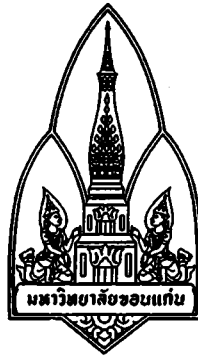


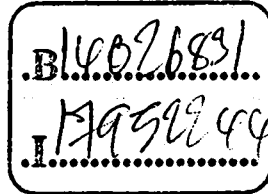
ได้รับอภินันทนาการ

c.1



ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ  
ที่มาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

**THE EFFECT OF POLITICAL CONFLICTS ON INTERNATIONAL  
TOURISTS' INTENTIONS TO VISIT BANGKOK**



นางสาวนลินทิพย์ เงินสูงเนิน

วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พ.ศ. 2555

**ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ  
ที่มาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร**

**นางสาวนิตินทิพย์ เงินสูงเนิน**

**วิทยานิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**

**สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว**

**บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น**

**พ.ศ. 2555**

**THE EFFECT OF POLITICAL CONFLICTS ON INTERNATIONAL  
TOURISTS' INTENTIONS TO VISIT BANGKOK**

**MISS NALINTHIP NGOENSOONGNOEN**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE  
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
IN TOURISM MANAGEMENT  
GRADUATE SCHOOL KHON KAEN UNIVERSITY**

**2012**





นลินทิพย์ เงินสูงเนิน. 2555. ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของ  
นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตพา แสนชัยธร

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีแรงจูงใจและปัญหาจากความขัดแย้งทางการเมืองช่วงเดือนมีนาคมถึง  
พฤษภาคม พ.ศ.2553 ที่ผ่านมา ถือได้ว่าส่งผลกระทบต่อทางด้านการท่องเที่ยวอย่างมากส่งผลให้ผู้  
ศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านความขัดแย้งทาง  
การเมืองของประเทศไทยที่มีต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร, 2) ศึกษาปัจจัยที่มี  
ผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างชาติภายในกรุงเทพมหานครภายหลังสถานการณ์ความขัดแย้ง  
ทางการเมืองของประเทศไทย 3) ศึกษาความต้องการเดินทาง ไป ยังสถานที่จริงในกรุงเทพมหานคร  
ที่เคยเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย 4) เพื่อเสนอแนวทางการจัดการ  
ท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยใช้วิธีการเก็บ  
ข้อมูลด้วยการสุ่มแบบเป็นระบบ จำนวน 555 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของ  
ประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผน, งบประมาณ, การกลับมาเที่ยว  
ซ้ำ, การประชาสัมพันธ์หรือการบอกต่อ, ความพึงพอใจและด้านการศึกษาข้อมูล 2) การรับรู้ต่อ  
ความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทาง  
ท่องเที่ยวด้าน ด้านการศึกษาข้อมูล 3) ความเชื่อมั่นต่อประเทศไทยด้านความสามารถในการจัดการ  
ความขัดแย้งทางการเมืองของรัฐบาลประเทศไทยส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการ  
กลับมาเที่ยวซ้ำ, ความพึงพอใจ และด้านการศึกษาข้อมูล 4) ความเชื่อมั่นด้านระบบการจัดการความ  
ปลอดภัย และการช่วยเหลือของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติส่งผลต่อความตั้งใจเดินทาง  
ท่องเที่ยวด้านการวางแผน, งบประมาณ, การกลับมาเที่ยวซ้ำ, การประชาสัมพันธ์หรือการบอกต่อ ,  
ความพึงพอใจ และด้านการศึกษาข้อมูล 5) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่จริงที่เกิดเหตุ  
ความขัดแย้งทางการเมือง อยู่ในระดับน้อย 6) แนวทางการจัดการท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ความ  
ขัดแย้งทางการเมือง ซึ่งอาจจะเกิดขึ้น ในอนาคต

**Nalinthip Ngoensoongnoen. 2012. The Effect of Political Conflicts on International Tourists' intentions to visit Bangkok. Master of Business Administration Thesis in Tourism Management, Graduate School Khon Kean University.**

**Thesis Advisor: Assist. Prof. Dr. Krittapha Sanchaithon**

## **ABSTRACT**

The study was inspired 2 initiated from political conflicts during March-May 2010. This event obviously affected the tourism Industry of the country as a whole the researched to study the intention of the International tourists to visit Bangkok and study attitudes towards political conflicts. Also the factors effective their decision to visit Bangkok after the conflict was explored In addition to this, suggestions regarding tourism management during crisis, was provided.

Questionnaires were applied as a key instrument to collect data for the present study. The research results suggested that 1) the attitudes of foreign tourists toward democracy in Thailand affect their intention in planning, budgeting, and revisiting, inviting others to travel, satisfaction, and exploring information before their trips; 2) the attitudes of foreign tourists toward violence from Thailand's political conflict affecting their intention to travel and information exploration before their trips; 3) the attitudes of foreign tourists toward confidence in abilities of Thai government to resolve political conflict affecting their intention to revisit, satisfaction, and information exploration before their trips; 4) the attitudes of foreign tourists toward confidence in security management and foreign tourist support from Thai government affecting their intention on planning, budgeting, and revisiting, inviting others to travel, satisfaction, and exploring information before their trips; and 5) the need to visit Bangkok was at low level. 6) The approach to management tourism during crisis / political conflicts in the future.

**งานวิทยานิพนธ์นี้ขอมอบส่วนดีให้บุพการี และคณาจารย์**

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดีได้ด้วยความช่วยเหลือ และการให้คำปรึกษา จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตภา แสนชัยธร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ คำแนะนำและปรึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาทางทฤษฎี วิธีการศึกษาวิจัย รวมทั้งแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นขณะ ดำเนินการศึกษาวิจัย อันเป็นแนวทางในการทำให้งานวิจัยให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดียิ่งมาโดยตลอดตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเรียบร้อย ขอขอบพระคุณท่าน ผศ.ดร. วุฒิชญา มณีเนตร ประธานหลักสูตรการทอ่งเทียวมหาวิทยาลัยขอนแก่น รวมถึงคณาจารย์ ประจำสาขาการทอ่งเทียวม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ ประสาทวิชาความรู้ต่าง ๆ อันเป็นพื้นฐานความรู้ในการทำวิทยานิพนธ์ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ ขอกราบขอบพระคุณ ดร.คลฤทัย โกววรรณกุล ประธานกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ และ อ.ดร.ภารดี ยโสธรศรีกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำอย่าง ดียิ่งเพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการผู้พิจารณาให้ ทุนอุดหนุนและส่งเสริมการทำวิทยานิพนธ์สำหรับบัณฑิตศึกษา จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอกราบขอบพระคุณผู้บริหารของมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุลทุกท่านที่ พิจารณาให้ได้รับเลือกทุนการศึกษาเพื่อศึกษาคณะระดับบัณฑิตศึกษา รวมทั้งคณาจารย์ผู้ที่คอย ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้ได้ศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา ขอกราบขอบพระคุณพ่อสมพรและ คุณแม่บุญมา เงินสูงเนิน ที่ได้อบรมสั่งสอนรวมทั้งเป็นผู้ให้กำลังใจ ให้โอกาสทางการศึกษา และช่วยเหลือบุตรในทุกสิ่งตลอดมาจวบจนปัจจุบัน รวมทั้งญาติพี่น้องที่คอยให้กำลังใจและ ช่วยเหลือในทุกด้าน ขอขอบคุณ เพื่อน ๆ ทุกท่านที่คอยช่วยเหลือทั้งด้านที่พัก ด้านกำลังใจ และด้าน ความช่วยเหลือที่ดีเสมอมา ในการเก็บแบบสอบถามและสัมภาษณ์ รวมทั้งคอยอำนวยความสะดวกใน การเดินทาง

คุณประ โยชน์และความดีอันพึง ได้ซึ่งมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอบเป็นเครื่องบูชา พระคุณของบุพการี และบูรพคณาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอน รวมทั้งผู้มีพระคุณทุกท่านที่คอย ช่วยเหลือให้งานวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

นลินทิพย์ เงินสูงเนิน

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
คำอุทิศ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
3. ขอบเขตการวิจัย	4
4. สมมติฐานการวิจัย	5
5. นิยามศัพท์	8
6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
7. กรอบแนวคิดการวิจัย	16
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
1. การบริหารจัดการวิกฤติการณ์ความเสี่ยง	19
2. แนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2553 และข้อมูลกรุงเทพมหานคร	28
3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยว	44
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	61
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	65
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	65
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	66
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	68
4. การวิเคราะห์และประเมินผล	69

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	73
1. การตรวจสอบความเอนเอียงในการตอบกลับ	73
2. ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง	73
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น	83
4. การตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล	86
5. การตรวจสอบสมมติฐาน	87
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	111
1. สรุปผลการวิจัย	112
2. ข้อเสนอแนะ	144
บรรณานุกรม	155
ภาคผนวก	163
ภาคผนวก ก ภาพประกอบการสัมภาษณ์	165
ภาคผนวก ข ภาพประกอบการเก็บแบบสอบถาม	171
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	177
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์และรายชื่อ ผู้ให้สัมภาษณ์	185
ภาคผนวก จ หนังสือแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม	191
ภาคผนวก ฉ คำทางสถิติ	197
ประวัติผู้เขียน	215

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยปี พ.ศ. 2548-2552	2
ตารางที่ 2	สรุปลำดับเหตุการณ์สำคัญทางการเมือง ปี พ.ศ.2553	39
ตารางที่ 3	คุณสมบัติกลุ่มประชากรที่สุ่มมาศึกษา 555 ราย	74
ตารางที่ 4	ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครและระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในครั้งนี้องค์กลุ่มตัวอย่าง (555 ราย)	77
ตารางที่ 5	ข้อเสนอแนะด้านการวางแผนการท่องเที่ยวในเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองของประเทศไทย	78
ตารางที่ 6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวแปร จากกลุ่มตัวอย่าง 555 ราย	81
ตารางที่ 7	ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysys) และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha	84
ตารางที่ 8	การตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล	86
ตารางที่ 9	ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทยกับตัวแปรความตั้งใจ	91
ตารางที่ 10	ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553 กับตัวแปรความตั้งใจ	95
ตารางที่ 11	ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553 กับตัวแปรความตั้งใจ	100
ตารางที่ 12	ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 กับตัวแปรความตั้งใจ	105
ตารางที่ 13	สรุปผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	106

**สารบัญตาราง (ต่อ)**

	<b>หน้า</b>
ตารางที่ 14 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานแบบจำลองสมการเชิง โครงสร้างในงานวิจัย	106



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กราฟเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม พ.ศ.2553	3
ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย	16
ภาพที่ 3 แผนที่เส้นทางบริเวณจุดที่มีการชุมนุมในกรุงเทพมหานคร	40
ภาพที่ 4 ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านความเสี่ยงของนักท่องเที่ยว	47
ภาพที่ 5 แสดงการรับรู้ในแง่พฤติกรรม	48
ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	54
ภาพที่ 7 ทักษะและกระบวนการการตัดสินใจท่องเที่ยว	55
ภาพที่ 8 แผนผังการตัดสินใจท่องเที่ยว (Travel decision model)	56
ภาพที่ 9 แสดงทฤษฎีการกระทำตามเหตุผล	60
ภาพที่ 10 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง	145
ภาพที่ 11 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553 ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง	146
ภาพที่ 12 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553 ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง	147

## สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 13 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553 ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่ กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง	148

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยในอันดับต้น ๆ ของเศรษฐกิจหลักของประเทศ ในปี 2552 มีรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วประเทศ มูลค่าถึง 715,985.18 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.91 ของ GDP ประเทศไทยปี พ.ศ.2552 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553) เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและสวยงามอยู่ทั่วทั้งภูมิภาคของประเทศ ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่ง บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่ามูลค่าหลักที่มุ่งใจให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวมีแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นความต้องการผจญภัย, ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ในตัวเอง, ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว, ความต้องการค้นคว้าวัฒนธรรม, ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก, ความต้องการในการยอมรับของสังคม, ความต้องการความภูมิใจและความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ แต่ในทางตรงกันข้ามมูลค่าที่ไม่มุ่งใจให้อยากเดินทางท่องเที่ยวก็มีเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นเสียเวลา, ไม่มีเวลา, ความรับผิดชอบทางครอบครัว, ข้อจำกัดทางร่างกาย, ไม่เกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวและเกิดความไม่ปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว

แม้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะเต็มเปี่ยมไปด้วยศักยภาพด้านต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแต่อุปสรรคที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้นคือ ความไม่ปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งคงจะปฏิเสธไม่ได้ว่าประเทศไทยในปัจจุบันนี้มีเหตุการณ์ด้านความขัดแย้งทางการเมืองซึ่งถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญยิ่งในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ปี พ.ศ. 2553 ถือได้ว่าประเทศไทยได้รับวิกฤตการณ์ทางการเมืองอย่างหนักกว่าปี 2548 มาก ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นเหตุการณ์ที่มีความสืบเนื่องมาจากความแตกแยกทางด้านความคิดของประชาชนที่ให้การสนับสนุนความคิดจากพรรคการเมืองฝ่ายค้านและฝ่ายรัฐบาลที่ดำรงตำแหน่งทางการเมืองในปัจจุบัน กระทั่งก่อให้เกิดการชุมนุมโดยมีเป้าหมายเพื่อเรียกร้องให้ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีคนที่ 27 ของประเทศไทย ได้ทำการประกาศยุบสภา ซึ่งการชุมนุมนั้นได้มีประชาชนเข้าเป็นแนวร่วมการชุมนุมจำนวนมาก ส่งผลให้นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงในเขตพื้นที่ที่มีการชุมนุม ตามพระราชฎีกาฉุกเฉิน (พ.ร.ก.)

ห้ามออกจากเคหะสถานยามวิกาล ตามราชกิจจานุเบกษา พ.ศ.2553 (ศูนย์อำนวยการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน, 2553) จากการกระชับวงล้อมกลุ่มผู้ชุมนุมของฝ่ายทหาร เป็นเหตุให้ผู้ชุมนุมเสียชีวิต 91 ราย (สำนักงานข่าวแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์, 2553) และมีประชาชนที่ได้รับบาดเจ็บอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่ออย่างมากทั้งทางด้านเศรษฐกิจ, ทางด้านสังคม และโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยปี พ.ศ. 2548-2552

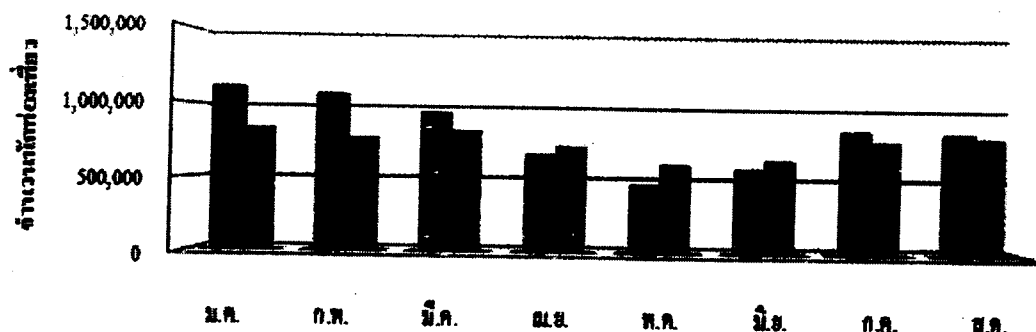
สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ปี 2548-2552					
ปี พ.ศ.	2548	2549	2550	2551	2552
	11,567,341	4,705,680	10,370,486	10,018,688	9,672,478

(สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2553)

จากสถิติของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ได้มีการสรุปสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไว้ โดยในปี พ.ศ. 2548-2552 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นและลดลง ในปี พ.ศ. 2549 เกิดการปฏิวัติทางการเมืองขึ้นส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงจากปี 2548 มากกว่าครึ่งหนึ่ง และปี 2552 มีเหตุการณ์การชุมนุมของประชาชนช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยลดลง ในขณะที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า ในปี 2553 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยรวมทั้งสิ้นประมาณ 14 ล้านคน ซึ่งต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้จากเดิมที่ 15.56 ล้านคน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553)

กรุงเทพมหานคร ถือเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นเขตการปกครองพิเศษที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวอยู่เป็นประจำ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการคมนาคมไปยังจังหวัดอื่น ๆ จากการจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่อ่านนิตยสารคองเด นาสต์ ทราเวลเลอร์ (Condé Nast Traveler) ซึ่งเป็นนิตยสารท่องเที่ยวระดับโลกของสหรัฐอเมริกา มีผู้อ่านจำนวนกว่า 3.1 ล้านคนทั่วโลก เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ.2551 กรุงเทพมหานครได้รับโหวตให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดอันดับ 1 ของภูมิภาคเอเชีย ติดต่อกันเป็นปีที่ 8 โดยในการพิจารณาให้รางวัลนั้นพิจารณาจาก 6 ประการ ได้แก่ สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ความเป็นกันเองของประชาชน ที่พัก ร้านอาหาร และแหล่งจับจ่ายใช้สอย (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2551) และกรุงเทพเป็นเมือง

ท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลกสุด จาก "Travel & Leisure" ซึ่งเป็นนิตยสารด้านการท่องเที่ยวชื่อดังของสหรัฐอเมริกา ประจำปี ค.ศ.2010 (นิตยสาร Travel & Leisure, 2553)



	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.
ปี 2553	1,113,597	1,069,674	951,105	675,578	464,124	566,535	845,968	834,381
ปี 2552	841,340	780,848	831,560	731,505	606,533	642,732	777,451	805,844

ภาพที่ 1 กราฟเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม พ.ศ.2553 (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2553)

แม้ว่ากรุงเทพมหานครจะได้รับความคิดเห็นว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลกอันดับ 1 ของภูมิภาคเอเชียติดต่อกันเป็นปีที่ 8 ผู้อ่านนิตยสารคอนเด นาสต์ ทราเวลเลอร์ (Condé Nast Traveler) หรือ เมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลกสุด จาก "Travel & Leisure" นิตยสารด้านการท่องเที่ยวชื่อดังของสหรัฐอเมริกา ประจำปี ค.ศ.2010 แต่เมื่อเกิดเหตุจลาจลขึ้นในช่วงเดือนพฤษภาคม ปี 2553 กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่หลักที่ใช้ในการชุมนุมของประชาชน ซึ่งสถานที่หลักที่ใช้ในการชุมนุม คือ เขตราชประสงค์และบ่อนไก่ มีจำนวนผู้ชุมนุมนับ 4 หมื่นคน เป็นช่วงที่กรุงเทพมหานครได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งทางการเมืองเป็นอย่างมาก กล่าวคือเป็นระดับความรุนแรงที่ต้องอาศัยพระราชกฤษฎีกาฉุกเฉินเพื่อห้ามให้ประชาชนออกจากเคหะสถานยามวิกาล รวมทั้งเจ้าหน้าที่ทหารและตำรวจทำหน้าที่ปราบปรามกลุ่มก่อการร้ายที่แฝงตัวเข้าร่วมกับกลุ่มประชาชนที่ชุมนุมอยู่ จากเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างเห็นได้ชัดจากกราฟแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติลดลงอย่างชัดเจน โดยอัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นลดลงถึงร้อยละ 23.48 ในช่วงเดือน พฤษภาคม 2553 สืบเนื่องจากนักท่องเที่ยวจำนวน 47 ประเทศออกประกาศแนะนำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาเมืองไทย

ในจำนวนนี้มี 8 ประเทศ ที่ออกประกาศคำเตือนในระดับสูงสุดคือ ระดับ 5 คือห้ามเดินทางเข้าประเทศไทยช่วงเวลาดังกล่าว

จากความขัดแย้งทางการเมืองช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2553 ที่ผ่านมา ถือได้ว่าส่งผลกระทบต่อทางการท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัด ผู้ศึกษาจึงมีความต้องการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านการรับรู้ ความเชื่อมั่น และความชื่นชอบของปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของความขัดแย้งทางการเมือง ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากที่มีเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมืองจึงเป็นสิ่งสำคัญ และผลการศึกษาดังกล่าวนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบเป็นแนวทางการจัดการในสภาวะวิกฤติเพื่อสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้กับเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองในอนาคตที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยที่มีต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

2.2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายในกรุงเทพมหานครภายหลังสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย

2.3 เพื่อศึกษาความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ยังสถานที่จริงในกรุงเทพมหานครที่เคยเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย

2.4 เพื่อเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา มีดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ของการศึกษา ได้แก่ เขตปกครองพิเศษกรุงเทพมหานครเท่านั้น

3.2 ขอบเขตด้านประชากร (Population) ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ปี 2553 โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic sampling) เป็นวิธีเลือกตัวอย่างที่ใช้ระบบเป็นตัวตัดสินใจในการเลือกหน่วยตัวอย่าง โดยสุ่มเฉพาะการเลือกหน่วยตัวอย่างแรกเท่านั้นแล้วกำหนดว่าตัวอย่างที่เลือกต่อไปจะเว้นช่วงห่างกันเท่าไรในช่วงที่เท่า ๆ กัน (อโนทัย ศรีวานิช, 2552)

