอกจากนี้ ได้แก่ สภาพอากาศ และผู้คน ส่วนปัจจัยที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญในการวางแผนมา

ประเทศไทยได้แก่ สปา การช้อปปิ้ง และชีวิตยามราตรี ซึ่งมีค่าบริการค่อนข้างสูงไม่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแบบประหยัด (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12: ปัจจัยสำคัญเมื่อกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำการวางแผนมาเที่ยวประเทศไทย

| รายการ                              | ร้อยละ   |                 |           |              |          |                | คะแนนค่าเฉลี่ย |
|-------------------------------------|----------|-----------------|-----------|--------------|----------|----------------|----------------|
|                                     | ไม่สำคัญ | สำคัญน้อยที่สุด | สำคัญน้อย | สำคัญปานกลาง | สำคัญมาก | สำคัญมากที่สุด |                |
| 1. คู่มีราคา                        | 0.9      | 0.4             | 7.0       | 26.7         | 47.6     | 17.0           | 3.71           |
| 2. ความปลอดภัย                      | 1.5      | 2.3             | 6.6       | 26.5         | 40.3     | 22.7           | 3.70           |
| 3. สภาพอากาศ                        | 2.1      | 2.1             | 9.5       | 25.3         | 45.2     | 15.1           | 3.56           |
| 4. ผู้คน                            | 1.3      | 2.3             | 12.9      | 28.0         | 42.0     | 13.2           | 3.47           |
| 5. ที่พัก                           | 1.7      | 3.4             | 14.2      | 26.7         | 40.8     | 12.7           | 3.40           |
| 6. อาหาร                            | 1.3      | 3.6             | 13.0      | 29.7         | 40.8     | 11.3           | 3.39           |
| 7. การคมนาคม                        | 2.5      | 2.5             | 10.4      | 34.4         | 38.6     | 11.3           | 3.39           |
| 8. ความสะอาด                        | 2.8      | 4.3             | 15.3      | 28.5         | 35.2     | 12.7           | 3.28           |
| 9. แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 2.8      | 1.9             | 12.9      | 36.1         | 38.9     | 6.8            | 3.28           |
| 10. ทะเล ชายหาด                     | 7.8      | 3.2             | 10.4      | 25.9         | 38.8     | 13.4           | 3.26           |
| 11. วัฒนธรรม                        | 4.0      | 4.5             | 17.8      | 32.7         | 30.2     | 9.3            | 3.10           |
| 12. แหล่งท่องเที่ยว<br>มรดกโลก      | 5.7      | 6.0             | 23.1      | 31.4         | 24.8     | 7.9            | 2.88           |
| 13. ชีวิตยามราตรี                   | 10.2     | 12.1            | 18.7      | 29.1         | 21.0     | 7.9            | 2.63           |
| 14. ช้อปปิ้ง                        | 10.0     | 13.6            | 21.2      | 26.8         | 21.4     | 6.4            | 2.56           |
| 15. สปา การนวด                      | 11.5     | 16.6            | 24.2      | 23.3         | 16.3     | 7.6            | 2.39           |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 0-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ ไม่สำคัญ = 0, สำคัญมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการที่ได้รับ

นักท่องเที่ยวรู้สึกความพอใจกับอรรถาศัยที่ดีของคนไทย มากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่อง ทะเล ชายหาด อาหารอร่อย ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ ตามลำดับ ในขณะที่ความสะอาด เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวพอใจน้อยที่สุด รองลงมาได้แก่ การคมนาคม การช้อปปิ้งและชีวิตยามราตรี ตามลำดับ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ความสะอาดและระบบการคมนาคมเป็น 2 เรื่องแรกที่ประเทศไทยต้องรีบปรับปรุงให้ดีขึ้น (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13: ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขณะที่อยู่ในประเทศไทย