3.3 ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติจากส่วนหนึ่งของกลุ่มประชากรทั้งหมด การศึกษาเรื่องผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มากรุงเทพมหานครนี้ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเนื่องจากขณะที่เก็บข้อมูลยังไม่มีรวบรวมข้อมูล จึงมีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการใช้วิธีคำนวณจากสูตรของการเทียบอัตราส่วน (Generalizability and Sample size) โดยการใช้จำนวนที่ต้องการคูณกับจำนวนชุดข้อคำถามที่เป็นมาตรวัดอันดับภาคชั้น (Interval Scale) ตามอัตราส่วน 5:1, 10:1, 15:1 หรือ 20:1 (Hair, Black, babin, Anderson, 2010) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกอัตรา 15:1 โดยใช้จำนวนข้อคำถามที่เป็นมาตรวัด อันดับภาคชั้นทั้งหมด 37 ข้อคำถาม ฉะนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่จะทำการเก็บข้อมูล คือ  $15 \times 37 = 555$  กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้เหมาะสมกับระยะเวลาและงบประมาณ

#### 3.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่

3.4.1 ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยที่มีต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3.4.2 เพื่อศึกษาความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังสถานที่จริงในกรุงเทพมหานครที่เคยเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย

3.4.3 เสนอแนวทางจัดการการท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

3.5 ผลการวิจัยครั้งนี้ใช้อ้างอิงเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังกรุงเทพมหานครหลังเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้นช่วงเดือน มีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ.2553 เท่านั้น

3.6 ขอบเขตด้านเวลา ผู้ศึกษาใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2553-พฤศจิกายน 2554 รวมทั้งสิ้น 17 เดือน

#### 4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 สมมติฐานที่ 1 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

4.2 สมมติฐานที่ 2 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร







4.23 สมมติฐานที่ 23 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

4.24 สมมติฐานที่ 24 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

4.25 สมมติฐานที่ 25 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร

4.26 สมมติฐานที่ 26 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

4.27 สมมติฐานที่ 27 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร

4.28 สมมติฐานที่ 28 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

## 5. นิยามศัพท์

การเมือง (Political) คือ วิธีการหนึ่งที่จะช่วยสร้างสรรค์แบบแผนอนาคตที่จะนำไปสู่ความสุขแก่สังคมมนุษย์ในทุกด้าน เน้นการปกครองที่มีความยุติธรรม ซึ่งการเมืองของประเทศไทยประกอบด้วยฝ่ายค้านและรัฐบาล เมื่อมีการดำเนินงานของฝ่ายรัฐบาล ฝ่ายค้านจะทำการตรวจสอบหรือคัดค้านสิ่งที่ไม่เหมาะสม ในปี พ.ศ. 2553 จึงเกิดเหตุการณ์ชุมนุมของประชาชนช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2553 เพื่อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรียุบสภา (ปรับจากแนวคิดของ Plato (ธรรมศักดิ์ สามตฤณ, 2544)

ผลกระทบ (Effect) หมายถึง ผลจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2553 ที่ทำให้กระเทือนถึงทัศนคติและความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครช่วงระยะเวลาภายหลังจากที่เกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553

**ความขัดแย้งทางการเมือง (Political conflict)** หมายถึง การตกลงกันไม่ได้ และการโต้เถียงกันของนักการเมือง พรรคฝ่ายค้านและฝ่ายรัฐบาล ภายใต้ระบบการปกครองแบบที่มีพรรคการเมืองเป็นผู้บริหารประเทศ เพื่อให้เป็นไปตามแนวคิดของตนเอง ความขัดแย้งถือเป็นการหลีกเลี่ยงไม่ได้ของทุกสังคม สร้างให้เกิดการชุมนุมของประชาชนเพื่อสนับสนุนฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยที่เกิดขึ้นระหว่างเดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553 โดยผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ส่งผลให้นานาชาติเดือนนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ความระมัดระวังในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย (จิตรานนท์ โกสีย์รัตนากิจบาล, 2551)

**การชุมนุม (Rally)** หมายถึง กลุ่มประชาชนที่รวมตัวกันเพื่อเรียกร้องในสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่ม ซึ่งการชุมนุมในการศึกษาในครั้งนี้มีความหมายรวมถึงการชุมนุมก่อให้เกิดเหตุความรุนแรงต่าง ๆ ทั้งการชุมนุมที่ใช้อุปกรณ์หรือสิ่งอันตรายต่าง ๆ อันก่อให้เกิดการกระชับวงล้อมของทหาร ในช่วงเดือน มีนาคม-เมษายน พ.ศ. 2553

**ระดับความรุนแรงของการชุมนุม (Violence level)** หมายถึง การใช้กำลังความรุนแรงในสังคมเป็นธรรมชาติของมนุษย์ โดยมองด้านจิตใจสัญชาตญาณเป็นหลัก โดยมีระดับความรุนแรงที่เกิดจากการชุมนุมความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยในช่วงเดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553 ดังนี้ ระดับ 1 คือ ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ว่ามีสถานการณ์, ระดับ 2 คือ ให้นักท่องเที่ยวมีความตื่นตัวอย่างเข้าไปในที่ที่ไม่ปลอดภัย, ระดับ 3 คือ ให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงจุดอันตราย, ระดับ 4 คือ ให้นักท่องเที่ยวทบทวนการเดินทางมาประเทศไทย และระดับ 5 ห้ามเดินทางเข้ามาในประเทศไทย (นิยม ปัญจวัฒน์, 2522)

**สถานการณ์ฉุกเฉิน (Emergency situation)** หมายถึง สถานการณ์การชุมนุมของประชาชนชาวไทย เดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553 อันอาจเป็นภัยต่อความมั่นคงหรือความปลอดภัยแห่งรัฐอันอาจทำให้รัฐตกอยู่ในภาวะคับขัน ซึ่งใช้อำนาจพิเศษในการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉิน และมีประกาศพระราชกฤษฎีกาฉุกเฉิน (พ.ร.ก.) ห้ามออกจากเคหะสถานยามวิกาล (Curfew) ตามราชกิจจานุเบกษา เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 (ศูนย์อำนวยการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน, 2553) เพื่อใช้ในการควบคุมสถานการณ์การชุมนุมที่รุนแรงให้กลับสู่ภาวะปกติต่อไป

**ทัศนคติ (Attitude)** หมายถึง ความเชื่อและความรู้สึกในเชิงประเมินที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นความคิดเห็นหรือคำพูดเชิงประเมิน (Evaluative Statements) ที่มีต่อบุคคลหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ในแง่บวกหรือแง่ลบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบ (สุพานี สฤณภูวนิช, 2549) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีการศึกษาทัศนคติ ด้านความชื่นชอบต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย, การรับรู้ความเข้มแข็งของรัฐบาลไทยและความเชื่อมั่นด้านการ

บริหารความขัดแย้งของประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร และความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย หลังจากเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองเดือนมีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2553 หลักของประชาธิปไตยประกอบด้วยการตัดสินใจเป็นเรื่องของคนส่วนใหญ่, รัฐบาลต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชน, ต้องเคารพเสียงส่วนใหญ่, การเลือกตั้งเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้ในการเปลี่ยนแปลงอำนาจของรัฐบาลที่มีความสงบสุข, นักการเมืองจะต้องมีการเลือกตั้งโดยประชาชนในประเทศ และการเคารพเสียงส่วนใหญ่เป็นวิธีการแก้ไขความขัดแย้งได้ดีที่สุด ซึ่งหลักของประชาธิปไตย ส่งผลต่อการประเมินอยู่ภายในใจ แสดงออกทางความคิดเห็นว่าชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบก็ได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ละคนนั้นแตกต่างกันออกไป (ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2536)

ความตั้งใจท่องเที่ยว (Intentions to visit) หมายถึง การเอาใจจดจ่อต่อการตัดสินใจที่จะเลือกหรือกระทำในวิธีใดวิธีหนึ่ง มีทิศทางแน่นอนของจิต มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนต่อสิ่งที่ปรารถนา และแสดงออกมาตามทัศนคติหรือความเชื่อต่อสิ่งนั้น (พารินทร์ นิ่งแข็ง, 2542) นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครจะตั้งใจตัดสินใจหรือเดินทางท่องเที่ยวนั้นมีผลมาจาก 1) ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย (ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2536), 2) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย, 3) ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อประเทศไทยด้านความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของรัฐบาลประเทศไทย, และ 4) ความเชื่อมั่นด้านระบบการจัดการความปลอดภัย และการช่วยเหลือของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ศรีญา วารากุลวิทย์, 2546 และ ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550) ที่ทำให้เกิดความตั้งใจ ซึ่งความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) ด้านระยะเวลา ที่ใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครและประเทศไทย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543) 2) ด้านการวางแผนการท่องเที่ยวประกอบไปด้วยการวางแผนมาท่องเที่ยวกรุงเทพในวันหยุด, มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง, การวางแผนเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ที่เคยถูกทำลาย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543) 3) ด้านงบประมาณที่นักท่องเที่ยวได้เตรียมงบประมาณก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543) 4) ด้านการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543) 5) ด้านการประชาสัมพันธ์หรือการบอกต่อแนะนำบุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวและเล่าประสบการณ์ให้ผู้อื่นฟัง 6) ด้านความพึงพอใจประกอบไปด้วยการเตรียมความพร้อมของที่พักรับและการบริการ, การเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวและการบริการที่น่าสนใจ, การเตรียมความพร้อมของอาหารและความบันเทิงและการบริการ, การเตรียมความพร้อมของที่ระลึกและบริการ และการเตรียมความพร้อมของการขนส่งและ

บริการ (จิตตินันท์ เศรษฐ์, 2544) 7) การศึกษาข้อมูลของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ, ทางภูมิศาสตร์, ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว และข้อมูลของการเมืองของประเทศไทย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543)

แผนการเดินทางท่องเที่ยว (Travel plan) หมายถึง การกำหนดทิศทางและการลดความไม่แน่นอนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย หลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองขึ้นช่วงเดือน มีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งแผนการเดินทางท่องเที่ยวที่นั่นหากมีระยะทางที่ครอบคลุมพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543)

งบประมาณ (Budget) หมายถึง การวางแผนด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร หลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง เดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553 (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543)

การเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง (Revisit) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกครั้งหลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543)

การบอกต่อผู้อื่น (Recommendations to other person) หมายถึง การบอกต่อบุคคลใกล้ชิดหรือรู้จักของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางมาท่องเที่ยวหลังจากที่เดินทางท่องเที่ยวที่ประเทศไทย หลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง เดือนมีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ.2553 แล้ว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความพึงพอใจและความประทับใจที่นักท่องเที่ยวได้รับ หลังจากสิ่งที่คาดหวังไว้หลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง เดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งความพึงพอใจจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครอีกครั้ง (จิตตินันท์ เศรษฐ์, 2544)

การศึกษาข้อมูล (Information search) หมายถึง การค้นหาและศึกษาข้อมูลของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร หลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง เดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553 (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543)

ความปลอดภัย (Safety) หมายถึง ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ทั้งมาตรการของที่พักรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ประชาชนคนไทย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร หลังจาก

เหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 (ศรัณญา วารากุลวิทย์, 2546 และ ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2550)

หน่วยงานทางด้านการท่องเที่ยว (Tourism office) หมายถึง หน่วยงานที่สามารถให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยภายหลังจากเหตุการณ์ความรุนแรงจากเหตุความขัดแย้งทางการเมือง ช่วงเดือนพฤษภาคม 2553 อันประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), สำนักอำนวยการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว, สมาคมโรงแรมไทย (THA), สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA), สมาคมประกันวินาศภัย

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (R.W. Mc Intosh อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545) งานวิจัยนี้การท่องเที่ยวคือ การเดินทางจากต่างประเทศเพื่อเยี่ยมชมประเทศไทยหลังจากเกิดเหตุความขัดแย้งทางการเมือง เดือนมีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2553 โดยที่ไม่มีจุดประสงค์เพื่อหากำไร เป็นการหาประสบการณ์และหาเพื่อนใหม่เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (International tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักถาวรของตนเองไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ โดยมีได้รับค่าจ้างในระหว่างการเดินทาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางมาจากต่างประเทศไม่ใช่สัญชาติไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ช่วงหลังจากเกิดเหตุความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือนมีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2553

กรุงเทพมหานคร (Bangkok) หมายถึง เมืองหลวงและเขตการปกครองพิเศษของประเทศไทย มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ, ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และเป็นสถานที่หลักที่ใช้ในการชุมนุมที่เกิดจากความขัดแย้งทางการเมือง ปี 2553 ซึ่งสถานที่หลักที่มีการชุมนุม คือ แยกราชประสงค์และบ่อนไก่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

ระบอบประชาธิปไตย (Democracy) หมายถึง การปกครองที่อำนาจสูงสุดเป็นของประชาชน ซึ่งเป็นระบอบการปกครองของรัฐบาลไทยในปัจจุบัน (วรรณา เจียมศรีพงษ์, 2531)

การรับรู้ (Perception) หมายถึง การรับรู้เป็นขบวนการที่มีระดับตั้งแต่ง่ายที่สุด ถึงซับซ้อนที่สุดจนยากแก่การเข้าใจ (สุชา จันท์ธอม, 2531) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความ

รุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ประกอบไปด้วยข้อมูลเกี่ยวกับความขัดแย้งทางการเมืองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ความรู้สึกหวาดกลัวความรุนแรงจากการชุมนุมในกรุงเทพฯ

ความเชื่อมั่น (Confidence) หมายถึง ความมั่นใจ (พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน ,2542) ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ประกอบไปด้วย ความสามารถที่จะจัดการกับสถานการณ์ความไม่สงบซึ่งมาจากความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศไทย, นายกรัฐมนตรีของไทยก็สามารถที่จะจัดการกับสถานการณ์ความไม่สงบ เนื่องจากความขัดแย้งทางการเมืองได้, ระบบยุติธรรมไทยก็สามารถที่จะรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากการที่ความขัดแย้งทางการเมืองและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ประกอบไปด้วยคนไทยได้มีการพัฒนาความสามัคคีทางการเมืองของคน, รัฐบาลไทยสามารถที่จะป้องกันนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี, สำนักงานท้องถิ่นสามารถดูแลนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเชื่อมั่นว่าตำรวจท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องสามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้

การจัดการวิกฤตการณ์ (Crisis Management) หมายถึง การวางแผนและออกแบบขั้นตอนและวิธีการ ในการสร้างความเข้าใจ กระตุ้น การท่องเที่ยวหลังจากที่ได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งทางการเมือง (สมาคมท่องเที่ยวแห่งแปซิฟิกและ UNWTO, 2549 และกองวิชาการท่องเที่ยว, 2553)

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ศึกษาได้ทำการแบ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

### 6.1 ประโยชน์ที่ส่งผลกระทบต่อวิชาการด้านการท่องเที่ยว

1. เกิดความรู้ทางวิชาการเพิ่มเติมด้านความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มากรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่มีเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศไทย ปี พ.ศ.2553 ซึ่งความรู้ที่ได้เกิดจากการนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นองค์ความรู้พื้นฐานก่อให้เกิดความรู้เพิ่มเติมที่มีประสิทธิภาพและนำองค์ความรู้ใหม่มาปรับประยุกต์ใช้กับงานวิชาการเมื่อเกิดเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมืองที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้ในอนาคต ซึ่งเมื่อทำการศึกษาแล้วค้นพบว่าปัจจัยใดที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจก็สามารถที่จะนำเหตุผลดังกล่าวปรับประยุกต์กับส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อต่อยอดหรือพัฒนางานวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวได้

2. ผลการประเมินแนวโน้มความต้องการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเดินทางเพื่อมาศึกษาสถานที่จริงในกรุงเทพมหานคร ที่เคยเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศ

ไทย หากผลการวิจัยพบว่ามีความโน้มสูงที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยว ส่งผลคืองานด้านวิชาการที่จะนำผลวิจัยไปเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อคิดค้นและปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ให้มีความเกี่ยวข้องกับสถานที่จริงที่เคยเกิดเหตุ แต่ในทางกลับกันหากแนวโน้มต่ำก็สามารถที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์หาเหตุสนับสนุนเพื่อวางแผนประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวต่อไปได้

## 6.2 ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการด้านที่พัก สามารถนำผลสรุปจากงานวิจัยโดยเฉพาะด้านการรับรู้ในด้านระบบการจัดการความปลอดภัยด้านที่พัก หากพบว่าระบบการจัดการความปลอดภัยที่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในระดับที่น้อย ผู้ประกอบการด้านที่พักควรมีการเสริมระบบการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักด้านนั้น ๆ ให้มากขึ้นเพื่อสนองความต้องการและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้
2. ผู้ประกอบการด้านสถานที่ท่องเที่ยว สามารถนำผลสรุปจากงานวิจัยเพื่อใช้วางแผนสำรองในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวด้านข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ในภาวะความขัดแย้งทางการเมือง หากสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่นั้น ๆ อยู่ไม่ไกลจากบริเวณที่เคยมีเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองมากนัก และพบว่าแนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นั่นตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณที่เคยเป็นสถานที่ที่ใช้ในการชุมนุม จากเหตุความขัดแย้งทางการเมืองก็ถือเป็นผลดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงที่จะได้รับผลประโยชน์ร่วมด้วย
3. ผู้ประกอบการด้านของฝากของที่ระลึก สามารถนำผลสรุปจากการวิจัยมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ภายใต้ภาวะความขัดแย้งทางการเมืองเพื่อตอบสนองความต้องการแลสร้างความชื่นชอบแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตั้งใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
4. ผู้ประกอบการด้านสถานบันเทิงที่รองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะชาวต่างชาติ สามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการสำรวจเพื่อขยายสาขา หรือใช้ในการวิเคราะห์การขยายสาขาเพื่อการท่องเที่ยว ในภาวะความขัดแย้งทางการเมือง เพราะหากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วอาจจะส่งผลเสียหายต่อธุรกิจได้ในการขยายสาขา แต่ในทางตรงกันข้ามหากพบว่านักท่องเที่ยวมีความตั้งใจมาเที่ยวที่ประเทศไทยสูงอยู่ ก็ถือเป็นนิมิตหมายที่ดีในการขยายสาขา
5. ผู้ประกอบการด้านธุรกิจขนส่ง สามารถนำผลการวิจัยมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยช่วงภาวะความขัดแย้งทางการเมืองจะมีมาก



น้อยเพียงไร หากเชื่อมั่นน้อยก็จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก่อให้เกิดการขาดรายได้ แต่หากไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการด้านธุรกิจขนส่ง สามารถที่จะสร้างความเข้าใจอันดีให้กับนักท่องเที่ยวสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

6. ผู้ประกอบการด้านบริษัทนำเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยใช้เป็นส่วนหนึ่ง ในการวิเคราะห์ตลาดนักท่องเที่ยวถึงรูปแบบความต้องการในเบื้องต้น เพื่อจัดโปรแกรมท่องเที่ยวให้สนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

### 6.3 ประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ฝ่ายนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลที่ได้จากผลการดำเนินการวิจัยใช้เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้นักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอย่างสูงสุดในสถานะที่ไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ดังคำที่ว่า “พลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส”

2. ฝ่ายการตลาดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำองค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มาวางแผนเพื่อทำการตลาดส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ปี พ.ศ. 2553

## 7. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดเกิดจากการทบทวนวรรณกรรม โดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

**ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)**

1. ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย

จากการทบทวนวรรณกรรมของ ชัยอนันต์ สมุหวานิช (2536)

2. การรับรู้ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางด้านการเมืองของประเทศไทยจากการทบทวนวรรณกรรมของ สุชา จันท์เอม (2531) นิยม ปัญจวัฒน์ (2522) และจิตรานนท์ โกสีย์รัตนภิบาล (2551)

3. ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อประเทศไทยด้านความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของรัฐบาลประเทศไทยจากการทบทวนวรรณกรรมของ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2550)

4. ความเชื่อมั่นด้านระบบการจัดการความปลอดภัย และการช่วยเหลือของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติจากการทบทวนวรรณกรรมของ ศรีัญญา วารากุลวิทย์ (2546) และ ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550)

#### ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

1. ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลา จากการทบทวนวรรณกรรมของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) และสุวีร์ฉัตรย์ โสภณศิริ (2554)

2. ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านแผนการท่องเที่ยว จากการทบทวนวรรณกรรมของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) และสุวีร์ฉัตรย์ โสภณศิริ (2554)

3. ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณ จากการทบทวนวรรณกรรมของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) และสุวีร์ฉัตรย์ โสภณศิริ (2554)

4. ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จากการทบทวนวรรณกรรมของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) และสุวีร์ฉัตรย์ โสภณศิริ (2554)

5. ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์หรือการบอกต่อ จากการทบทวนวรรณกรรมของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) และสุวีร์ฉัตรย์ โสภณศิริ (2554)

6. ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจจากการทบทวนวรรณกรรมของ จิตตินันท์ เศรษฐ์ (2544) และสุวีร์ฉัตรย์ โสภณศิริ (2554)

7. ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) และสุวีร์ฉัตรย์ โสภณศิริ (2554)

#### แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้เหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง

ศึกษาข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของ สมาคมท่องเที่ยวแห่งแอฟริกาและ UNWTO, 2549 และกองวิชาการท่องเที่ยว, 2553

## สรุป

บทที่ 1 บทนำ ของวิทยานิพนธ์เรื่อง “ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มากรุงเทพมหานคร” ประกอบไปด้วยเนื้อหาที่บรรยายให้เห็นถึงความสำคัญในการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ในส่วนนี้เน้นการที่ผู้ศึกษามีความสงสัยในปัญหาผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองนั้นส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มากรุงเทพมหานครหรือไม่

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบไปด้วย 3 ข้อ เป็นการศึกษาในเรื่องของทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร หลังจากที่เกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองปี พ.ศ. 2553 รวมทั้งความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่จริงของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย

3. ขอบเขตของการวิจัย ประกอบไปด้วย 6 ขอบเขต คือ ขอบเขตด้านพื้นที่ของการศึกษา, ขอบเขตด้านประชากร, ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง, ขอบเขตด้านเนื้อหา, กลุ่มอ้างอิงและขอบเขตด้านเวลา

4. สมมติฐานการวิจัย ประกอบไปด้วย 7 ข้อ ซึ่งการเขียนสมมติฐานนั้นอาจจะเป็นจริงหรือไม่ก็ได้ โดยการตั้งสมมติฐานนั้นต้องดูที่กรอบแนวคิดที่สัมพันธ์กัน

5. นิยามศัพท์ เป็นการกำหนดขอบเขตการศึกษาโดยอธิบายและให้คำจำกัดความเฉพาะการศึกษาในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ซึ่งหากไม่กำหนดจะส่งผลถึงการดำเนินงานที่กว้างเกินไป ในระยะเวลาและงบประมาณที่กำหนด

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ แบ่งออกเป็น 3 ด้านด้วยกันคือ ด้านวิชาการท่องเที่ยว ด้านผู้ประกอบการ และด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

7. กรอบแนวคิดการวิจัย จัดทำโดยมีการศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าด้านวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง รวมทั้ง แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบในการศึกษา ได้มีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยดังนี้

1. การบริหารจัดการวิกฤตการณ์ความเสี่ยง
2. แนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2553 และข้อมูลกรุงเทพมหานคร
3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ, พฤติกรรมการท่องเที่ยว
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. การบริหารจัดการวิกฤตการณ์ความเสี่ยง (Crisis Management)

1.1 วิกฤตการณ์ (Crisis) หมายถึง เหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในระยะยาวขององค์กรหรือสินค้า หรืออาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินการตามปกติขององค์กรหรือสินค้านั้น ๆ ซึ่งอาจเกิดจากธรรมชาติปะละมีมนุษย์ (กองวิชาการท่องเที่ยว, 2553)

1.2 การบริหารจัดการวิกฤตการณ์ความเสี่ยงทางการเมือง (Political Crisis Management) เราไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงหรือป้องกันวิกฤตการณ์ได้ทุกประเภทไม่ว่ากระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงทางการเมืองจะมีประสิทธิภาพแค่ไหน วิกฤตการณ์ก็จะยังส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว (สมาคมท่องเที่ยวแห่งเอเชียแปซิฟิก และ UNWTO, 2549) จากปัญหาของผลกระทบของการก่อการร้ายได้มีการอภิปรายเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยทางการเมืองและการท่องเที่ยวที่ผ่าน ๆ มานี้เนื่องจากก่อให้เกิดความเสียหายอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยว ดังนี้

- การโจมตีของผู้ก่อการร้ายที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวว่าเป็นเหยื่อ
- เหตุการณ์การโจมตีกองกำลังติดอาวุธ
- ลอบสังหาร (การเมือง)
- ระเบิด
- การเปลี่ยนแปลงรัฐบาล
- การเปลี่ยนแปลงพรรคการเมืองในการปกครองประเทศ

- สงครามกลางเมือง
- สงครามกองโจร
- การจี้
- ลักพาตัว
- จลาจล
- รัฐประหารที่ประสบความสำเร็จ
- จับกุม
- ขาดเสถียรภาพทางการเมืองในประเทศเพื่อนบ้าน
- การคุกคามของสงครามกับประเทศอื่น ๆ
- การ โจมตีของผู้ก่อการร้ายการท่องเที่ยวเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม

(การขนส่ง, ที่พัก)

- การรัฐประหารที่ไม่สำเร็จ
- สงคราม
- การตรวจสอบของสื่อ
- การจัดเก็บภาษีของสื่อ
- การจำกัด สิทธิทางการเมือง
- สงครามในประเทศเพื่อนบ้าน
- จับกุมของบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ
- การ โจมตีของผู้ก่อการร้ายหรือภัยคุกคามของการ โจมตีไปยังเป้าหมายที่ไม่ใช่

นักท่องเที่ยว (ลอบวางระเบิดก่อวินาศกรรม)

- การ โจมตีกองทหารเขตชายแดนของประเทศ
- การประหารชีวิตทางการเมืองที่ผิดกฎหมาย (Henderson, 2007)

### 1.3 ลักษณะของแผนการจัดการวิกฤตการณ์การท่องเที่ยว

- อธิบายกระบวนการ / ขั้นตอนในการกระตุ้น – วิธีการในการปลูกเร้าบุคลากรและ  
การดำเนินระบบการจัดการวิกฤตการณ์

- จัดสรรบทบาทและความรับผิดชอบในการจัดการวิกฤตการณ์
- ระบุถึงการจัดการ การควบคุมและการประสานงาน รวมถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (ศูนย์กลางปฏิบัติการ) และ โครงสร้างสำหรับการจัดการวิกฤตการณ์

- มีกระบวนการที่เป็นมาตรฐานสำหรับการตอบสนองต่อวิกฤตการณ์และการฟื้นฟู  
จากวิกฤตการณ์

- ระบุถึงข้อกำหนดต่าง ๆ ในการจัดการข้อมูลการปฏิบัติงาน ซึ่งรวมถึงการประเมินผลของวิกฤตการณ์ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากร และการปฏิบัติการ

- กำหนดให้มีวิธีการในการติดต่อสื่อสาร-ระบบทำงานฉุกเฉินของการเตือนและการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ และสำหรับการติดต่อสื่อสารกับองค์การด้านการท่องเที่ยวและหน่วยงานด้านการบริการฉุกเฉิน

- อธิบายถึงการประชาสัมพันธ์และการจัดการด้านสื่อ

แผนการบริหารจัดการความเสี่ยงสำหรับการท่องเที่ยว ควรจะมีสิ่งเหล่านี้ตามที่เหมาะสมและอย่างน้อยที่สุด คือ

- ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและพนักงาน

- ระบบความปลอดภัยเพื่อติดต่อสื่อสารกับทุกคนอย่างสะดวกสบายในแหล่งท่องเที่ยว

- ความปลอดภัยของอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์จากผลกระทบของภัยพิบัติ

- การสนับสนุนการฝึกอบรมบุคลากรประสานงานในหน่วยงานบริหารจัดการภัยพิบัติในช่วงปฏิบัติการตอบโต้และฟื้นฟูตามที่ต้องการ

- จัดหาทรัพยากรเพื่อสนับสนุนปฏิบัติการตอบโต้และฟื้นฟู

- ระเบียบปฏิบัติสำหรับการกลับสู่กิจกรรมธุรกิจตามปกติหลังจากสิ้นสุดการปฏิบัติการต่อภัยพิบัติ (สมาคมท่องเที่ยวแห่งเอเชียแปซิฟิก และ UNWTO, 2549)

#### 1.4 การจัดเตรียมการจัดการกับวิกฤตการณ์นั้นควรทำให้เกิดความมั่นใจในสิ่งต่อไปนี้

- ความปลอดภัยของบุคคลทุกคนที่พำนักอาศัยอยู่ในที่ทำงานหรือมาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว

- การทำลายหรือการแบ่งแยกที่เกิดขึ้นกับการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ และเกิดขึ้นกับชุมชนที่อยู่ล้อมรอบต้องลดลง

- การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ใช้อยู่และข้อเสนอแนะต่าง ๆ (สมาคมท่องเที่ยวแห่งเอเชียแปซิฟิก และ UNWTO, 2549)

#### 1.5 การจัดการวิกฤตการณ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1.5.1 การลดขนาดวิกฤตการณ์ (Reduction) ขั้นตอนที่สำคัญในการจัดการวิกฤตการณ์คือการคาดการณ์วิกฤตการณ์ที่น่าจะเกิดขึ้นและการเตรียมขั้นตอนวิธีการในการลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากวิกฤตการณ์นั้น โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนจากภายในองค์กรรวมทั้งโอกาสและอุปสรรคซึ่งส่งผลกระทบจากภายนอก (SWOT Analysis)

1.5.1.1 นอกจากนี้ควรพิจารณาถึงองค์ประกอบดังนี้ โปรแกรมการจัดการ และควบคุมวิกฤติการณ์ที่มีอยู่แล้ว ความเสี่ยงภายในองค์กรเช่น โครงสร้างองค์กรนโยบาย และ ขั้นตอนในการทำงาน วิกฤติการณ์ที่อาจเกิดขึ้นทางด้านสังคมและการเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมและความสัมพันธ์ที่มีต่อสื่อมวลชน สาธารณชนและบริการลูกค้า

1.5.1.2 ความตระหนักต่อวิกฤติการณ์ที่เกิดขึ้น (Crisis Awareness) สามารถระบุความเสี่ยงและอันตรายของวิกฤติการณ์ ผลกระทบที่น่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนการจัดเก็บข้อมูล และความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องของผลกระทบที่น่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนการจัดเก็บข้อมูลและความคิดเห็นที่เกี่ยวข้อง

1.5.1.3 ความตระหนักด้านการเมือง (Political Awareness) สร้างความเชื่อมั่นในการประสานงานกับฝ่ายการเมือง การเพิ่มระดับการเข้ามาที่ส่วนร่วมของฝ่ายการเมือง และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและสันติภาพ

1.5.1.4 การจัดทำมาตรฐานการดำเนินการ (Standard Operating Procedures) คาดหมายปัญหาที่น่าจะเกิดขึ้น ทบทวนขั้นตอนการดำเนินการ และสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิกฤติการณ์ที่เกิดขึ้น

1.5.2 การเตรียมความพร้อม (Readiness) องค์กรควรมีการประเมินวิกฤติการณ์ การพัฒนากลยุทธ์เทคนิค และแผนการสื่อสาร ตลอดจนมาตรการตรวจสอบ ชักซ้อมแผนดังกล่าว และเรียนรู้ทักษะในการจัดการวิกฤติการณ์ นอกจากนี้ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรควรมีการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจต่อผลกระทบของวิกฤติการณ์ที่อาจเกิดขึ้น สายการบังคับบัญชาภายในองค์กร จะเป็นส่วนหนึ่งของแผนการเตรียมพร้อมสำหรับการจัดการวิกฤติการณ์ และส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งสามารถกระทำได้หลายวิธี เช่น การที่ผู้บริหารระดับสูง รับผิดชอบโดยตรงต่อการจัดการวิกฤติการณ์การเตรียมตารางเวลาเพื่อรายงานผลการจัดการวิกฤติการณ์และเสนอวิธีการจัดการวิกฤติการณ์ให้พนักงานทุกคนในองค์กรทราบ นอกจากนี้ควรให้การจัดการวิกฤติการณ์เป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการจัดทำแผนกลยุทธ์โดยรวมขององค์กรและสื่อสารวิธีการและขั้นตอนการจัดการวิกฤติการณ์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

1.5.2.1 แผนการจัดการวิกฤติการณ์ (Crisis Management Plan) จัดทำแผนการจัดการวิกฤติการณ์และเตรียมทีมงาน นอกจากนี้ควรชักซ้อมแผนการจัดการ โดยทีมงานที่จัดตั้งขึ้น

1.5.2.2 แผนการท่องเที่ยว (Tourism Planning) สร้างความตระหนักต่อวิกฤติการณ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การฝึกอบรมพนักงาน และจัดทำแนวทางในการตัดสินใจท่ามกลางวิกฤติการณ์ที่อาจเกิดขึ้น



1.5.2.3 มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety Measures) มีการสร้างเครือข่ายในท้องถิ่น ติดต่อกับหน่วยงานที่ให้บริการฉุกเฉิน และจัดทำแผนรองรับกรณีเกิดอันตราย

1.5.3 การตอบสนองต่อวิกฤติการณ์ (Response) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นท่ามกลางความยุ่งเหยิงของเหตุการณ์องค์กรจะสามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้รวดเร็วเพียงใดขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของขั้นตอนการลดขนาดวิกฤติการณ์ (Reduction) และการเตรียมความพร้อม (Readiness) ซึ่งในขั้นตอนนี้จะให้ความสำคัญกับการควบคุมความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นอันดับแรก และในขั้นตอนนี้เองการสื่อสารจะถูกดำเนินการตามแผนที่เตรียมไว้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้เกี่ยวข้องและประชาชนโดยทั่วไป

การดำเนินการจัดการวิกฤติการณ์จะต้องมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ และต้องการทักษะบางประการของผู้บริการ เช่น ผู้บริหารที่รับผิดชอบในการจัดการวิกฤติการณ์จะต้องมีอำนาจตามแผนที่กำหนดขึ้น โดยจะสามารถสั่งการและมอบหมายหน้าที่/ความรับผิดชอบแก่ผู้อื่นในช่วงเวลาดังกล่าวโดยไม่ต้องกังวลต่อผลกระทบที่จะตามมา นอกจากนี้ในแผนจัดการวิกฤติการณ์จะต้องมีประชาสัมพันธ์ ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการประสานงานกับสื่อมวลชน รวมถึงสามารถจัดทำโครงการรณรงค์ในฐานะตัวแทนขององค์กร เนื่องจากความรับรู้ของสาธารณชนต่อการเปิดเผยเรื่องวิกฤติการณ์ขององค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญและถือเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพการดำเนินการตามแผนดังกล่าว

1.5.3.1 ขั้นตอนการตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉิน (Emergency Response Procedure) ให้ความสำคัญต่อภาวะผู้นำของผู้แทนองค์กรการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร การแก้ปัญหาต่อผู้จัดหาสินค้าและบริการจากภายนอกองค์กรรวมทั้งการติดต่อกับโรงพยาบาลและห้องเก็บศพ

1.5.3.2 การสืบสวนเพื่อหาสาเหตุ (Investigation) ด้านอาชญากรรม กฎหมาย และการเมืองและการประกันภัย

1.5.3.3 การให้ความช่วยเหลือครอบครัวผู้ประสบภัย (Family Assistance) ให้ข้อมูลที่ถูกต้องรวมทั้งสนับสนุนด้านที่พักและการเดินทาง

1.5.3.4 การสื่อสาร (Communication) สื่อมวลชน โรงพยาบาลและห้องเก็บศพ หน่วยงานด้านการสืบสวน และรัฐบาล

1.5.4 การฟื้นฟูภายหลังวิกฤติการณ์ (Recovery) วิกฤติการณ์จะเพิ่มระดับการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรหรือสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อมวลชน ในกรณีที่มีการแก้ไขวิกฤติการณ์อย่างมี

ประสิทธิภาพจะเป็นการสร้างความมั่นใจถึงการฟื้นตัวของการดำเนินการขององค์กรตามปกติในระยะสั้นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไป

กุญแจสำคัญในการฟื้นตัวขององค์กรภายหลังวิกฤติการณ์คือ ความร่วมมือในการทำงาน (Teamwork) และการประสานงานระหว่างผู้เกี่ยวข้อง

ประสิทธิภาพของแผนการจัดการวิกฤติการณ์สามารถวัดได้จากระยะเวลาที่องค์กรสามารถดำเนินการตามปกติภายหลังวิกฤติระดับการดำเนินการขององค์กรเทียบกับช่วงก่อนเกิดวิกฤติและจำนวนเงินที่ใช้สำหรับจัดการกับวิกฤติการณ์นับแต่เริ่มดำเนินการ

1.5.4.1 แผนธุรกิจต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ การกู้สถานการณ์ขององค์กรให้อยู่ในระดับเดิมก่อนเกิดวิกฤติการดำเนินการขององค์กรในระดับปกติและการขยายการดำเนินการ

1.5.4.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล (Human Resources) ซึ่งอาจเกิดผลกระทบจากลกระดับความต้องการด้านแรงงาน ซึ่งจำเป็นต้องมีการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน และการฝึกอบรม รวมทั้งส่งเสริมให้มีความตระหนักรู้ด้านวิกฤติการณ์

1.5.4.3 การสอบถามเพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน (Debriefing) แสดงความขอบคุณต่อพนักงานที่เกี่ยวข้อง การติดตามข่าวของผู้ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์ ตลอดจนปรับปรุงแผนการจัดการวิกฤติการณ์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ (กองวิชาการท่องเที่ยว, 2553)

## 1.6 ฝั่งการดำเนินการจัดการวิกฤติการณ์

### 1.6.1 การลดขนาดวิกฤติการณ์

#### 1.6.1.1 ความตระหนักต่อวิกฤติการณ์ที่เกิดขึ้น

- ระบุความเสี่ยงและอันตรายของวิกฤติการณ์
- ระบุผลกระทบที่น่าจะเกิดขึ้น
- การจัดเก็บข้อมูลและความคิดเห็นที่เกี่ยวข้อง

#### 1.6.1.2 ความตระหนักด้านการเมือง

- ความเชื่อมั่นในการประสานงานกับฝ่ายการเมือง
- การเพิ่มระดับการเข้ามามีส่วนร่วมของฝ่ายการเมือง
- การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและสันติภาพ

#### 1.6.1.3 การจัดการมาตรฐานการดำเนินการ

- คาดหมายปัญหาที่น่าจะเกิดขึ้น
- ทบทวนขั้นตอนการดำเนินการ

ที่เกิดขึ้น

- สนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิกฤติการณ์

1.6.2 การเตรียมความพร้อม

1.6.2.1 แผนการจัดการวิกฤติการณ์

- จัดทำแผนการจัดการวิกฤติการณ์
- เตรียมทีมงาน
- การซักซ้อมแผนการจัดการ

1.6.2.2 แผนการท่องเที่ยว

- สร้างความตระหนักต่อวิกฤติการณ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- การฝึกอบรมพนักงาน
- จัดทำแนวทางในการตัดสินใจท่ามกลางวิกฤติการณ์

1.6.2.3 มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัย

- คาดหมายปัญหาที่น่าจะเกิดขึ้น
- ทบทวนขั้นตอนการดำเนินการ
- สนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิกฤติการณ์

เกิดขึ้น

1.6.3 การตอบสนองต่อวิกฤติการณ์

1.6.3.1 ขั้นตอนการตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉิน

- ภาวะผู้นำของผู้แทนองค์กร
- การตอบสนองต่อวิกฤติการณ์
- การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- การแก้ปัญหาต่อผู้จัดหาสินค้าและบริหารจากภายนอกองค์กร
- การติดต่อกับโรงพยาบาล
- การติดต่อกับห้องเก็บศพ

1.6.3.2 การสืบสวนเพื่อหาสาเหตุ

- ด้านอาชญากรรม
- ด้านกฎหมายและการเมือง
- ด้านการประกันภัย

1.6.3.3 การให้ความช่วยเหลือครอบครัวผู้ประสบภัย

- การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง

๘

๖๖๕

- การเดินทาง
- ที่พัก
- การสนับสนุนในที่เกิดเหตุ

#### 1.6.3.4 การสื่อสาร

- สื่อมวลชน
- โรงพยาบาล
- ห้องเก็บศพ
- หน่วยงานด้านการสืบสวน
- รัฐบาล

#### 1.6.4 การฟื้นฟูภายหลังวิกฤติการณ์

##### 1.6.4.1 แผนธุรกิจต่อเนื่อง

- การกู้สถานการณ์ขององค์กรให้อยู่ในระดับเดิมก่อนเกิดวิกฤติ
- การดำเนินการขององค์กรในระดับปกติ
- การขยายการดำเนินการ

##### 1.6.4.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล

- ผลกระทบจากการลดระดับความต้องการด้านแรงงาน
- ส่งเสริมให้มีความตระหนักด้านวิกฤติการณ์

##### 1.6.4.3 การถามแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบผล

- แสดงความขอบคุณต่อพนักงานที่เกี่ยวข้อง
- การติดตามข่าวของผู้ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์
- ปรับปรุงแผนการจัดการวิกฤติการณ์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ

(กองวิชาการท่องเที่ยว, 2553)