| รายการ                             | ความพึงพอใจ(ร้อยละ) |            |      |         |      |           | คะแนน<br>ค่าเฉลี่ย |
|------------------------------------|---------------------|------------|------|---------|------|-----------|--------------------|
|                                    | ไม่ได้ใช้<br>บริการ | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก  | มากที่สุด |                    |
| 1.ผู้คน                            | 0.2                 | 0.9        | 2.1  | 14.4    | 43.9 | 37.6      | 4.16               |
| 2.ทะเล ชายหาด                      | 15.1                | 0.6        | 1.7  | 14.9    | 40.5 | 25.7      | 4.07               |
| 3.อาหาร                            | 0.4                 | 0.9        | 3.0  | 18.9    | 48.0 | 27.8      | 4.00               |
| 4.ที่พัก                           | 0.8                 | -          | 3.6  | 22.9    | 49.1 | 22.9      | 3.93               |
| 5.แหล่งท่องเที่ยว<br>ธรรมชาติอื่นๆ | 6.6                 | 0.4        | 2.1  | 24.2    | 45.0 | 21.4      | 3.91               |
| 6.สภาพอากาศ                        | 1.7                 | 0.4        | 3.4  | 26.1    | 47.6 | 20.4      | 3.86               |
| 7.คัมภีร์ราคา                      | 0.4                 | 1.7        | 2.6  | 25.9    | 49.1 | 19.5      | 3.83               |
| 8.สปา/การนวด                       | 19.7                | 1.7        | 2.8  | 23.1    | 32.3 | 19.5      | 3.82               |
| 9.วัฒนธรรม                         | 6.4                 | 0.4        | 3.6  | 30.2    | 42.3 | 16.3      | 3.76               |
| 10.ความปลอดภัย                     | 0.4                 | 1.3        | 5.9  | 30.1    | 44.6 | 17.6      | 3.72               |
| 11.แหล่งท่องเที่ยว<br>มรดกโลก      | 9.1                 | 0.4        | 3.4  | 34.0    | 37.6 | 14.6      | 3.70               |
| 12.ชีวิตยามราตรี                   | 13.6                | 1.1        | 5.3  | 27.8    | 36.1 | 15.3      | 3.69               |
| 13.ช้อปปิ้ง                        | 7.8                 | 1.3        | 6.0  | 29.5    | 40.6 | 14.0      | 3.65               |
| 14.การคมนาคม                       | 0.6                 | 2.6        | 4.2  | 34.6    | 42.7 | 14.6      | 3.63               |
| 15.ความสะอาด                       | 0.8                 | 3.0        | 11.0 | 33.1    | 36.3 | 14.7      | 3.50               |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด และมีเกณฑ์การแปลงคะแนน คือ พึงพอใจน้อยที่สุด =

1, พึงพอใจมากที่สุด = 5

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (ความคาดหวัง) ต่อการท่องเที่ยวไทยก่อนที่จะได้เขียน พบว่า นักท่องเที่ยวรู้สึกพอใจกับการได้รับความสะอาด ความปลอดภัย และการคมนาคมที่สะดวกสบาย มากกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ความพึงพอใจที่มีต่อทะเลชายหาด แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ (เช่น ภูเขา น้ำตก) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม อาหาร ชีวิตยามราตรี รวมทั้งการช้อปปิ้ง และความคุ้มค่าในการท่องเที่ยวไทยจะต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ ส่วนด้านอัตราค่าบริการของคนไทยไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14: การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ก่อนมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ

| รายการ                          | คะแนนค่าเฉลี่ย  |             | ระดับความเชื่อมั่น    |
|---------------------------------|-----------------|-------------|-----------------------|
|                                 | ภาพลักษณ์ก่อนมา | ความพึงพอใจ |                       |
| 1. ชายหาด ทะเล                  | 4.25            | 4.07        | 99%                   |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่นๆ | 4.15            | 3.91        | 99%                   |
| 3. วัฒนธรรม                     | 3.99            | 3.76        | 99%                   |
| 4. อาหาร                        | 4.06            | 4.00        | 90%                   |
| 5. ชีวิตยามราตรี                | 3.95            | 3.69        | 99%                   |
| 6. ช้อปปิ้ง                     | 3.78            | 3.65        | 99%                   |
| 7. สถาปัตยกรรม                  | 4.02            | 3.82        | 99%                   |
| 8. ผู้คน                        | 4.13            | 4.16        | ไม่แตกต่างกันทางสถิติ |
| 9. ความสะอาด                    | 3.03            | 3.50        | 99%                   |
| 10. ความปลอดภัย                 | 3.19            | 3.72        | 99%                   |
| 11. การคมนาคม                   | 3.32            | 3.63        | 99%                   |
| 12. คุ้มค่า                     | 3.98            | 3.83        | 99%                   |

หมายเหตุ: \*ค่าเฉลี่ยคะแนน 1-5 โดย 5 เป็นคะแนนสูงสุด

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 7. ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้

เมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเกี่ยวกับคุณค่าที่ได้รับจากการเยือนประเทศไทยในครั้งนีพบว่า ร้อยละ 84.2 เห็นว่าการเยือนประเทศไทยคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป ร้อยละ 94 เห็นว่าคุ้มค่างบเวลาที่ใช้ไป ร้อยละ 91.3 เห็นการเยือนครั้งนี้เป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า และร้อยละ 86.1 ยินดีที่จ่ายเพื่อกลับมาเที่ยวประเทศไทย (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15: ความคุ้มค่าจากการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว

| รายการ                                      | ร้อยละ               |             |          |          |                   |
|---|----------------------|-------------|----------|----------|-------------------|
|   | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 1. รู้สึกคุ้มค่างบเงินที่จ่าย               | 0.6                  | 2.8         | 12.1     | 57.5     | 26.7              |
| 2. รู้สึกคุ้มค่างบเวลาที่เสียไป             | 0.4                  | 0.8         | 4.3      | 52.0     | 42.0              |
| 3. การเยือนครั้งนี้เป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า | 0.4                  | 0.8         | 7.2      | 49.1     | 42.2              |
| 4. ยินดีจ่าย เพื่อกลับมาอีกครั้ง            | 0.6                  | 2.8         | 10.4     | 42.2     | 43.9              |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

## 8. ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้

โดยรวม ประเทศไทยสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษได้ในระดับสูงโดยพบว่า นักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 92. ของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกความเพลิดเพลินกับการเยือนประเทศไทยและพอใจกับการเลือกมาเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี นอกจากนี้ยังมีผู้ที่เห็นว่าทริปนี้ดีกว่าที่คาดเอาไว้ถึงร้อยละ 72.4 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16: ความพึงพอใจโดยรวมในการเยือนประเทศไทยครั้งนี้ในความเห็นของนักท่องเที่ยว

| รายการ                           | ร้อยละ               |             |          |          |                   |
|----------------------------------|----------------------|-------------|----------|----------|-------------------|
|                                  | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 1. เพลิดเพลินกับทริปนี้          | 0.4                  | 0.4         | 3.0      | 39.5     | 56.3              |
| 2. ทริปนี้ดีกว่าที่คาดไว้        | 0.2                  | 3.6         | 23.3     | 39.7     | 32.7              |
| 3. พอใจที่เลือกมาเที่ยวประเทศไทย | 0.6                  | 0.6         | 5.9      | 46.3     | 46.1              |

ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 9. ความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการสำรวจความภักดีต่อประเทศไทย ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวอังกฤษกว่าร้อยละ 91.9 ของกลุ่มตัวอย่างจะแนะนำเพื่อนและครอบครัวให้มาเที่ยวประเทศไทย และมีนักท่องเที่ยวร้อยละ 90.5 ต้องการกลับมาประเทศไทยอีกครั้ง ทั้งนี้มีผู้ยืนยันว่าจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกอย่างแน่นอนร้อยละ 76.7 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17: ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

| รายการ                                     | ร้อยละ                   |                 |          |          |                       |
|--|--------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------------|
|  | ไม่เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง | ไม่<br>เห็นด้วย | เป็นกลาง | เห็นด้วย | เห็นด้วย<br>อย่างยิ่ง |
| 1. จะกลับมาเพื่อทำธุรกิจ                   | 15.3                     | 19.5            | 31.9     | 18.9     | 10.4                  |
| 2. ต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง             | 0.4                      | 1.5             | 7.0      | 47.8     | 42.7                  |
| 3. จะกลับมาเที่ยวอีกอย่างแน่นอน            | 0.6                      | 2.8             | 19.3     | 37.4     | 39.3                  |
| 4. จะแนะนำให้เพื่อนและครอบครัว<br>มาเที่ยว | 0.4                      | 1.1             | 6.0      | 39.9     | 52.0                  |

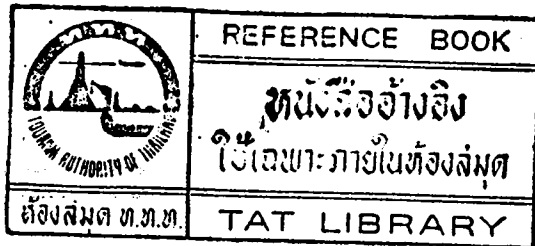
ที่มา: จากการสำรวจ (2551-2552)