#### 1.7 ตัวอย่างการจัดการวิกฤติการณ์ความเสี่ยงของโลก

**รัฐประหารในประเทศพิจิ** ซึ่งประเทศพิจิเป็นประเทศที่ตั้งอยู่ทางมหาสมุทรแปซิฟิกตอนใต้ การทำรัฐประหารนั้นเกิดขึ้น 2 ครั้งในปี ค.ศ. 1987 และ 1 ครั้งในปี ค.ศ. 2000 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงมีการจัดตั้งกลุ่มดำเนินการทางการท่องเที่ยว (Tourism Action Group (TAG)) ซึ่งใช้ในการทำงาน 3 เดือน โดยเพิ่มงบประมาณทางการตลาดเป็น 2 เท่าเพื่อใช้จัดการเป็นพิเศษด้านการขนส่งทางอากาศและวันหยุดพักผ่อน การทำรัฐประหารในปี ค.ศ. 2000 เป็นเหตุการณ์ที่ดังเรียกว่าเหตุการณ์ที่ผ่านมา นายกรัฐมนตรีและเจ้าหน้าที่ถูกจับเป็นตัวประกัน มีผู้เสียชีวิต 10 ราย ซึ่งเป็นประเด็นเรื่องสิทธิการถือครองที่ดิน สื่อมีบทบาทที่โคเคนมาก ในระบบ

อินเทอร์เน็ตมีผู้รับข่าวสารเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน ทำให้ กลุ่มดำเนินการทางการท่องเที่ยว TAG ถูกจัดตั้งเพื่อดำเนินงานอีกครั้ง โดยขอความร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อสร้างเงินทุนทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมต่างประเทศ และมีการทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง และไม่ใช้ข้อความในการสื่อสารที่เป็นอันตรายมีการติดต่อกับบุคคลต่าง ๆ สถานกงสุลทำการการเดินทางท่องเที่ยวจากนั้นก็มีการฟื้นฟูและจัดการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และการจัดการด้านสื่อ แม้ว่าประสิทธิภาพของแผนปฏิบัติการวิกฤตจะสามารถชดเชยความไม่สงบอย่างต่อเนื่องก็ไม่ประสบความสำเร็จในบางส่วน การเข้าพักลดลงถึง 30% ในปี 2000 ซึ่งดีกว่าที่คาดไว้ในตอนแรก แต่นักการตลาดมีการทบทวนวิธีการใหม่เพื่อใช้ในการรองรับ (Henderson, 2007)

### 1.8 การจัดการวิกฤตการณ์ของประเทศไทย

ในช่วงวิกฤตทางการเมืองระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 ที่ผ่านมามีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อนุมัติงบประมาณ 6.9 ล้านบาท จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เปิดให้บริการใน 6 ภาษา โดยมีผู้บริหารและผู้แทนจากหน่วยงานเกี่ยวข้องร่วมอำนวยความสะดวก เพื่อติดตามความเคลื่อนไหว และรายงานข้อมูลสถานการณ์ภาพรวมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในช่วงดังกล่าว ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้รับนโยบายพร้อมด้วยหน่วยงานหลัก ได้แก่ กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) สมาคมโรงแรมไทย (THA) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) สมาคมประกันวินาศภัย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เห็นชอบร่วมกันที่จะให้ใช้ศูนย์ปฏิบัติการวางแผนการท่องเที่ยวและศูนย์ปฏิบัติการในภาวะวิกฤต (ศวก.) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีอยู่แล้วเป็นที่ดำเนินการเฉพาะกิจ “ศูนย์อำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว (ศอช.)” นี้มีกำหนดเปิดตั้งแต่วันที่ 12-23 มีนาคม 2553 ทำงานร่วมกันตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว ที่อาจได้รับผลกระทบระหว่างเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองในเรื่องต่าง ๆ อาทิ แนะนำเส้นทางที่ควรหลีกเลี่ยง การแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวทั้งที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์และนักท่องเที่ยวอิสระ (FIT) ที่จัดการเดินทางเองได้รับทราบข้อมูลผ่านทางสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวและสมาคมโรงแรมไทย และรับเรื่องเหตุคว้นเหตุร้าย โดยตำรวจท่องเที่ยว จัดสายตรวจ ณ บริเวณจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก หรือกรณีนักท่องเที่ยวได้รับบาดเจ็บ ทางสมาคมประกันวินาศภัย ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ภาคสนามประจำสถานพยาบาล เพื่อดูแลเรื่องค่ารักษาพยาบาล และให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรับประกันวินาศภัย ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการสร้างช่องทางติดต่อระหว่างนักท่องเที่ยวกับศูนย์อำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว ที่หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ 1672 รวมทั้งหมายเลขโทรศัพท์ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาหมายเลข

1414, สายด่วนตำรวจท่องเที่ยวหมายเลข 1155, สายด่วนสมาคมโรงแรมไทยหมายเลข 1552, และสมาคมประกันวินาศภัย หมายเลข 1356 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553)

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย ปี พ.ศ.2553 และข้อมูลกรุงเทพมหานคร

### 2.1 แนวคิดความขัดแย้ง

#### 2.1.1 ความหมาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า ความขัดแย้ง เป็นขบวนการซึ่งเริ่มขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งรับรู้ว่าอีกฝ่ายหนึ่งทำให้เกิดผลกระทบที่ไม่พึงพอใจ

สนิท สมัครการ (2545) กล่าวว่า ความขัดแย้งทางสังคมมีอยู่ตรงประเด็นที่ว่า การขัดแย้งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ฉะนั้นความขัดแย้งต่าง ๆ ที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นในระดับบุคคลหรือสังคมก็ตาม จึงถือได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ที่ดีมีประโยชน์ เพราะเป็นการนำไปสู่ภาวะใหม่ที่ดีกว่าเดิม ความขัดแย้งมิใช่ปรากฏการณ์ที่ลึกลับซ่อนอยู่ในสังคมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสังคมมนุษย์หรือสัตว์ก็ตาม หากแต่เป็นปรากฏการณ์ที่มีอยู่แพร่หลายทั่วไป และเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกิดขึ้น ซึ่งโดยส่วนรวมแล้วก็นำไปสู่ภาวะใหม่ที่ดีกว่าเก่าเสมอมาด้วยเหตุนี้ เราจึงไม่ควรมองพฤติกรรมขัดแย้งว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่ดี หรือเป็นปรากฏการณ์ที่ผิดปกติวิสัยของโลกแต่อย่างใด

จิตรานนท์ โกสีย์รัตนากิจบาล (2551) กล่าวว่า ความขัดแย้งเป็นสถานการณ์ที่บุคคลสองฝ่ายเกิดความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ ภูมิหลัง และเป้าหมายที่ไม่ตรงกัน ตกลงกันไม่ได้ ซึ่งผลกระทบของความขัดแย้งอาจทำให้องค์กรขาดประสิทธิภาพ นอกจากนี้ความขัดแย้งยังมีประโยชน์ เนื่องจากกระตุ้นให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และเสริมอำนาจให้ผู้กระตุ้นได้

กล่าวโดยสรุป ผู้ศึกษาได้ให้ความหมาย ความขัดแย้ง หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไป ขัดกันซึ่งความคิด ทศนคติ ความคิดเห็น นำไปสู่การล้มเหลวทางด้านการตัดสินใจ จนนำไปสู่การเรียกร้องในสิ่งที่ตนต้องการ

#### 2.1.2 ประเภทของความขัดแย้ง

Robbins (1983) ได้จำแนกแนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้งเป็น 3 กลุ่ม คือ แนวแบบโบราณ แนวพฤติกรรม และแนวปฏิพันธ์

##### 1) แนวแบบโบราณ (Traditional View)

แนวแบบโบราณ เป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในช่วงทศวรรษ 1930-1940 แนวคิดนี้เชื่อว่า ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่เลว ความขัดแย้งถูกมองไปในทางลบ เห็นว่าความขัดแย้ง

เป็นความรุนแรง เป็นการทำลายล้าง ความขัดแย้งไม่เป็นประโยชน์ต่อองค์การ จึงควรหลีกเลี่ยงหรือกำจัดให้หมดไป ความขัดแย้งเป็นผลมาจากความผิดพลาดหรือความล้มเหลวในการสื่อสารขาดความเปิดเผย ขาดความไว้วางใจ เชื่อใจกัน และจากความล้มเหลวของผู้บริหาร ในการตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของผู้ปฏิบัติงาน ความขัดแย้งเป็นเรื่องของความผิดพลาดของคนใดคนหนึ่ง ดังนั้นจึงต้องหาตัวคนผิดให้ได้ ความขัดแย้งเป็นเรื่องเสียหาย ดังนั้นจึงต้องพยายามช่วยกันปิดบัง ตามแนวคิดนี้ ความขัดแย้งทุกอย่างเป็นสิ่งเลว คนที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งจึงเป็นคนไม่ดี เป็นผู้สร้างปัญหาให้กับองค์การ

### 2) แนวพฤติกรรม (Behavioral View)

แนวพฤติกรรม เป็นที่ยอมรับกันแพร่หลายในช่วงปลายทศวรรษ 1940 ถึงกลางทศวรรษ 1970 แนวคิดนี้เห็นว่า ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติในทุกกลุ่ม และทุกองค์การ ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ องค์การขนาดใหญ่และมีความซับซ้อนมากก็มีโอกาสจะเกิดความขัดแย้งได้ง่าย ความขัดแย้งไม่จำเป็นต้องเลวร้ายเสมอไป แต่อาจเป็นสภาวะที่จะเป็นพลังทางบวก หรือพลังที่ส่งเสริมการปฏิบัติงานของกลุ่ม เนื่องจากความขัดแย้งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามปกติและหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น จึงควรยอมรับความขัดแย้งยอมรับว่าต้องมีความขัดแย้งไม่สามารรถจะกำจัดให้หมดลงไปได้ ยิ่งไปกว่านั้นบางครั้งความขัดแย้งเป็นประโยชน์ และส่งเสริมการปฏิบัติงานของกลุ่มอีกด้วย

### 3) แนวปฏิสัมพันธ์ (Interactionist View)

แนวปฏิสัมพันธ์ เป็นแนวคิดปัจจุบันที่เสนอความขัดแย้ง นอกจากจะเป็นพลังทางบวกที่ส่งเสริมการทำงานของกลุ่มแล้ว ความขัดแย้งบางอย่างยังจำเป็นจะต้องมีเพื่อที่จะช่วยให้กลุ่มทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ องค์การที่ปราศจากความขัดแย้งจะหยุดอยู่กับที่ เฉื่อยชา ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ความขัดแย้งจึงมีความจำเป็น ถ้าหากมีความขัดแย้งในระดับที่เหมาะสมจะช่วยให้คนมีความตื่นตัว กระตือรือร้น วิเคราะห์ตนเอง และมีความคิดสร้างสรรค์

ริงสตรัค ประเสริฐศรี กล่าวว่าเนื่องจากความขัดแย้งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นเฉพาะกับบุคคล ดังนั้นความขัดแย้งจึงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และทุกสถานที่ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมีการติดต่อสัมพันธ์กัน ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลในครอบครัว ความขัดแย้งระหว่างบุคคลที่ทำงานร่วมกันในองค์การ ความขัดแย้งระหว่างหน่วยต่าง ๆ ความขัดแย้งที่เกิดจากคนต่างเชื้อชาติ และความขัดแย้งระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นในหลาย ๆ ส่วนของโลก ความขัดแย้งเหล่านี้จะมีระดับและขอบเขต และผลกระทบของความขัดแย้งแตกต่างกัน (Robbins, 1983)

### 2.1.3 สาเหตุของความขัดแย้งในหน่วยงานของรัฐบาล

อาจแยกออกได้เป็น 3 ประการ คือ

1. การแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรอันมีจำกัด เช่น การแข่งขันแย่งชิงงบประมาณตำแหน่งหน้าที่ซึ่งมีความสำคัญและมีอำนาจ ตลอดจนการเลื่อนขั้นที่มีโควตาจำกัด เป็นต้น ซึ่งตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การเกิดความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน สายการบังคับบัญชาในระบบราชการทำให้เกิดความแตกต่างกัน ระหว่างสมาชิกในด้านอำนาจ รายได้ เกียรติยศศักดิ์ศรี ดังนั้น จึงเอื้ออำนวยให้ผู้ปฏิบัติงานในระดับเดียวกันมีการแข่งขันแย่งชิงเพื่อก้าวไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น ซึ่งตำแหน่งต่างๆ เหล่านี้มีน้อย ทำให้มีการแข่งขันระหว่างข้าราชการ ก่อให้เกิดการแตกความสามัคคีกัน ไม่ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และไม่จริงจังต่อกัน

2. ความต้องการความเป็นอิสระ กล่าวคือ ผู้บริหารในระบบราชการมักพยายามควบคุมให้การปฏิบัติงานภายในองค์กร เป็นไปตามเป้าหมายหรือวิธีการที่กำหนดไว้ จนบางครั้งไปจำกัดอำนาจหน้าที่และความต้องการของสมาชิกผู้ปฏิบัติงาน เป็นเหตุให้เกิดความไม่พอใจและต่อต้านจากผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาขึ้น

3. ความแตกต่างในเป้าหมายและความคิดเห็นได้แก่ ความแตกต่างในความคิดเห็นระหว่างกลุ่มต่างๆ กับเป้าหมายของรัฐบาล ตลอดจนความแตกต่างในเป้าหมายของหน่วยงานย่อยต่างๆ (อรุณ รัชธรรม, 2532)

#### 2.1.4 ระดับของความขัดแย้ง

ความขัดแย้งสามารถแบ่งได้เป็น 4 ระดับ คือ

1. ความขัดแย้งภายในบุคคล (Intrapersonal Conflict) เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลแต่ละคน อันเนื่องมาจากต้องกระทำ หรือรับรู้ในเป้าหมาย หรือสิ่งที่คาดหวังไม่สอดคล้องกัน ความขัดแย้งในตัวบุคคลนี้ เกิดขึ้นได้ 3 ลักษณะ คือ

- ลักษณะความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจเลือกเพียงสิ่งเดียวจากสิ่งที่ยอมรับหลายสิ่ง (Approach-Approach Conflict) ความขัดแย้งลักษณะนี้เกิดขึ้นเมื่อมีความรู้สึกที่ตนเองชอบทุกสิ่ง แต่ต้องตัดสินใจเลือกเพียงสิ่งเดียว เกิดความรู้สึกที่เรียกว่ารักที่เสียขายน้อง

- ลักษณะความขัดแย้งที่เกิดจากการต้องตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ไม่ชอบ (Avoidance-Avoidance Conflict) เมื่อคนเราต้องเลือกในสิ่งที่ตนเองไม่ชอบ คนจะเกิดความรู้สึกขัดแย้งในตัวเอง

- ลักษณะความขัดแย้งที่เกิดจากการต้องตัดสินใจเลือกในสิ่งที่จะมีผลเสียตามมา (Approach-Avoidance Conflict) เมื่อคนเราต้องตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งทั้ง ๆ ที่ทราบว่าจะมีผลเสียตามมา แต่ก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ บุคคลจะเกิดความรู้สึกที่คับข้องใจ

2. ความขัดแย้งระหว่างบุคคล (Interpersonal Conflict) เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป



3. ความขัดแย้งระหว่างกลุ่ม (Intergroup Conflict) เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มคนที่อยู่ในองค์กรเดียวกัน

4. ความขัดแย้งระหว่างองค์การ (Interorganization Conflict) เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างองค์การต่อองค์การ (รังสรรค์ ประเสริฐศรี, ม.ป.ป., 18-19)

### 2.1.5 การจัดการความขัดแย้งทางการเมืองและสันติวิธี

สันติวิธีจะเกิดขึ้นได้แม้จะมีความขัดแย้งของความคิดทางการเมือง หากบุคคลมีสิ่งต่อไปนี้

1. เปิดเผยจริงใจ แสดงความจริงใจ ความรู้สึกที่แท้จริงให้คนที่คิดต่อสื่อสารทราบ (Openness)

2. เห็นใจ ให้ความเข้าใจ สนับสนุน ให้กำลังใจ ทำความเข้าใจความคิด (Empathy) ของผู้อื่น เปิดเผยตนเองด้วยความบริสุทธิ์ใจ

3. สนับสนุนซึ่งกันและกัน (Supportiveness) อธิบายความรู้สึกของท่านให้ชัดเจน ตรงไปตรงมาเปิดเผยและจริงใจ

4. มองคนในทางที่ดี มีเจตคติทางบวกสำหรับตนเองและผู้อื่น (positiveness) รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

6. ยึดภราดรภาพ ขอมรับผู้อื่นเท่าเทียมกับคน มองทุกสิ่งในแง่คืออย่างไม่มีเงื่อนไข (Equality)

หากทุกฝ่ายปฏิบัติตามพระบรมราโชวาทและสามารถปฏิบัติตามทั้ง 5 ประการนี้ได้ ความขัดแย้งทางความคิดที่เกิดขึ้นก็จะไม่นำไปสู่ความขัดแย้งที่รุนแรงและนำไปสู่ความวิบัติของทุกฝ่าย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2550)

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเมือง

### 2.2.1 ความหมาย

Aristotle กล่าวว่า ทฤษฎีการเมือง เป็นเรื่องของการศึกษาค้นคว้าที่มีระเบียบแบบแผนเกี่ยวกับสิ่งอันเป็นสาระณะครอบคลุมถึงกิจกรรมทั้งหมด ระบบการเมืองจะเป็นวิธีหนึ่งที่จะนำไปสู่การบรรลุความสุขของมนุษย์ ดังนั้น การที่มนุษย์เราเป็นสมาชิกของระบบการเมืองกับการทำตามเป็นคนดีย่อมจะช่วยให้สามารถบรรลุถึงความสุขนั้น ได้มาก ระบบ การเมืองหนึ่งๆ ประกอบด้วยกลุ่มและความสัมพันธ์ทางการเมืองต่างๆ เกี่ยวกับหน้าที่ อำนาจ หรือการปกครอง โดยมีความสามารถในการพึ่งตนเอง มนุษย์โดยธรรมชาตินั้นเป็นสัตว์การเมือง ด้วยเหตุนี้จึงต้องอาศัยอยู่รวมกันเป็นชุมชน เมื่อมนุษย์อยู่กันเป็นชุมชน พฤติกรรมหรือการกระทำของแต่ละคน อาจจะเป็นการละเมิดสิทธิเสรีภาพ หรือผลกระทบกระเทือนต่อสิทธิประโยชน์กับบุคคลอื่น ๆ จึงมี

ความจำเป็นต้องอาศัย เครื่องมือทางสังคมเพื่อกำหนด หรือควบคุมกิจการต่าง ๆ ที่เป็นผลประโยชน์ร่วมกัน

Plato (ธรรมศักดิ์ สามตฤกล, 2544) ถือว่า การเมืองเป็นศิลปะหรือวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้บรรลุสิ่งที่คิดงามได้ ความรู้ทางการเมืองจึงเป็นเรื่องของศิลปะการปกครอง หรือศิลปะของรัฐบาล โนบายจึงมองเห็นว่า การมีนครรัฐของระบบการเมืองที่ดี ก็กับการมีความยุติธรรมมีขึ้นได้ ก็จะต้องเกิดจากการมีความสมานฉันท์และการแบ่งกันทำ โดยแบ่งคนเราออกเป็นสามประเภทด้วยกัน ได้แก่ คนที่มีเหตุผล คนที่มีเจตนาธรรมณ์แน่วแน่ และคนที่มีแต่ความต้องการ คนที่มีความยุติธรรมจะต้องมีเหตุผล สามารถควบคุมเจตนาธรรมณ์ และความต้องการของคนได้

กล่าวโดยสรุป จากผู้ศึกษา การเมือง คือ วิธีการหนึ่งที่จะช่วยสร้างสรรค์แบบแผนอนาคตที่จะนำไปสู่ความสุขแก่สังคมมนุษย์ในทุกด้าน เน้นการปกครองที่มีความยุติธรรม

โดยแท้จริงแล้ว ระบบการเมืองกับกลุ่มผลประโยชน์นับว่ามีความสัมพันธ์ต่อกันมาทุกยุคทุกสมัย Plato กับ Aristotle เคยพูดถึงแนวความคิดเรื่องกลุ่มว่า มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกตัดสินใจของรัฐบาลประเด็นปัญหาสำคัญที่กล่าวถึงกันมากในประวัติของทฤษฎีการเมือง คือ ความตึงเครียดระหว่างผู้ปกครองกับฝ่ายผู้รับการปกครอง ตลอดจนปัญหาการรวมอำนาจ และการกระจายอำนาจ

กลุ่มผลประโยชน์ คือ กลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันโดยสมัครใจ เพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์อย่างหนึ่งอย่างใด โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำนโยบายสาธารณะหรือการจัดสรรสิ่งที่มีคุณค่าของสังคมเป็นไปในทิศทางที่ตนต้องการ

### 2.2.2 อำนาจทางการเมือง

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับอำนาจทางการเมืองนั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Thomas Hobbes (จรูญ สุภาพ, 2541) ช่วงศตวรรษที่ 17 ได้อธิบายถึงเหตุผลแห่งอำนาจทางการเมืองว่ามนุษย์ในสภาพธรรมชาติ ซึ่งปราศจากรัฐบาลนั้น จะต้องถูกบังคับให้ต่อสู้กับบุคคลอื่นเพื่อป้องกันชีวิตตนเอง ในสภาวะเช่นนั้นจะไม่มีความสุข ไม่มีความปลอดภัย ไม่มีเวลาแสวงหาความสุขจากทรัพย์สิน หรือครอบครัว เพื่อที่จะแก้ไขความบกพร่องอันนี้ มนุษย์ได้รวมกลุ่มกันเพื่อสร้างสัญญาประชาคม (Social Contract) โดยมอบอำนาจให้แก่รัฐบาล และ Hobbes ก็มีความเห็นว่ามนุษย์เป็นบุคคลที่ชั่วร้ายและเห็นแก่ตัว และถ้ามนุษย์ไม่มีอำนาจ มนุษย์ไม่มีอำนาจ มนุษย์ก็จะมีสภาพดีกว่าเครื่องานทั่วไป ในสัญญาประชาคมนี้ มนุษย์ทุกคนเป็นคู่สัญญา แต่รัฐบาลซึ่งเกิดจากผลของสัญญานั้นมิใช่เป็นคู่สัญญาด้วย มนุษย์ยินยอมที่จะเชื่อฟังรัฐบาล แต่รัฐบาลซึ่งเป็นอธิปัตย์ไม่จำเป็นต้องยินยอมหรือตกอะไรด้วยทั้งสิ้น อำนาจทางการเมืองจะต้องเป็นของ

รัฐบาล และรัฐบาลจะต้องใช้แต่ผู้เดียว ซึ่งแนวความคิดของ Hobbes ทำให้เกิดผู้ปกครองที่มีอำนาจทางการเมืองที่เด็ดขาด ผู้ปกครองจะถูกจำกัดอำนาจโดยอำนาจขั้นสุดท้ายของประชาชน นั่นคือการปฏิบัติต่อต้าน และเขาได้กล่าวอ้างว่า ความเป็นระเบียบแลเสถียรภาพที่เกิดขึ้น เป็นจุดหมายปลายทางและวัตถุประสงค์ของรัฐ หรือของสังคม ฉะนั้นแม้ว่าจะต้องใช้อำนาจทางการเมืองที่เด็ดขาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวก็ต้องยอม ซึ่งอำนาจทางการเมืองจะต้องเป็นของรัฐบาล และรัฐบาลจะต้องใช้อำนาจนั้นแต่ผู้เดียว

### 2.2.3 ทศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตย

ผู้ที่มีทศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยมักจะเป็นผู้ที่แสดงความนิยมชมชอบต่อสาระสำคัญ 3 ประการ คือ การเปลี่ยนแปลง ความเสมอภาค ความอดกลั้น ดังนั้นผู้ที่มีทศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตย โดยทั่วไปจึงเป็นบุคคลที่มีจิตใจกว้างขวางพร้อมที่จะยอมรับความแตกต่างในทางความคิดเห็นคลอจนความแตกต่างด้านอื่นๆ เช่น เชื้อชาติ ศาสนา อุดมการณ์ ความชอบส่วนบุคคล เป็นต้น รวมทั้งยังยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ใฝ่ใจ มีความศรัทธาเชื่อมั่นในศักดิ์ศรีของเพื่อนมนุษย์และยอมรับความเสมอภาคระหว่างบุคคลมองโลกในแง่ดีอยู่เสมอ มีศรัทธาและความหวังในชีวิต ไม่เชื่อหรือไว้วางใจอำนาจเด็ดขาด แม้ว่าจะยอมรับอำนาจ แต่อำนาจนั้นต้องมีเหตุผลหรือมีความชอบธรรม มีความคิดเห็นเป็นของตนเอง ไม่นิยมการยอมความคิดเห็นของผู้อื่น เว้นเสียแต่ว่าความเห็นนั้นมีเหตุผลเพียงพอที่จะเชื่อถือได้ มีความอดทนรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นที่แตกต่างไปจากคนรู้จักเคารพสิทธิของผู้อื่น และรู้จักประณีประนอมผ่อนปรน ไม่ตัดสินใจหาข้อขัดแย้งด้วยการใช้กำลังรุนแรง (ประสพทา เป็อรุณ, 2526)

ดังนั้น ผู้ที่มีทศนคติแบบประชาธิปไตยจะเป็นผู้ที่ยอมรับแนวความคิดพื้นฐานประชาธิปไตย อันประกอบด้วยหลักสำคัญ 3 ประการ คือ แนวความคิดเกี่ยวกับภราดรภาพ (Fraternity) แนวความคิดเกี่ยวกับเสรีภาพ (Liberty) และแนวความคิดเกี่ยวกับความเสมอภาค (Equality of Right) ผู้ที่มีทศนคติแบบประชาธิปไตยจะมีลักษณะดังนี้ (ชยอนันต์ สมุทวณิช, 2523)

1. การมีความศรัทธาในแต่ละความสามารถ สติปัญญาของมนุษย์การรู้จักใช้เหตุผล ยึดหลักเหตุผลด้วยวิธีการทดสอบค้นหาตามแบบวิทยาศาสตร์ คลอดจนมองมนุษย์ในแง่ดีว่าสามารถร่วมมือกันทำงานเพื่อความสุขส่วนรวม และสามารถพึ่งพาอาศัยกันได้
2. ความเชื่อในความเป็นอิสระและเสรีภาพของมนุษย์มีความสามารถและรู้จักใช้เหตุผลทำให้เกิดความเชื่อในความเป็นอิสระและสนับสนุนเสรีภาพในด้านต่าง ๆ อันได้แก่ความสามารถที่จะเลือกใช้ชีวิต กระทำหรือไม่กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้ด้วยตนเอง โดยไม่ตกอยู่ในอำนาจบงการของบุคคลอื่น

3. การยอมรับความเท่าเทียมของมนุษย์ โดยถือว่าทุกคนมีความเท่าเทียมกัน โดยพื้นฐานทางกฎหมายและทางการเมืองทุกคนควรได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายและมีสิทธิเสรีภาพในทางการเมืองโดยเท่าเทียมกัน โดยไม่แบ่งแยก ชาติกำเนิดเพศ หรือฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

4. อำนาจสูงสุดในการปกครอง และการตัดสินใจปัญหาสำคัญของสังคมเป็นของปวงชน แต่มิได้หมายความว่าประชาชนทุกคนจะเป็นผู้ตัดสินใจปัญหาทุกเรื่องโดยตรงแต่มีการมอบอำนาจให้กับตัวแทนซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือองค์การเช่นศาลเป็นผู้ใช้อำนาจนั้นแทน โดยประชาชนเป็นผู้กำหนดขอบเขตและเงื่อนไขของการใช้อำนาจตลอดจนความรับผิดชอบของผู้ที่ใช้อำนาจนั้นแทนประชาชน

5. อำนาจอันชอบธรรมในการปกครองของรัฐบาลเกิดจากความยินยอมของประชาชน สังคมจึงเกิดขึ้นจากการยินยอมของสมาชิกที่เข้ามารวมอยู่ในสังคมและอำนาจของสังคมซึ่งหมายถึงสิทธิในการออกกฎหมายและบทลงโทษ เพื่อประโยชน์การปกป้องคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินจึงจะต้องเป็นไปโดยความยินยอมของประชาชน

6. สิทธิในการคัดค้านและเปลี่ยนรัฐบาล เนื่องจากรัฐเป็นเพียงสิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สิน และช่วยให้คนในสังคมอยู่อย่างมีความสุข ดังนั้น ถ้ารัฐบาลไม่ทำหน้าที่อันควร ไม่ปฏิบัติตามจุดมุ่งหมายของประชาชน ประชาชนจึงมีสิทธิเต็มที่ในการคัดค้านและเปลี่ยนแปลงผู้ปกครองเสียใหม่ได้

นอกจากผู้ที่มีทัศนคติแบบประชาธิปไตยจะยอมรับแนวความคิดพื้นฐานของการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยแล้ว ยังยอมรับการศึกษา และแนวทางในการปฏิบัติตามแนวความคิดประชาธิปไตย ซึ่งได้แก่มีการตัดสินใจหาร่วมกันอย่างมีเหตุผล โดยใช้หลักการประชุมปรึกษาหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นว่า มนุษย์มีความสามารถ มีสติปัญญาและรู้จักใช้เหตุผลคุ้มครองเสรีภาพทางความเชื่อและการแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์ในการหาทางเลือกของนโยบายหรือการตัดสินใจที่ดีที่สุด โดยยึดหลักความเป็นอิสระและเสรีภาพของมนุษย์ หลักการปกครองภายใต้กฎหมาย โดยกระบวนการที่ปรึกษาหารือมาอย่างถูกต้องไม่ยอมรับการปกครองตามอำเภอใจของบุคคลเป็นไปตามแนวความคิดที่เน้นความเท่าเทียมกัน กำหนดให้มีการเลือกตั้งอย่างเสรี เพราะถือว่าอำนาจประชาธิปไตยมาจากประชาชน ประชาชนจะเลือกตัวแทนขึ้นใช้อำนาจในการปกครองตนเอง โดยการเลือกตั้งที่ปราศจากการขู่เข็ญหรือไม่เป็นธรรม การให้สิทธิในการแสดงความคิดเห็นโดยใช้เหตุผล และด้วยความบริสุทธิ์ใจ การคัดค้านนโยบายหรือการปฏิบัติของรัฐ เช่น การเปิดโอกาสให้ฝ่ายค้านแสดงความคิดเห็นหรือเรียกร้องการสนับสนุนจากประชาชนเพื่อเปลี่ยนแปลงรัฐบาล การเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนมีความเป็นอิสระที่จะวิพากษ์วิจารณ์

รัฐบาลโดยไม่ถูกข่มขู่คุกคาม ซึ่งเป็นไปตามหลักการเกี่ยวกับสิทธิที่จะคัดค้านไม่เห็นด้วยและการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล

### 2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการใช้กำลังรุนแรง

จากการที่ได้มีนักวิชาการหลายท่านที่มีความสนใจในพฤติกรรมมนุษย์ ได้พยายามค้นคว้าศึกษาวิจัยถึงมูลเหตุของการใช้กำลังรุนแรงในสังคม ซึ่งก็สามารถสรุปผลการศึกษาได้เป็น 3 กลุ่มทฤษฎี ดังนี้ (นิยม ปัญจวัฒน์, 2522)

#### 2.3.1 ทฤษฎีธรรมชาติของมนุษย์ (Human Nature Theory)

ทฤษฎีนี้กล่าวถึงการใช้กำลังรุนแรงในสังคมว่าเป็นธรรมชาติของมนุษย์ โดยมองด้านจิตใจ สัญชาตญาณเป็นหลัก แบ่งออกเป็น 2 แนวความคิด คือ

2.3.1.1 แนวความคิดที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า มนุษย์เป็นสัตว์ประเภทหนึ่งที่มีสัญชาตญาณชอบใช้กำลังรุนแรง สภาวะดั้งเดิมของมนุษย์นั้นเป็นสภาวะที่ยู่เหงิงปราศจากรัฐ เป็นสภาวะสงคราม ทุกคนต่างมุ่งหน้าประหัดประหารกัน นักวิชาการที่ยึดถือแนวคิดนี้เช่น นักจิตวิทยา ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) คอนราด ลอเรนซ์ (Conrad Lorenz) และ เอช แอล นีเบอร์ก (H.L.Niebeurg) เป็นต้น ซึ่งมีความเห็นตรงกันว่า มนุษย์เกิดมามีลักษณะโน้มเอียงไปในทางรักษาผลประโยชน์ของตนเอง อันเป็นมูลเหตุที่นำไปสู่การใช้กำลังรุนแรง (Gurr, 1972)

2.3.1.2 แนวความคิดที่เชื่อถือว่า ถึงแม้มนุษย์มีการใช้กำลังรุนแรงต่อกันจริง แต่มิใช่ว่ามนุษย์มีสัญชาตญาณอย่างนั้น และในสังคมของสัตว์ก็ไม่มีสัญชาตญาณของการใช้กำลังรุนแรงเช่นเดียวกัน การใช้กำลังที่เกิดขึ้นก็เพื่อป้องกันตนเองจากการถูกรุกรานเท่านั้น นักวิชาการในแนวนี้ก็เช่น จอห์น ล็อก (John Lock) รวมทั้ง คาร์ธีร์ และ เอเบิลลิง (Carthey and Ebling) ต่างมีความเห็นในทำนองเดียวกันว่าธรรมชาติของมนุษย์มิได้ชอบใช้กำลังรุนแรงเป็นเพียงการป้องกันตัวเองจากการรุกรานของฝ่ายศัตรูเท่านั้น

#### 2.3.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Theory)

ทฤษฎีนี้มองการใช้กำลังรุนแรงว่าเป็นผลที่เกิดจากการอบรมและการเรียนรู้ นักวิชาการในแนวนี้โดยมากเป็นนักสังคมวิทยา เช่น ทัลคอต พาร์สัน (Talcott Parsons) และ โทมัส เชลลิง (Thomas Schelling) เป็นต้น ซึ่งมีความเห็นว่าพฤติกรรมก้าวร้าว หรือ พฤติกรรมที่แสดงออกในการใช้กำลังรุนแรงสามารถอบรมและเรียนรู้ได้เหมือนการอบรมและการเรียนรู้ พฤติกรรมอื่นๆ บางสังคมมีการอบรมสั่งสอนให้ใช้กำลังเป็นเครื่องตัดสินเพื่อแสดงให้เห็นความเก่งกล้าสามารถแสดงความเป็นลูกผู้ชายอันเป็นความเชื่อถือตามธรรมเนียมค่านิยมของกลุ่ม (นิยม ปัญจวัฒน์, 2522)

### 2.3.3 ทฤษฎีความก้าวร้าวจากความคับข้องใจ (Frustration Aggression Theory)

ทฤษฎีนี้พิจารณารากฐานการใช้กำลังรุนแรงในสังคม โดยศึกษาถึงปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างพื้นฐานทางด้านจิตใจของมนุษย์ในแง่จิตวิทยา (Psychology) กับสภาพแวดล้อม (social environment) พื้นฐานของทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการก้าวร้าวมีผลมาจากการถูกขัดขวางความต้องการหรือไม่ได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ (social and psychic failure) หรือผลอันเกิดจากความไม่สมมูลระหว่างความคาดหวัง (expectation) กับความสามารถ (ability) ที่จะกระทำได้

### 2.4 ประเภทของการก่อความรุนแรงทางการเมือง

นักวิชาการแต่ละคนต่างก็มีการศึกษาประเภทของการใช้กำลังรุนแรงทางการเมืองแตกต่างกันออกไปตามความเข้าใจของคน ในที่นี้จะนำเสนอผลงานของนักวิชาการที่เห็นว่าน่าสนใจและเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ อาทิเช่น

Mehden (1973) ได้แบ่งประเภทของการก่อความรุนแรงทางการเมืองออกเป็น 5 ประเภทด้วยกัน คือ

- 1) ความรุนแรงจากการแตกแยกทางเชื้อชาติ (Primordial Violence) เป็นการใช้กำลังรุนแรงทางการเมืองที่มีผลมาจากความขัดแย้งระหว่างเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม เช่น การสู้รบระหว่างชาวผิวขาวกับอินเดียแดงสงครามครูเสด เป็นต้น
- 2) ความรุนแรงแบบแบ่งแยก (Separatist or Secessionist Violence) เป็นการใช้กำลังรุนแรงเพื่อต้องการแยกตัวเป็นอิสระจากรัฐบาลกลาง มีอำนาจในการปกครองและบริหารตนเอง ซึ่งบางกรณีอาจสืบเนื่องมาจากแบบที่หนึ่งก็ได้ เช่น การต่อสู้ของชนกลุ่มน้อยในพม่า เป็นต้น
- 3) ความรุนแรงแบบปฏิวัติ (Revolutionary) เป็นการใช้กำลังรุนแรงเพื่อที่จะล้มล้างระบบสังคมเดิมทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองแล้วสร้างระบบใหม่ขึ้นมาแทน เช่น การปฏิวัติฝรั่งเศส หรือการปฏิวัติรัสเซีย เป็นต้น
- 4) ความรุนแรงแบบรัฐประหาร (Coup-Oriented-Violence) เป็นการใช้กำลังรุนแรงโดยกลุ่มบุคคลจะใช้กำลังเข้ายึดอำนาจจากผู้ปกครองในลักษณะนั้นแต่มิได้มีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงระบบเพียงแต่เปลี่ยนแปลงกลุ่มผู้ปกครองเท่านั้นตัวอย่างเช่น การรัฐประหารกลุ่มทหารในประเทศกำลังพัฒนา
- 5) ความรุนแรงในประเด็นการเมืองและบุคลิกภาพ (Political issue and Personality Oriented Violence) เป็นการใช้กำลังรุนแรงที่เกิดจากอคติหรือแรงจูงใจ ซึ่งแยกออกได้เป็น 3 ประเภทย่อยคือ

5.1) นักศึกษาหัวรุนแรง (Student Activities) การใช้กำลังรุนแรงของนักศึกษา เป้าหมายก็คือการเรียกร้องหรือโจมตีให้มีการปรับปรุงสิ่งต่างๆ เช่น การโจมตีระบบบริหารของมหาวิทยาลัย การโจมตีการดำเนินงานนโยบายของรัฐบาล ความสูญเสียที่เกิดจากการใช้กำลังรุนแรง ชนิดนี้ไม่ค่อยมีมากนัก นอกจากจะได้รับบาดเจ็บจากการปะทะกับเจ้าหน้าที่

5.2) ความรุนแรงจากการเลือกตั้ง (Electoral Violence) ลักษณะของความรุนแรงแบบนี้ เช่น การลอบทำร้ายผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือหัวหน้าคณะนการขัดขวางการหาเสียง เป็นต้น ส่วนความสูญเสียจากการใช้กำลังรุนแรงเป็นเรื่องส่วนตัวของนักการเมืองแต่ละคนจะส่งผลกระทบต่อส่วนรวมน้อยมาก และมักเกิดในช่วงระยะมีการหาเสียงเลือกตั้งเท่านั้น

5.3) ความรุนแรงจากปัญหาเศรษฐกิจและสังคม (Economic and Social Issues) เป็นความรุนแรงที่เกิดจากการดำรงชีวิตในสังคม โดยต้องการให้ฝ่ายบริหารแก้ไขปรับปรุงบางอย่าง เช่น คนในเมืองประสบปัญหาเรื่องการจราจรแออัด การบริการสาธารณะ หรือ ความมั่นคงปลอดภัย ส่วนคนในชนบทอาจประสบปัญหาความอดอยาก การขาดที่ทำกิน ภัยแล้ง เป็นต้น การเรียกร้องจะออกมาในรูปของการเดินขบวน หรือนัดหยุดงาน

## 2.5 รัฐบาลไทย

รัฐบาลไทยในปัจจุบัน มีรูปแบบการปกครองแบบรัฐเดี่ยว (Unitary State) ได้แก่ รัฐซึ่งรวมอำนาจอธิปไตยไว้ที่ศูนย์กลางหรือเมืองหลวงเพียงแห่งเดียว รัฐบาลและรัฐสภาของรัฐบาลกลางทำหน้าที่บริหารประเทศและออกกฎหมายระเบียบข้อบังคับครอบคลุมตลอดทั่วทั้งรัฐ มีข้อสังเกตว่ารัฐเดี่ยวมักจะมีรัฐธรรมนูญกลางเพียงฉบับเดียว และแม้ว่ารัฐบาลกลางจะมีการกระจายอำนาจ ให้การปกครองส่วนท้องถิ่นปกครองตัวเองบ้างแต่การกระจายอำนาจนั้น เป็นการกระจายอำนาจที่รัฐบาลกลางกำหนดขอบเขตให้ รัฐบาลกลางยังมีอำนาจเหนือกว่าที่จะแทรกแซงหรือสงวนการตัดสินใจในนโยบายสำคัญไว้ที่รัฐบาลกลาง (เอกวิทย์ มณีธร, 2553)

## 2.6 ประชาธิปไตย

### 2.6.1 ความหมายของประชาธิปไตย

ประชาธิปไตย หรือ Democracy เป็นคำที่มีจุดกำเนิดในยุคสมัยกรีกโบราณ ดังนั้นคำนี้จึงมาจากคำในภาษากรีก 2 คำมาผสมกันคือ Demos หมายถึงประชาชน และ Kratia หมายถึงอำนาจหรือการปกครอง รวมกันเป็น Demokratia มีความหมายถึง การปกครองโดยประชาชน ส่วนภาษาไทยคำว่าประชาธิปไตย กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ได้บัญญัติคำนี้ โดยเอาคำว่า ประชาชน สันติกับคำว่าธิปไตย ซึ่งมีความหมายไม่แตกต่างกันว่า การปกครองที่อำนาจสูงสุดเป็นของประชาชน (วรรณา เจียมศรีพงษ์, 2531)