### 10. บทสรุป

นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่มาเที่ยวประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนมีการศึกษาดี มีฐานะค่อนข้างดี มีประสบการณ์สูงในการเดินทางต่างประเทศ ส่วนใหญ่ในปีนี้จะมาเยือนประเทศไทยเพียง 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวแบบอิสระ ส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวซ้ำ มีจุดประสงค์หลักเป็นการมาพักผ่อน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวอังกฤษจะใช้ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามจากเพื่อนหรือญาติสนิทและคู่มือการท่องเที่ยว ในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวคือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เช่น หัวหิน และหมู่เกาะทางภาคใต้ เหตุการณ์ที่เป็นอันตรายส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวยังประสบระหว่างทริป ได้แก่ ถูกโกง อาหารเป็นพิษ และถูกลักทรัพย์ ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยดูแย่ลงในสายตา นักท่องเที่ยวอังกฤษ ส่วนคู่แข่งสำคัญกับไทยในตลาดนักท่องเที่ยวอังกฤษ คือ ประเทศมาเลเซีย เวียดนาม และสิงคโปร์ ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวอังกฤษเห็นว่าประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งทะเล ชายหาด ภูเขาและน้ำตก มิตรไมตรีของคนไทย อาหารอร่อย และวิถีไทย แต่

ภาพลักษณ์ด้านความสะอาด ความปลอดภัย และการคมนาคมเป็นเรื่องที่ควรปรับปรุงมากที่สุด สิ่ง  
 ที่นักท่องเที่ยวอังกฤษให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจมาเที่ยวไทยคือ ความปลอดภัย ความ  
 คำนึงราคา สภาพอากาศ ผู้คน และที่พัก ตามลำดับ หลังจากที่นักท่องเที่ยวอังกฤษได้เดินทางมาเที่ยว  
 ประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว นักท่องเที่ยวอังกฤษรู้สึกประทับใจกับอธชาติของคนไทย แหล่ง  
 ท่องเที่ยวทางทะเล อาหาร และที่พักมากที่สุด ทั้งยังเห็นว่าการมาเที่ยวในครั้งนี้คุ้มค่าทั้งเวลาและ  
 เงินที่เสียไป รวมถึงได้รับความเพลิดเพลินและได้ประสบการณ์ที่คุ้มค่าด้วย ตลอดจนจะแนะนำ  
 เพื่อนและครอบครัวให้มาเที่ยวประเทศไทยและต้องการจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง



0๓  
 338.479122  
 นพท

ห้องสมุดการท่องเที่ยวฯ

T23350



รายงานการสำรวจ  
 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว



## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550. สถิติการท่องเที่ยว. แหล่งที่มา: [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_index.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php). 14 ตุลาคม 2552.
- “การเมือง-ไฟไหม้ซันติกา วิกฤตการเงินโลกกระทบนักท่องเที่ยวจากอังกฤษเข้าไทย ไตรมาสแรกลด 60-70%.” 2552. กรุงเทพธุรกิจ (12 กุมภาพันธ์). แหล่งที่มา: [http://www.azooga.com/content\\_detail.php?cno=674](http://www.azooga.com/content_detail.php?cno=674). 15 ตุลาคม 2552.
- เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป. 2550. ท่องเที่ยวและเดินทาง: รู้ก่อนไป. แหล่งที่มา: <http://www.marketatnation.com/country.html>. 20 กรกฎาคม 2552
- “เยอรมันเปิดเสรีเส้นทางการบินในไทยเพิ่มการค้า-การท่องเที่ยว.” 2548. กรุงเทพธุรกิจ (1 กุมภาพันธ์). แหล่งที่มา: <http://www.ftawatch.org/news/view.php?id=2100>. 14 กรกฎาคม 2551.
- วินิจ รังผึ้ง. 2551. “เมื่อวิกฤติเป็นโอกาสในตลาดสแกนดิเนเวีย.” ผู้จัดการออนไลน์ (1 เมษายน) แหล่งที่มา: <http://www.citisevice.net/forum/index.php?topic=17416.msg17416>. 1 ตุลาคม 2552.
- “เวียดนามเร่งพัฒนา ไซนาบิช แข่งภูเก็ท.” 2552. โพสต์ทูเดย์ (13 กรกฎาคม). แหล่งที่มา: <http://www.posttoday.com/international.php?id=56706>. 13 กรกฎาคม 2552.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2549. เวียดนาม: ตลาดท่องเที่ยวมูลค่าเกือบ 4,000 ล้านบาท. แหล่งที่มา: [http://www.kasikornbank.com/portal/site/KResearch/rsh\\_d/?cid=10&id=6835](http://www.kasikornbank.com/portal/site/KResearch/rsh_d/?cid=10&id=6835). 13 กรกฎาคม 2552
- “โหวตนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสแย่งสุดในโลก.” 2552. มติชนรายวัน (13 กรกฎาคม). แหล่งที่มา: [http://www.matichon.co.th/matichon/view\\_news.php?newsid=01ecb01130752&sectionid=0141&day=2009-07-13](http://www.matichon.co.th/matichon/view_news.php?newsid=01ecb01130752&sectionid=0141&day=2009-07-13). 13 กรกฎาคม 2552.