บุญศรี ยีหมะ (2552) กล่าวว่า ประชาธิปไตยได้กลายเป็นระบอบการปกครองที่ทั่วโลกยึดถือในปัจจุบันอย่างไรก็ตามระบอบการปกครองนี้ ซึ่งมีพัฒนาการมาอย่างยาวนานนับตั้งแต่ยุคกรีกโบราณทำให้มีรูปแบบที่แตกต่างกันอย่างน้อย 3 รูปแบบคือ ประชาธิปไตยโดยตรง ประชาธิปไตยแบบตัวแทน และในขณะนี้ รูปแบบประชาธิปไตยที่เชื่อว่าจะเป็นทางเลือกใหม่ของสังคมก็คือ ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมแต่ในปัจจุบันทั่วโลกก็ยังคงนิยมใช้รูปแบบประชาธิปไตยแบบตัวแทน ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบของรัฐบาลออกเป็น 3 รูปแบบคือ รูปแบบรัฐสภา รูปแบบประธานาธิบดี และรูปแบบซึ่งรัฐสภาทั้งประธานาธิบดี ทั้งนี้ การเลือกใช้รูปแบบใด รูปแบบหนึ่งขึ้นอยู่กับพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

#### 2.7 สถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ปี พ.ศ. 2553

สถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ปี พ.ศ. 2553 สามารถที่จะสรุปเหตุการณ์ที่สำคัญทางการเมืองตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการชุมนุม กระทั่งการยุติการชุมนุมดังต่อไปนี้



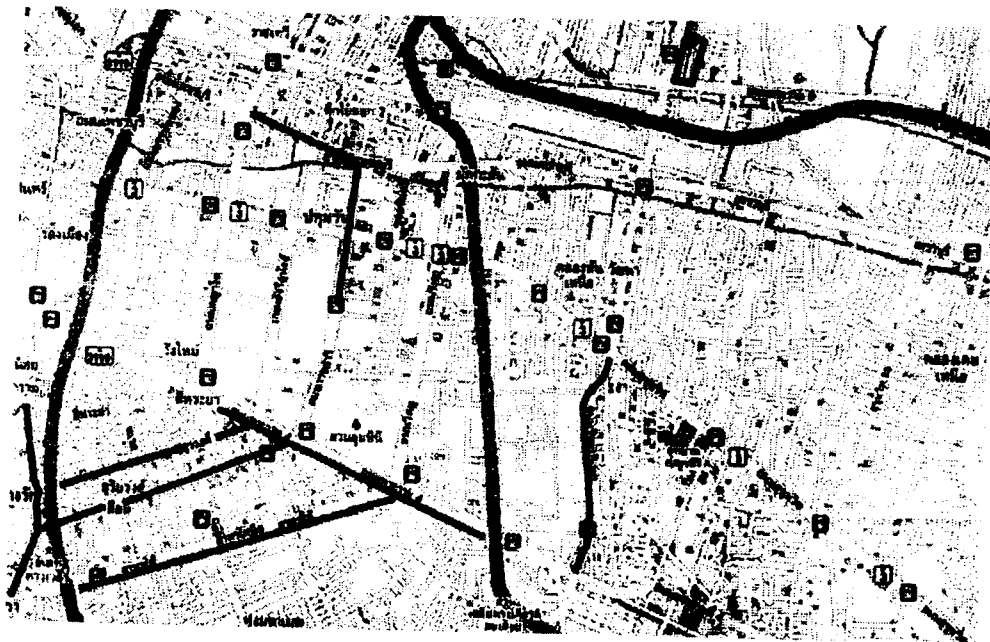
ตารางที่ 2 สรุปลำดับเหตุการณ์สำคัญทางการเมือง ปี พ.ศ. 2553

ลำดับเหตุการณ์ พ.ศ.2553	
12 มีนาคม 2553	เป็นวันแรกของการเริ่มต้นการชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) โดยมีจุดชุมนุมย่อยในหลายพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร
16-17 มีนาคม 2553	ผู้ชุมนุมเจาะเลือดคนละ 10 ซีซี นำไปเทที่บริเวณทำเนียบรัฐบาลและที่ทำการพรรคประชาธิปัตย์ และบ้านพักนายกรัฐมนตรี
20 มีนาคม 2553	กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขบวนรถเคลื่อนขบวนไปรอบกรุงเทพมหานครตามเส้นทางสายสำคัญ
28-29 มีนาคม 2553	ตัวแทนรัฐบาลเจรจาหรือเรื่องการยุบสภากับตัวแทน นปช.จำนวนสองรอบ ได้ข้อสรุปว่าจะให้มีการยุบสภา แต่ยังไม่มีการกำหนดเวลา
3 เมษายน 2553	กลุ่มผู้ชุมนุมย้ายบางส่วนไปยังแยกราชประสงค์
7 เมษายน 2553	นายกรัฐมนตรีประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
8-9 เมษายน 2553	รัฐบาลนำกำลังทหารเข้าระงับการออกอากาศของสถานีประชาชน (People Channel) ทำให้กลุ่มผู้ชุมนุมเคลื่อนขบวนไปยังสถานี จนสถานี กลับมาออกอากาศได้อีกครั้ง แต่กำลังทหารก็ได้เข้าระงับการออกอากาศอีก
10 เมษายน 2553	เจ้าหน้าที่สลายการชุมนุมบริเวณสะพานผ่านฟ้าลีลาศ มีผู้เสียชีวิต 27 ราย บาดเจ็บ 1,427 ราย
16 เมษายน 2553	ตำรวจหน่วยอรินทรราช 26 บุกจับกุมแกนนำ นปช.ที่โรงแรมเอสซีปาร์ค แต่ไม่สำเร็จ
28 เมษายน 2553	เจ้าหน้าที่สลายขบวนผู้ชุมนุมบริเวณอนุสรณ์สถานแห่งชาติ มีผู้บาดเจ็บมากกว่า 16 ราย มีผู้เสียชีวิต 1 ราย
29 เมษายน 2553	กลุ่มผู้ชุมนุมบางส่วนเข้าไปในโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์

ตารางที่ 2 สรุปลำดับเหตุการณ์สำคัญทางการเมือง ปี พ.ศ.2553 (ต่อ)

ลำดับเหตุการณ์ พ.ศ.2553	
12 พฤษภาคม 2553	ศูนย์อำนวยการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน (ศอฉ.) ประกาศตัดระบบสาธารณูปโภคและระบบขนส่งมวลชนรอบแยกราชประสงค์
13 - 18 พฤษภาคม 2553	ทหารกระชับพื้นที่บริเวณแยกราชประสงค์ มีผู้เสียชีวิต 43 ราย
19 พฤษภาคม 2553	แกนนำกลุ่มผู้ชุมนุมประกาศยุติการชุมนุม

(ไทยรัฐออนไลน์, 2553)



ภาพที่ 3 แผนที่เส้นทางบริเวณจุดที่มีการชุมนุมในกรุงเทพมหานคร (กองบังคับการตำรวจจราจร, 2553)

## 2.8 กรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครหรือ บางกอก เมืองหลวงของประเทศไทย เริ่มก่อตั้งภายหลังจากที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงครองราชย์ปราบดาภิเษกเป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชจักรีวงศ์ เมื่อวันเสาร์ ที่ 6 เมษายน เดือน 5 แรม 9 ค่ำ ปีชวด พ.ศ. 2325 พระองค์ได้โปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังทางคู่งแม่น้ำเจ้าพระยาฟากตะวันออก เนื่องจากเป็นชัยภูมิที่ดีกว่ากรุงธนบุรี เพราะมีแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแนวคูเมืองทางด้านตะวันตก และด้านใต้

อาณาเขตของกรุงเทพฯ ในขั้นแรกถือเอาแนวคูเมืองเดิมฝั่งตะวันออกของกรุงธนบุรี คือ แนวคลองหลอด ตั้งแต่ปากคลองตลาดจนออกสู่ม่าน้ำเจ้าพระยาบริเวณสะพานพระปิ่นเกล้า เป็นบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ มีพื้นที่ประมาณ 1.8 ตารางกิโลเมตร

บริเวณที่สร้างพระราชวังนั้นเดิมเป็นที่อยู่อาศัยของพระยาราชเศรษฐี และชาวจีน ซึ่งได้โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายไปอยู่ที่สำเพ็ง ในการก่อสร้างพระราชวังโปรดเกล้าฯ ให้พระยาธรรมมาธิบดีกับพระยาวิจิตรนาวิเป็นแม่กองคุมการก่อสร้าง ได้ตั้งพิธียกเสาหลักเมือง เมื่อวันอาทิตย์ เดือน 6 ขึ้น 10 ค่ำ ย่ำรุ่งแล้ว 54 นาที (21 เมษายน 2325) พระราชวังแล้วเสร็จ เมื่อ พ.ศ. 2328 จึงได้จัดให้มีพิธีบรมราชาภิเษกตามแบบแผน รวมทั้งงานฉลองพระนคร โดยพระราชทานนามพระนครใหม่ว่า “กรุงเทพมหานคร บวรรัตนโกสินทร์ มหินทรายุธยา มหาดิลกภพ นพรัตนราชธานีบุรีรมย์ อุดมราชนิเวศน์มหาสถาน อมรพิมานอวตารสถิต สักกะทัตติยวิษณุกรรมประสิทธิ์” ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเปลี่ยน คำว่า “บวรรัตนโกสินทร์” เป็น “อมรรัตนโกสินทร์” และในสมัยจอมพลถนอม กิตติขจร เป็นนายกรัฐมนตรีได้รวมจังหวัด ธนบุรีเข้าไว้ด้วยกันกับกรุงเทพฯ แล้วเปลี่ยนชื่อเป็น “กรุงเทพมหานคร” เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2515

#### 2.8.1 อาณาเขต

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

#### 2.8.2 ที่พัก

กรุงเทพมหานครมีโรงแรมจำนวนมากและหลากหลายระดับ ตั้งแต่โรงแรมขนาดใหญ่ระดับห้าดาว จนถึงโรงแรมขนาดเล็กและเกสต์เฮาส์ โดยเฉพาะในย่านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น ถนนข้าวสาร ถนนราชดำเนิน ถนนพระอาทิตย์ บางลำพู เทเวศน์ ถนนสุขุมวิท ถนนสาทร ถนนสีลม ประตูน้ำ เป็นต้น ราคาห้องพักเริ่มตั้งแต่หลักร้อยไปจนถึงหลักแสนบาท ขึ้นอยู่กับประเภทของห้องพักและที่ตั้ง

นอกจากนี้ยังมีที่พักประเภทเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ อพาร์ทเมนต์ หอพัก และคอนโดมิเนียมให้เช่าทั้งแบบรายวัน รายเดือน และรายปี อยู่จำนวนมากด้วย แหล่งที่พักประเภทต่าง ๆ จากการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประกอบไปด้วย

- โรงแรม	364	แห่ง
- เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	28	แห่ง
- รีสอร์ทและสปา	11	แห่ง

- บุติกรีส์อร์ต	8	แห่ง
- โฮมสเตย์	1	แห่ง
- บ้านพักเขาวน	1	แห่ง
- B&Bsและเกสต์เฮาส์	46	แห่ง
- กระโจมและบังกะโล	2	แห่ง
- คอนโด, อพาร์ทเมนท์และแมนชั่น	3	แห่ง

### 2.8.3 สถานที่ท่องเที่ยว

กรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายและหลากหลายประเภท เป็นเมืองแห่งสีสันทั้งในยามค่ำคืนและยามกลางวัน เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และความรู้รอบตัว ท่องเที่ยวได้ไม่จำกัดเวลาและไม่จำเป็นต้องมีงบประมาณมาก

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีอยู่เป็นจำนวนมากของกรุงเทพฯ คือแหล่งท่องเที่ยวประเภทพระราชวังและวัด ที่น่าสนใจ ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท พระที่นั่งจักรีมหาปราสาท วัดพระศรีรัตนมหาเศวตฉัตร วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร เป็นต้น

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ อนุสาวรีย์ และโบราณสถานที่น่าสนใจ ก็มีมากมาย เช่น หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร เป็นต้น

ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวประเภทสวนสัตว์ สวนสนุก และการแสดง ก็มีอยู่เป็นจำนวนมาก ที่น่าสนใจ ได้แก่ สวนสัตว์ดุสิต สวนสัตว์เปิดซาฟารีเวิลด์ สวนสยาม โรงละครสยามนิรมิต เป็นต้น แม้คู่มือเดิน กรุงเทพฯ จะเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยคอนกรีตและตึกสูง แต่กรุงเทพฯ ก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนสาธารณะและสวนสุขภาพอันร่มรื่น ที่เป็นทั้งสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและเป็นสถานออกกำลังกายอยู่หลายแห่งทั่วเมืองและที่ขาดไม่ได้สำหรับการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ คือแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ ได้แก่ ย่านเขาวน คลาคนักจตุจักร สวนลุมไนต์บาซาร์ ย่านสยามสแควร์ ย่านประตูน้ำ ย่านสีลม ย่านสุขุมวิท ถนนข้าวสาร ตลาดน้ำตลิ่งชัน รวมถึงตลาดนัดและห้างสรรพสินค้าต่างๆ

นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อีก เช่น ชายทะเลบางขุนเทียน สนามมวยเวทีราชดำเนิน หอสมุดแห่งชาติ สะพานพระราม 8 เป็นต้น

สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนี้

**แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปะ วัฒนธรรม และแหล่งมรดก ดังนี้**

- แลนด์มาร์กและอนุสรณ์สถาน	17	แห่ง
- พิพิธภัณฑ์	46	แห่ง
- สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และอนุสาวรีย์	8	แห่ง
- ศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรม	2	แห่ง
- อาร์ตแกลเลอรี	5	แห่ง
- พระราชวัง	3	แห่ง

**แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ดังนี้**

- วัด	30	แห่ง
- โบสถ์	1	แห่ง
- สถานที่เกี่ยวกับศาสนาอื่นๆ	4	แห่ง

**แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและสัตว์ป่า ดังนี้**

- แม่น้ำลำคลอง	1	แห่ง
- อ่าวและชายหาด	1	แห่ง

**แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต ดังนี้**

- หมู่บ้าน ชุมชน	2	แห่ง
- ตลาดน้ำ	3	แห่ง
- ตลาดท้องถิ่น	3	แห่ง

**แหล่งท่องเที่ยวประเภทสันทนาการและบันเทิง ดังนี้**

- สนามกีฬา	8	แห่ง
- สวนสัตว์ และพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ	5	แห่ง
- สวนสนุก	2	แห่ง
- โรงละคร	8	แห่ง
- โรงภาพยนตร์	1	แห่ง
- สวนและสวนสาธารณะ	14	แห่ง

**แหล่งท่องเที่ยวประเภทโครงการหลวงและโครงการในพระราชดำริ ดังนี้**

- โครงการหลวงและโครงการในพระราชดำริ	2	แห่ง
-------------------------------------	---	------

**แหล่งท่องเที่ยวประเภทช้อปปิ้ง ดังนี้**

- ช้อปปิ้ง	7	แห่ง
------------	---	------

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวิชาการ ดังนี้

- พิพิธภัณฑ์เพื่อการศึกษา	1	แห่ง
- ศูนย์ฝึกอบรม	3	แห่ง
- สวนเพื่อการศึกษา	9	แห่ง
- ห้องสมุด	1	แห่ง

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553

3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

3.1.1 ความหมายทัศนคติ (Attitudes)

สุพานี สฤกษ์วานิช (2549) ทัศนคติ เป็นความเชื่อ และความรู้สึกในเชิงประเมินที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือนุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นความคิดเห็นหรือคำพูดในเชิงประเมิน (Evaluative Statements) ที่มีต่อเหตุการณ์ต่อบุคคล หรือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในแง่บวกหรือแง่ลบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย เชื่อหรือไม่เชื่อ ดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ

สุชาติ กิตติขจรกุล (2550) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและความคิดเห็นของบุคคลหรือท่าทีที่มีต่อหนึ่งสิ่งใด ที่ได้รับทราบหรือได้เห็น ก่อให้เกิดความรู้สึกทางอารมณ์ว่าชอบหรือไม่ชอบและมีแนวโน้มที่จะทำการตอบสนองต่อสิ่งนั้น ซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งในทางสนับสนุนหรือปฏิเสธ ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด

กล่าวโดยสรุป ผู้ศึกษามีความเห็นว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก, ความเชื่อหรือความเข้าใจ ต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดก็ตามที่พบประสบเจอ ส่งผลต่อการประเมินอยู่ภายในใจ โดยสิ่งที่สามารถมองทัศนคติของแต่ละบุคคลออกบ้างแต่ไม่ทั้งหมดนั่นคือการการแสดงความคิดเห็นว่าพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ซึ่งแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันออกไป

3.1.2 เหตุเกิดของทัศนคติ

ทัศนคติของคนเรานั้น ไม่ได้เกิดมาพร้อมกับเรา แต่เกิดขึ้นจากแหล่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การได้รับประสบการณ์ตรง
2. การเรียนรู้และดูดซับจากครอบครัว
3. การได้รับอิทธิพลและรับข้อมูลจากกลุ่มที่สังกัด
4. การเรียนรู้และดูดซับจากสังคม สภาพแวดล้อม โดยผ่านข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

ธงชัย สันติวงษ์ (จุฬารักษ์ จินดาประเสริฐ, 2549) ได้กล่าวถึงการเกิดทัศนคติและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยหลายประการหลายทางด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งกำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันพื้นฐานทางร่างกายอยู่ในตัวบุคคล ดังกล่าวจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคคล หรือสิ่งของที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของคนได้ และในทางตรงกันข้ามจะสร้างทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งของหรือบุคคลที่ขัดขวางไม่ให้เขาตอบสนองความต้องการของเขาได้

2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารข้อมูลที่แต่ละคนได้รับมา รวมทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสารข้อมูลอีกด้วย ด้วยกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็น และเข้าใจปัญหาต่าง ๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่ตัวบุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทัศนคติบางอย่างอาจจะมาจากกลุ่มต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับตัวบุคคล เช่น ครอบครัว วัดที่ไปประกอบศาสนกิจ เพื่อนร่วมงาน กลุ่มสังคม เป็นต้น ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

ในทางตรงกันข้ามกลุ่มต่างๆ หากได้มีความหมายเฉพาะแต่เพียงเป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่างๆ เท่านั้นไม่หากแต่ยังมีการถ่ายทอดข้อมูลให้แก่ตัวบุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้างทัศนคติขึ้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มของครอบครัว และกลุ่มเพื่อนร่วมงาน ต่างก็เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะเป็แหล่งสร้างทัศนคติให้แก่บุคคลที่อยู่ในกลุ่มดังกล่าวได้

4. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่างแต่ค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มานั้นจนกลายเป็นทัศนคติได้ เช่น การซื้อสินค้าหากคนใดคิดใจรสอาหารของภัตตาคารแห่งหนึ่ง เขาอาจมีทัศนคติที่ดีต่อร้านนั้นและจะกลับไปกินอีกเสมอ แต่ถ้าหากเกิดความไม่พอใจหรืออาจผิดหวังครั้งใดครั้งหนึ่ง ก็อาจทำให้ทัศนคติเปลี่ยนไปในทางที่ไม่ดี จนทำให้ไม่กลับไปกินอีก

5. ลักษณะท่าทาง (Personality) ลักษณะท่าทางจะเป็นเรื่องที่มีความหมายกว้างแต่ลักษณะท่าทางหลายประการ ต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทัศนคติให้กับตัวบุคคล

สุพานี สฤษฏ์วานิช (2549) กล่าวว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเรียนแบบทัศนคติของคนใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนฝูง พ่อแม่ ครู และคนที่มิชื่อเสียงที่เรายกย่องชื่นชม ดังนั้นทัศนคติจะเปลี่ยนแปลงง่ายกว่าค่านิยม นอกจากนั้นแล้วทัศนคติอาจเปลี่ยนแปลงได้เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ (Physiological changes) หรืออาจเปลี่ยนไปตามสถานะทางสังคม

(Social Status) ที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ทัศนคติยังอาจเปลี่ยนแปลงไปได้ตามวัยที่เปลี่ยนไป เพราะมีประสบการณ์ชีวิตมากขึ้น เข้าใจโลกมากขึ้นจึงทำให้ความคิดความอ่านเปลี่ยนไปได้

### 3.1.3 องค์ประกอบของทัศนคติ

วิภาส ทองสุทธิ (2552) แบ่งองค์ประกอบออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ความเข้าใจ (Cognitive component) คือ ส่วนที่เป็นความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
2. ความรู้สึก (Affective component) คือ ส่วนของอารมณ์และความรู้สึก ซึ่งความรู้สึกอาจนำไปสู่ผลลัพธ์ในเชิงพฤติกรรมใด ๆ ก็ได้
3. พฤติกรรม (Behavioral) คือ ส่วนของความตั้งใจที่จะประพฤติต่อคนใดคนหนึ่งหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

### 3.1.4 ลักษณะของทัศนคติ

สุชาติ กิตติธรกุล (2550) กล่าวถึง ลักษณะของทัศนคติไว้ว่า มีลักษณะที่สำคัญ

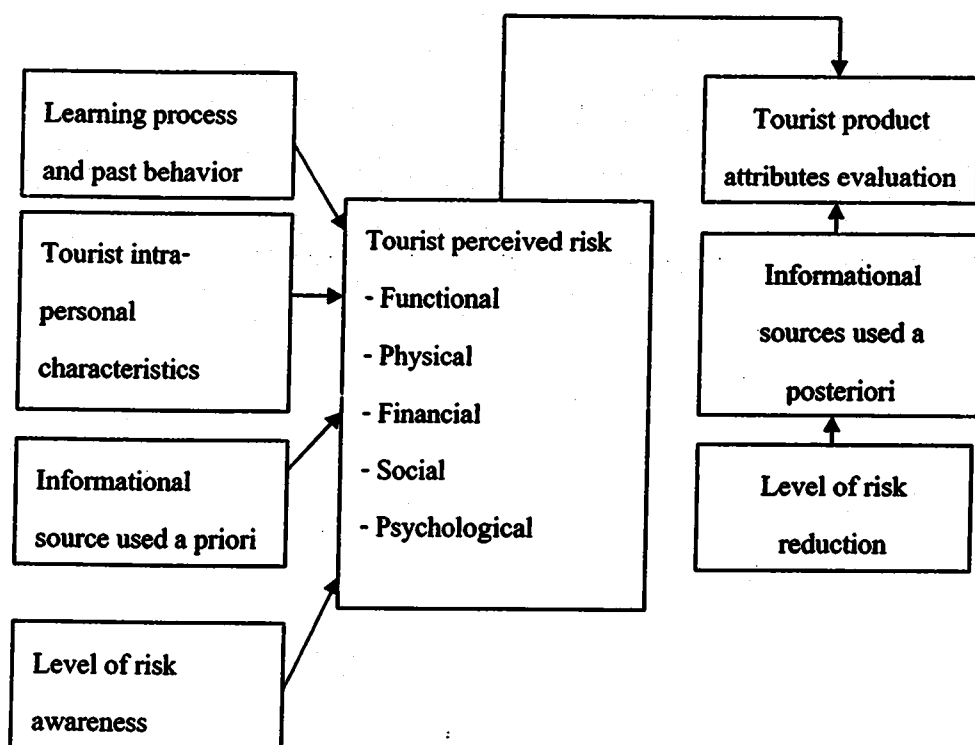
#### 4 ประการ

1. ทัศนคติ เป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรม ได้ตอบจะเกิดขึ้นต่อเหตุการณ์หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือจะเรียกว่า เป็นสภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง
2. ทัศนคติ จะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา คือ มีความมั่นคงถาวรพอสมควร เปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่นำไปสู่ความสอดคล้อง ระหว่างพฤติกรรมกับความรูสึกนึกคิด ไม่ว่าจะเป็นไปในรูปของการแสดงออก โดยวาจาหรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญ หรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด
4. ทัศนคติ มีคุณสมบัติแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคล ประเมินผลเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความต่อไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย

การวัดทัศนคติ เนื่องจากทัศนคติมีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ของบุคคลอย่างมากการวัดทัศนคติเป็นการวัดภาวะความโน้มเอียงในการจะแสดงออก ไม่ใช่เป็นการกระทำแต่เป็นความรู้สึก ซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรม (Abstractions) บุคคลอาจไม่ให้ข้อเท็จจริงด้วยความจริงใจเพราะเห็นว่าเป็นเรื่องส่วนตัวและการแสดงออกต่อสิ่งใดนั้น ไม่ว่าจะเป็นด้วยวาจาหรือการเขียนก็ตามบุคคลจะใคร่ตรงถึงความเหมาะสมตามสภาพการณ์ทางสังคม คือ ตามปกติวิสัยตามค่านิยม ตามการยอมรับและการ ไม่ยอมรับ และการเห็นชอบหรือไม่เห็นชอบของคนส่วนใหญ่ในสังคมแต่ถึงอย่างไรก็ตาม ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็ยังสามารถวัดได้ ซึ่งต้องอาศัยหลักสำคัญการยอมรับเบื้องต้น (Basic assumptions) ดังต่อไปนี้



- ต้องยอมรับข้อดกลง เกี่ยวกับการวัดทัศนคติ
- ความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลนั้น จะมีลักษณะคงที่หรือคงเส้นคงวาอยู่ช่วงเวลาหนึ่ง นั่นคือความรู้สึกนึกคิดของคนเรา ไม่ได้เปลี่ยนแปลงหรือแปรผันตลอดเวลา อย่างน้อยจะต้องมีช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งที่ความรู้สึกของคนเรามีความคงที่ ซึ่งทำให้สามารถวัดได้
- ทัศนคติของบุคคล ไม่สามารถวัดหรือสังเกตเห็นได้โดยตรง การวัดจะเป็นแบบวัดทางอ้อมโดยวัดจากแนวโน้มที่บุคคลแสดงออก
- ทัศนคติ นอกจากแสดงออกในรูปของทิศทางของความคิด ความรู้สึก เช่น ผู้สนับสนุนหรือคัดค้าน ยังมีขนาดหรือปริมาณของความรู้สึกนั้นด้วย ดังนั้นในการวัดทัศนคติ นอกจากจะทำให้ทราบลักษณะหรือทิศทางแล้ว ยังสามารถบอกระดับความมากน้อยหรือความเข้มข้นของทัศนคติด้วยกล่าวได้ว่า การวัดทัศนคติเป็นการวัดความรู้สึกนึกคิดของบุคคลแต่ละบุคคลจะมีจุดขึ้นแบบคงเส้นคงวา ไม่ได้เปลี่ยนแปลงหรือแปรผันตลอดเวลาทำให้สามารถวัดได้



ภาพที่ 4 ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านความเสี่ยงของนักท่องเที่ยว (The relationship of tourist risk variables) (Montinho, Luiz, 2000)

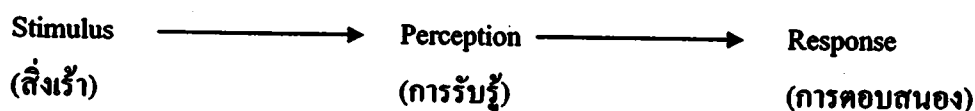
### 3.2 การรับรู้

Sereno and Bodaaken (วรลักษณ์ ชีราโมกษ์, 2533) ให้ความหมายของการรับรู้ “การรับรู้คือการที่บุคคลใช้ระบบภายในของเขารับเอาข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมภายนอกเข้ามา โดยจิตวิสัย (Subjective) และมีการสร้างสรรค์ ทำให้เกิดกระบวนการ 3 อย่าง คือ การเลือกสิ่งเร้า การจัดหมู่ให้แก่สิ่งเร้า และการตีความและประเมินค่า” นอกจากนี้ยังมีให้ความหมายว่า “การรับรู้เป็นเหตุการณ์ภายในจิตใจของบุคคลหรือปรากฏการณ์ทางจิตใจขณะใดขณะหนึ่ง โดยปลายประสาทสัมผัสรับสิ่งเร้าเข้าสู่ระบบประสาทส่วนกลางเพื่อผสมผสานให้เกิดความเข้าใจ ซึ่งสิ่งเร้านี้เป็นพลังภายนอกและภายในด้วย และความเข้าใจที่เกิดขึ้นโดยการรับรู้โดยตรงเกิดจากการใช้สติปัญญา การคิด การรู้ มากกว่าการใช้อารมณ์และแรงจูงใจ”

สุชา จันทรเฒ (253) สรุปว่า การรับรู้เป็นขบวนการที่มีระดับตั้งแต่ง่ายที่สุดถึงซับซ้อนที่สุดจนยากแก่การเข้าใจ ทั้งนี้ นักจิตวิทยาได้ให้ความหมายของการรับรู้แตกต่างกันออกไป เช่น

1. การรับรู้ คือการตีความหมายจากการรับสัมผัส (Sensation) ในการรับรู้ นั้นเราไม่เพียงแต่มองเห็น ได้ยิน หรือได้กลิ่นเท่านั้น แต่เราต้องรู้ว่า วัตถุหรือสิ่งเร้ารับรู้ นั้นคืออะไร มีรูปร่างอย่างไร อยู่ทิศใด โลกกว่าเรามากน้อยแค่ไหน เป็นต้น ทั้งหมดที่เราบอกได้นี้การตีความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาในการรับสัมผัส

2. ในแง่ของพฤติกรรม การรับรู้เป็นขบวนการที่เกิดแทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้า และการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ดังแผนภูมिนี้



ภาพที่ 5 แสดงการรับรู้ในแง่พฤติกรรม (สุชา จันทรเฒ, 2531)

มนุษย์ได้รับสิ่งกระตุ้นมากมายในแต่ละวัน ดังนั้นการที่คนจะรับรู้ในสิ่งใด ย่อมมีองค์ประกอบหลายอย่าง คือนอกจากมีอวัยวะรับสัมผัสสมบูรณ์แล้ว ต้องมีความตั้งใจที่จะรับรู้ และบางครั้งก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งเร้าที่จะทำให้เกิดการรับรู้ด้วย ทั้งนี้การรับรู้ นั้นมีกระบวนการคือ

#### 1. การเลือกสรรการรับรู้

หมายถึงการรับรู้ในระดับสูงจากสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับความต้องการหรือความสนใจของบุคคลผู้บริ โภคมีจิตได้สำนึกที่จะเลือกสรรต่อลักษณะสิ่งแวดล้อมที่กระตุ้นให้บุคคลเกิด

การรับรู้ แต่ละบุคคลจะสนใจสิ่งกระตุ้นเพียงบางส่วนที่เขาเปิดรับ ซึ่งการเลือกสิ่งกระตุ้นของผู้บริโภคขึ้นกับปัจจัย 2 ประการ คือ ลักษณะของสิ่งกระตุ้น และประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภคที่มีผลกระทบต่อความคาดหวังและสิ่งจูงใจในเวลานั้น

## 2. การจัดระเบียบการรับรู้

เป็นการจัดระเบียบจิตได้สำนึกและการรับรู้จากสิ่งกระตุ้นเป็นกลุ่ม หรือรูปร่าง ลักษณะภายนอกตามหลักจิตวิทยาของ Gestalt 3 ลักษณะ คือรูปร่างและพื้นหลัง (Figure and Ground) การจัดกลุ่ม (Grouping) และหลักการต่อเติมสิ่งที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ (Closure)

## 3. การตีความหมายของการรับรู้

เป็นการตีความหมายของแต่ละบุคคลจากสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยความคาดหวังจากประสบการณ์ในอดีตเพียงเล็กน้อย การอธิบายที่มีเหตุผล สิ่งกระตุ้นและความสนใจในช่วงเวลาของการรับรู้ ซึ่งการตีความของบุคคลขึ้นกับ ประสบการณ์ในอดีตของผู้รับสาร และความสนใจในช่วงเวลาของการรับสาร (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

### 3.3 ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์

ลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ มี 5 ขั้นดังนี้

3.3.1 ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Needs) ได้แก่ ความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อร่างกาย และการดำรงชีวิต เช่น น้ำดื่ม อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ฯลฯ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองชีวิตก็จะดำรงอยู่ไม่ได้

3.3.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ได้แก่ ความปลอดภัยภัยต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ อาชญากรรม อันตรายต่าง ๆ จากการใช้บริโภค และการเดินทางท่องเที่ยว ความมั่นคงในการทำงาน และปรารถนาจะอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบและสามารถคาดหมายได้ แต่ละบุคคลรู้ถึงข้อจำกัด หรือขอบเขตของพฤติกรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับของสังคม

3.3.3 ความต้องการได้รับการยอมรับในสังคม (Belonging/ Social Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วม การให้และได้รับความรัก ความเป็นมิตร ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน หมู่คณะและสังคม ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ และให้บุคคลอื่นยอมรับในคุณค่าของตน

3.3.4 ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) ได้แก่ ความต้องการมีชื่อเสียง มีความรู้ความสามารถ ความสำเร็จ มีศักดิ์ศรี มีฐานะดี มีความเป็นอิสระและเสรีภาพ อยู่ในความหวงแหน เป็นที่รู้จักและได้รับการยกย่อง ยอมรับนับถือจากบุคคลทั้งหลายในสังคม

3.3.5 ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดหรือสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุดเอาไว้ โดยใช้ความสามารถทุก ๆ อย่างที่มีอยู่ เช่น นึกอยากได้หรือนึกอยากเป็น แต่ในความเป็นจริงไม่อาจเสาะแสวงหามาได้ ทั้งนี้แต่ละคนย่อมมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันไป (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2550)

#### 3.4 กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า เมื่อคนเรามีความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว ก็ต้องตัดสินใจก่อนว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหน จะใช้บริการประเภทไหน จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวกี่วัน ซึ่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต้องมีกระบวนการในการตัดสินใจ ซึ่งสรุปกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ 10 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย เป็นขั้นตอนที่หน่วยงานการท่องเที่ยวทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมายใน 4 รูปแบบ คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขายเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวในตลาดท่องเที่ยวเป้าหมายได้ทราบ อันจะนำไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงต้องพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวในตลาดเป้าหมายอย่างทั่วถึง เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น

ขั้นที่ 2 นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวเป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 4 รูปแบบ คือ จากสื่อโฆษณา จากการประชาสัมพันธ์ จากการส่งเสริมการขาย และจากพนักงานขาย โดยข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ได้รับจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงเร้าให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

ขั้นที่ 3 ความต้องการการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนหลังจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว ก่อให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไป หรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย เกิดความอยากเปลี่ยนบรรยากาศ เกิดความอยากเห็นสิ่งแปลกใหม่ เกิดความต้องการเพิ่ม

ประสบการณ์ เป็นต้น ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนได้เป็นอย่างดี

ขั้นที่ 4 สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ (1) ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว โดยต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวัน อันได้แก่ ลักษณะทางสรีระวิทยาของมนุษย์ การมีเวลาว่างมากขึ้น การมีรายได้เพียงพอในการท่องเที่ยวการขยายตัวทางการศึกษา โครงสร้างสังคมที่เปลี่ยนแปลง ความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น (2) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว อันได้แก่ การค้นพบสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ประสิทธิภาพของการสื่อสาร การขยายตัวของธุรกิจนำเที่ยวระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ระบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดี ระบบการตลาดที่มีประสิทธิภาพ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เป็นต้น เราอาจแบ่งสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้ คือ

1) สิ่งจูงใจด้านกายภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่นคลายเครียด รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การชื่นชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

2) สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการอยากรู้อยากเห็น วัฒนธรรมที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินของคนในท้องถิ่นเช่น การชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การชมศิลปะพื้นฐาน การชมความเป็นอยู่ของชาวเขา การเข้าร่วมเทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น

3) สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การเดินทางไปจาริกแสวงบุญ การเดินทางไปร่วมประกอบศาสนกิจ เป็นต้น

4) สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพัฒนายกระดับสถานของตัวเองให้สูงขึ้น และมีชื่อเสียงมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมประชุมสัมมนาการเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจเข้าเสริม ก่อให้เกิดภาพพจน์การท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่นขึ้น แล้วทำการพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดนั้น

จะพิจารณาคัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และมักคิดตามด้วยลำดับความสำคัญของคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหน จะเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร จะเดินทางไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่ จะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ หรือทางเครื่องบิน จะเดินทางไปท่องเที่ยวนานกี่วัน โดยแยกเป็นจำนวนวันในแต่ละสถานที่จะไปท่องเที่ยว และจะเดินทางไปท่องเที่ยวกับใคร เป็นต้น

ขั้นที่ 6 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่ศึกษาถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่คัดสินใจเลือกแล้วว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งหมดเท่าใด ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวครั้งนั้นเพื่อเตรียมการให้พร้อม อาจต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการเก็บเงินด้วย เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหารเครื่องดื่ม ค่าบริการนำเที่ยว ค่าซื้อของที่ระลึก เป็นต้น นักท่องเที่ยวอาจขอข้อมูล และการช่วยเหลือด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากธุรกิจนำเที่ยวก็ได้ นอกจากนี้ยังต้องมีการวางแผนถึงความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยว (Ability to Travel) อันประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญต่อไปนี้ คือ

- 1) เวลาว่าง จะต้องวางแผนว่าจะต้องใช้เวลาวางช่วงใดในการเดินทางท่องเที่ยว และใช้เวลากี่วัน
- 2) การเงิน จะต้องวางแผนว่าการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องใช้จ่ายเงินอย่างน้อยเท่าใด
- 3) สุขภาพ จะต้องวางแผนว่าการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีการเตรียมตัวด้านสุขภาพอย่างไร เช่น เสื้อผ้า ยารักษาโรคประจำตัว เป็นต้น
- 4) อาชีพ จะต้องวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและมอบภาระกิจการงานให้ใครทำแทน
- 5) ระยะเวลา จะต้องวางแผนถึงระยะทางของสถานที่ท่องเที่ยวว่าจะสมคูลกับเวลาว่าง การเงินสุขภาพ และอาชีพหรือไม่อย่างไร

ขั้นที่ 7 การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจะต้องเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวหลังจากที่ได้วางแผนค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ซึ่งการเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวมีหลายอย่างที่ควรคำนึงถึง เช่น การจองตั๋วเครื่องบินพาหนะเดินทาง การจองตัวรายการนำเที่ยว การยืนยันการเดินทาง การจัดทำเอกสารเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ต้องเรื่องสัมภาระส่วนตัวที่จะนำติดตัวไปด้วย

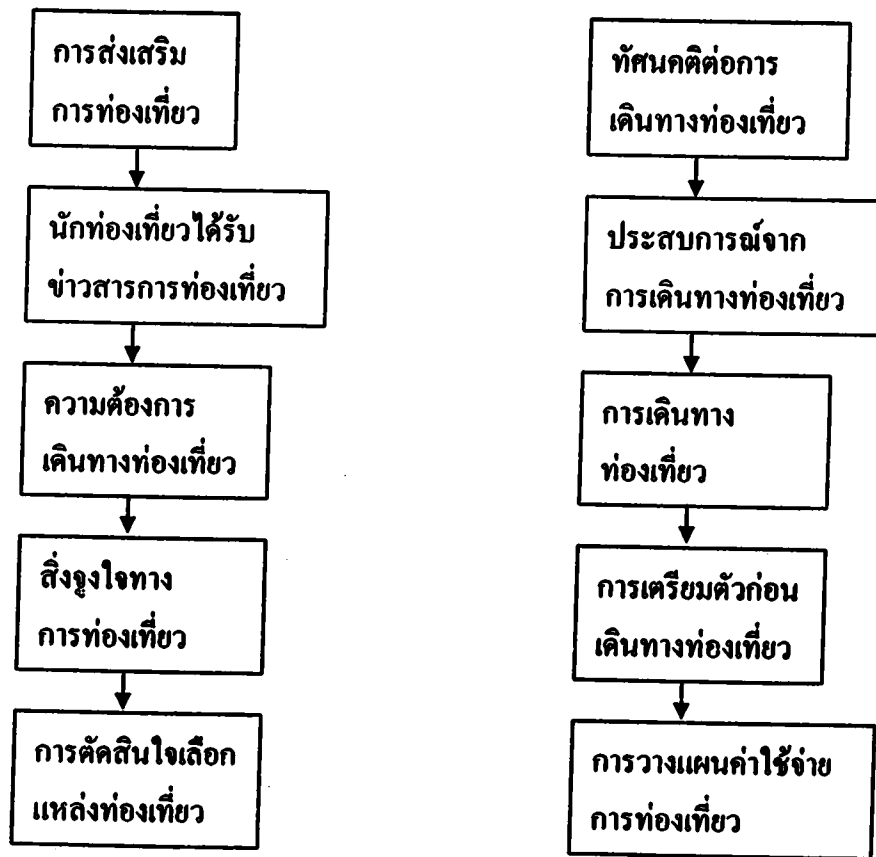
ขั้นที่ 8 การเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เลือกแล้ว จนกระทั่งเดินทางกลับสู่ที่พักอาศัยในภูมิลำเนาเดิม โดยนักท่องเที่ยวจะมีการประเมินการเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับเริ่ม

ตั้งแต่ยานพาหนะที่นำไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนที่พักแรม อาหารการกิน และบริการอื่นๆ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง

ขั้นที่ 9 ประเมินผลจากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะทำการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ หลังจากเสร็จสิ้นการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งการประเมินประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว จะเกิดความรู้สึกอยู่ 2 ลักษณะ คือ

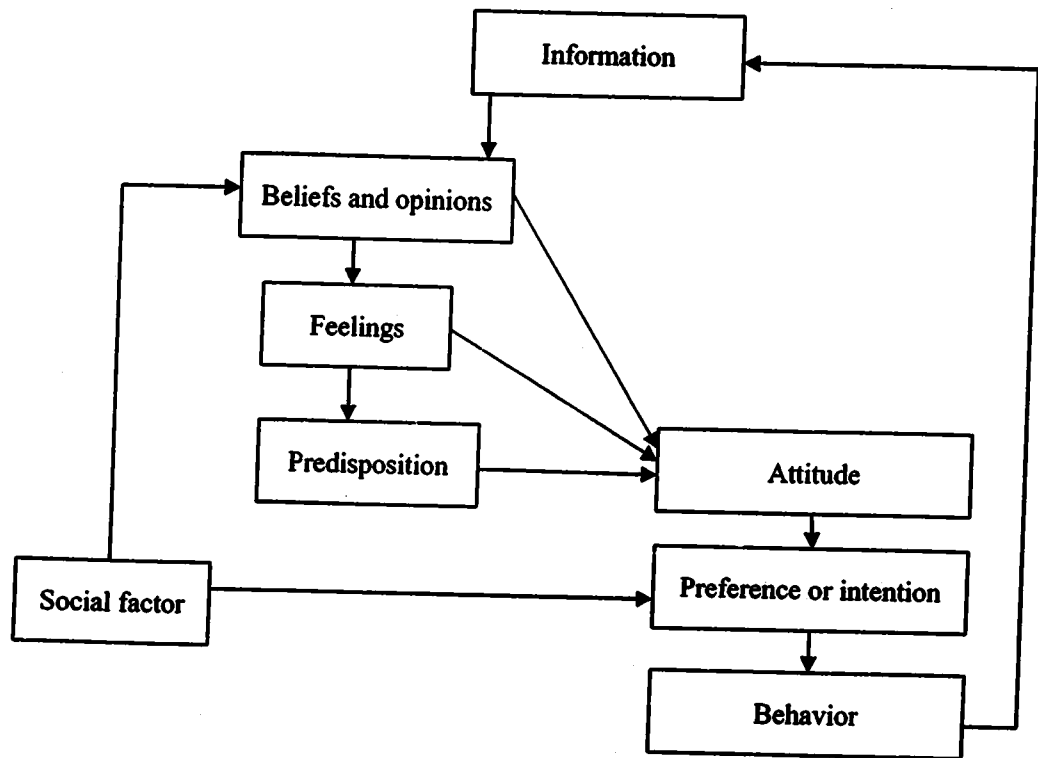
ความรู้สึกพอใจ หรือความรู้สึกไม่พอใจ เป็นการประเมินประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับหรือสัมผัสจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว แล้วทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกพอใจ หรือความรู้สึกไม่พึงพอใจ

ขั้นที่ 10 ทักษะคิดต่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้แล้ว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ก็จะมีทัศนคติที่ดี อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี ทำให้เขาไม่มาท่องเที่ยวซ้ำอีก และอาจนำไปออกให้บุคคลอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย จึงเป็นหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด และแผนภูมิต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นถึงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

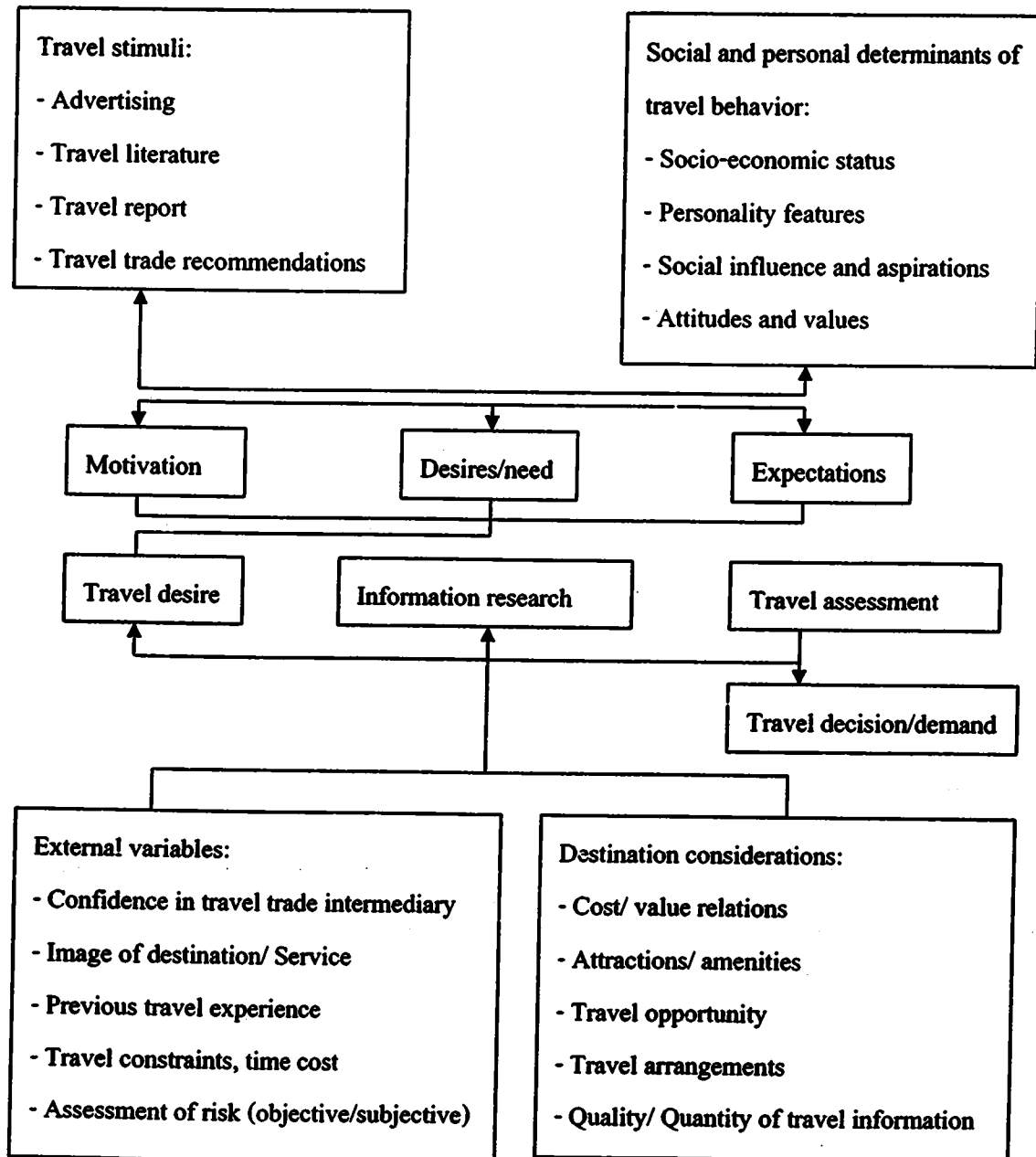


ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, (2543)





ภาพที่ 7 ทักษะคิดและกระบวนการการตัดสินใจท่องเที่ยว (Attitudes and the travel decision-making process) (Montinho, Luiz, 2000)



ภาพที่ 8 แผนผังการตัดสินใจท่องเที่ยว (Travel decision model) (Montinho & Luiz, 2000)

### 3.5 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการบริการอันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับในการบริการกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับจากการบริการในแต่ละสถานการณ์ของการบริการที่

เกิดขึ้น ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเจือใจของการบริการในแต่ละครั้งได้ (จิตคินันท์ เศรษฐปต์, 2544)

### 3.5.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญๆ ดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์การบริการการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่น บริษัทบ้านจัดสรรแห่งหนึ่งยอมลงทุนใช้วัสดุสร้างและตกแต่งบ้านที่มีคุณภาพด้วยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ (พื้นบ้านชั้นล่างปูด้วยหินอ่อนและพื้นบ้านชั้นบนปูด้วยไม้ปาเก้) ในขณะที่บางบริษัทมุ่งนโยบายลดต้นทุนการสร้างบ้านโดยใช้วัสดุราคาถูกและไม่คงทนในระยะยาว (ปูพื้นบ้านชั้นบนและล่างด้วยกระเบื้องยาง) ซึ่งลูกค้ามักจะ ไม่พึงพอใจต่อวัสดุที่ไม่มีคุณภาพ แม้ว่าจะมีราคาถูกก็ตาม

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay) รองผู้รับบริการทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนอาจพิจารณาว่าสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูงเป็นสินค้าบริการที่มีคุณภาพสูงในขณะที่ลูกค้าบางคนจะพิจารณาราคาค่าบริการตามลักษณะความยากง่ายของการให้บริการ เป็นต้น

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการยอมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ เช่น ธนาคารมักจะตั้งอยู่ริมถนนสำคัญ ๆ และมีสาขาย่อยของธนาคารตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ หรือบริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำมันจะมีสถานีบริการน้ำมันอยู่ติดริมถนนทั่วประเทศ เป็นต้น

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มักจะมีก็รู้สึกดีกับการบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้ เช่น ลูกค้าชมรายการโฆษณาอาหารทางวิทยุโทรทัศน์ มองดูนำรับประทานตามแบบที่ตนเองชอบ จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อลักษณะการให้บริการดังกล่าวที่สอดคล้องกับความรู้สึกเดิมที่มีอยู่ และอยากไปลองรับประทานอาหารนั้น เป็นต้น

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ / ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย เช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานบริการหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญ จะแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ เช่น ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งยินดีคืนเงินให้ลูกค้าทันทีหากลูกค้าไม่พึงพอใจในสินค้าที่ซื้อไปภายในกำหนดเวลาหนึ่ง หรือหากในสถานการณ์ภัยพิบัติแห่งหนึ่งพนักงานเสิร์ฟอาหารมักจะคอยสังเกตอาการปรีชาของลูกค้าเมื่อต้องการความช่วยเหลือโดยไม่ต้องรอเรียก เป็นต้น

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการมีสีสัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ เช่น ลูกหิ้วใส่ของ กระดาษจดหมาย ของ ฉลากสินค้า เป็นต้น

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดการระบบข้อมูลของการสำรองห้องพักโรงแรมหรือสายการบิน การใช้เครื่องฝาก-ถอน เงินอัตโนมัติ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับโอนสายในการติดต่อองค์กรต่างๆ เป็นต้น

### 3.5.2 ระดับของความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการเมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้ารับประทานอาหารที่ร้านอาหารมีชื่อแห่งหนึ่งและไม่ผิดหวังที่อาหารอร่อยและบริการรวดเร็วหรือลูกค้าเดินทางด้วยรถไฟถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัยตรงตามกำหนดเวลา เป็นต้น

2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการเมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานีบริการน้ำมันแห่งหนึ่ง พร้อมกับได้รับการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรีหรือลูกค้าไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งและได้รับรางวัลพิเศษโดยไม่ได้คาดคิดมาก่อนเพราะเป็นลูกค้าที่กำหนดให้รับรางวัล เป็นต้น

สำหรับความไม่พึงพอใจเป็นการแสดงความรู้สึกขุ่นข้องใจ อารมณ์ไม่ดี เนื่องจากไม่ได้รับบริการตรงกับความคาดหวัง เช่น ลูกค้าสั่งอาหารและต้องนั่งรอคอยเป็นเวลานานรถยนต์เพิ่งซ่อมมาใหม่กลับเสียอีกในวันรุ่งขึ้น เป็นต้น

### 3.6 แนวคิดความตั้งใจ

ความตั้งใจ (Intention) เป็นความคิดที่จะกระทำสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลของการรับรู้และก่อให้เกิดความตั้งใจเมื่อสิ่งเรานั้นมีการเปลี่ยนแปลง โดยองค์ประกอบที่ส่งเสริมให้เกิดความตั้งใจคือ แรงจูงใจ (Motives)

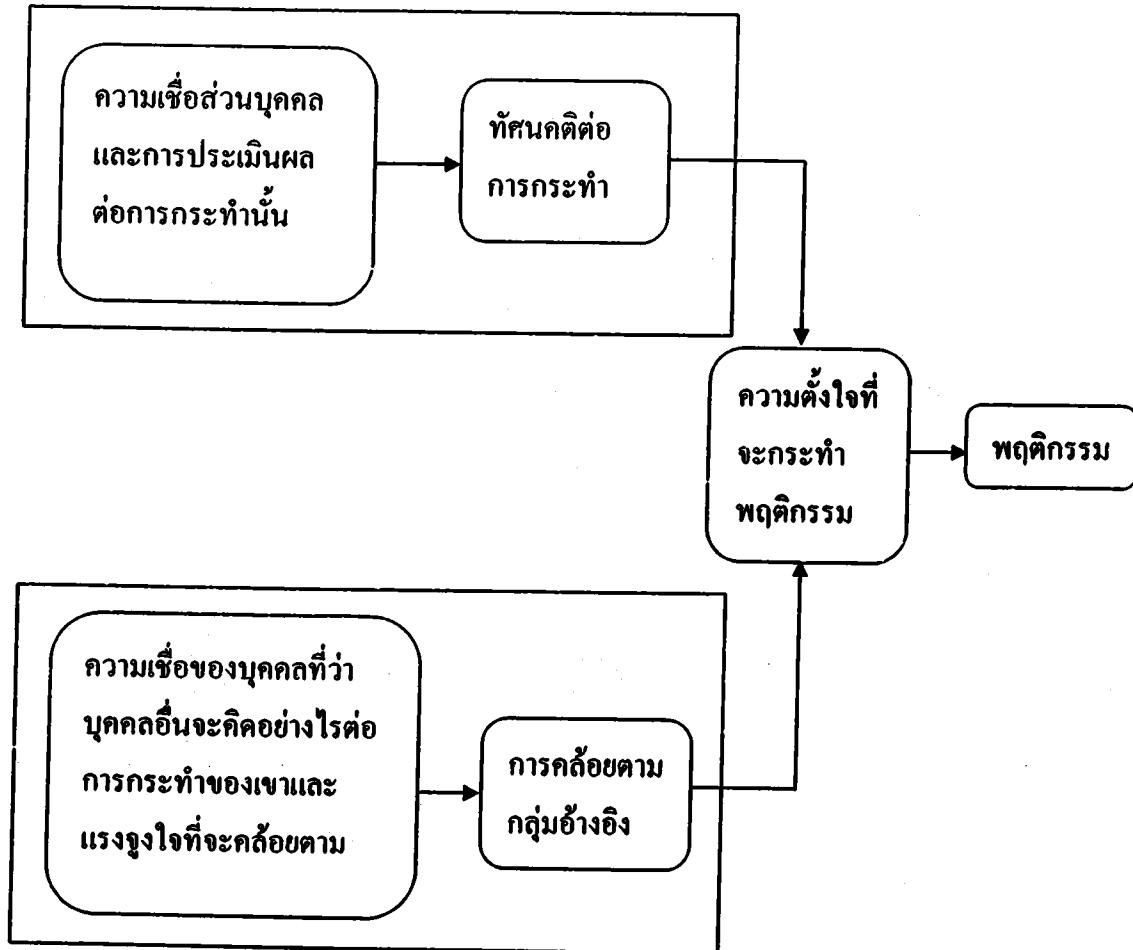
กรัยพัฒน์ บุญเรือง (2550) ความตั้งใจ หมายถึง ผลสรุปความปรารถนา การวางแผน การวางวัตถุประสงค์ และการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนที่ปัจเจกบุคคลจะมีการกระทำหรือพฤติกรรม

#### 3.6.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจ

ความตั้งใจ (Intention) เป็นการเอาใจจดจ่อต่อการตัดสินใจที่จะเลือกหรือกระทำในวิธีใดวิธีหนึ่ง มีทิศทางแน่นอนของจิต มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนต่อสิ่งที่ปรารถนาและแสดงออกมาตามทัศนคติหรือความเชื่อต่อสิ่งนั้น (พารินธร นิ่งเชียง, 2542) ซึ่งจากการศึกษาที่ผ่านมาได้มีการให้ความหมายของคำว่าความตั้งใจเพิ่มเติมว่าความตั้งใจเป็นค้ำประกันในเรื่องของการวางแผนของบุคคลว่ามีมากน้อยเพียงใดในการกระทำพฤติกรรมในพฤติกรรมหนึ่ง โดยความตั้งใจนี้จะยังคงอยู่จนกระทั่งถึงเวลาและโอกาสที่เหมาะสมบุคคลนั้นจึงแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะที่สอดคล้องกับความตั้งใจ พฤติกรรมของบุคคลจะอยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม ดังนั้น การที่จะอธิบายหรือทำนายพฤติกรรมได้ดีที่สุดนั้นก็คือ การศึกษาถึงความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม ถ้าสามารถวัดความตั้งใจในการกระทำได้แล้วก็จะสามารถอธิบายพฤติกรรมได้อย่างถูกต้องและใกล้เคียงกับความจริงมากที่สุด (มนทกานต์ เมฆธา, 2546) ดังสอดคล้องกับทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ซึ่งอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจกับพฤติกรรม โดยความตั้งใจจะเป็นตัวกำหนดที่ใกล้ชิดของพฤติกรรม

ทฤษฎีการกระทำตามเหตุผล (Theory of reasoned action) ทฤษฎีนี้คิดค้นขึ้นโดย Fishbein และ Ajzen (กรัยพัฒน์ บุญเรือง, 2550) โดยมีจุดประสงค์เพื่อทำนายและทำความเข้าใจถึงแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่ไม่ถูกจำกัดหรือควบคุมโดยปัจเจกบุคคลเท่านั้น ทฤษฎีนี้มีแนวคิดว่าการแสดงพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมซึ่งเกิดจากทัศนคติส่วนบุคคลการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งทัศนคติส่วนบุคคลเป็นตัวแปรตามจากความเชื่อส่วนบุคคลและการประเมินผลที่มีต่อพฤติกรรมนั้น สำหรับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นตัวแปรตามของความเชื่อของบุคคลที่ว่าบุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อเขาควรหรือไม่ควรจะ

กระทำ พฤติกรรมและแรงงใจของบุคคลที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งแนวคิดของทฤษฎีการกระทำตามเหตุผลสามารถแสดงเป็นแบบโครงสร้างได้ดังนี้



ภาพที่ 9 แสดงทฤษฎีการกระทำตามเหตุผล (Ajzen, 1998 อ้างถึงใน ทรัพย์พัฒน์ บุญเรือง, 2550)

จากโครงสร้างของทฤษฎี การกระทำตามเหตุผล จะเห็นได้ว่าความตั้งใจที่จะกระทำ พฤติกรรมเป็นผลสืบเนื่องมาจากทัศนคติที่มีต่อการกระทำและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงซึ่งทั้งสอง ตัวแปรก็ได้รับอิทธิพลจากความเชื่อในการประเมินผลต่อการกระทำส่วนบุคคลและความเชื่อของ บุคคลอื่นจะคิดอย่างไรต่อการกระทำของเขาอันทำให้เกิดแรงงใจที่จะคล้อยตาม

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยเรื่อง “ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มากรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการค้นหางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนี้

Reisner & Turner (1999) พบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จะมีการคำนวณค่าใช้จ่ายโดยละเอียดเพื่อป้องกันปัญหาค่าใช้จ่ายบานปลาย อีกทั้งทุกคนในครอบครัวจะมีส่วนร่วมในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกเลือกจะต้องเป็นสถานที่ที่ถูกต้องใจของทุกคน ไม่ใช่แค่สมาชิกคนใดคนหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวของคนในครอบครัว

Sönmez & Graefe (1998) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การกำหนดพฤติกรรมการเดินทางในอนาคต จากประสบการณ์การท่องเที่ยวทั้งในอดีตจากความรู้สึกของความเสียวและความปลอดภัย กล่าวว่าการพิจารณาการวางแผนมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกปลอดภัย นักท่องเที่ยวต่างชาติจะหลีกเลี่ยงการเข้าสู่เอเชียและอเมริกาได้เมื่อรู้สึกว่าจะไม่ปลอดภัย

Wall (1996) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวและการก่อการร้าย: การวิเคราะห์เชิงปริมาณของการก่อการร้ายที่สำคัญและผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว กล่าวว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะเลื่อนการท่องเที่ยวในสถานที่ที่เกิดสถานการณ์ไม่สงบ แต่จะถูกเปลี่ยนเส้นทางไปยังสถานที่ที่ปรากฏจะมีความปลอดภัย

Dolnicar (2005) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อุปสรรคความเข้าใจในการท่องเที่ยวพักผ่อน ความกลัวของนักท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานการตลาด กล่าวว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติจะกังวลเรื่องความปลอดภัยมากที่สุดเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวทั่วไปแล้วส่งผลให้มีการวางแผนสูงสุดในกลุ่ม

Laws & Prideaux (2008) ได้ทำการศึกษาเรื่อง วิกฤตการท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดการกู้คืนกล่าวว่าการรับรู้ถึงความไม่ปลอดภัยจะส่งผลต่อแนวโน้มการเลือกเส้นทางในการท่องเที่ยวมากกว่าเรื่องของเงินและการลดระยะเวลาการท่องเที่ยว

Ali (2008) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการก่อการร้ายในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว: กรณีศึกษาของบาห์ลีและ Sharm El - Sheikh ผลการศึกษาพบว่าความกังวลของนักท่องเที่ยวเรื่องความปลอดภัย ความกังวลต่อการก่อการร้าย ไม่ได้เป็นปัจจัยหลักสำหรับการเลือกปลายทาง ตามที่การศึกษาผลด้านงบประมาณ และระยะเวลาท่องเที่ยว

Yoon & Uysal (2005) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การตรวจสอบของผลกระทบของการสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจเกี่ยวกับความจงรักภักดีปลายทาง: รูปแบบโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่าความปลอดภัยเป็นความพึงพอใจและเป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

Chiu & Yen Lin (2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความเสี่ยงในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศอินเดีย ผลการวิจัยพบว่า ความเสี่ยงจากอาชญากรรมที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยในประเทศอินเดีย ไม่ส่งผลต่อการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและไม่ส่งผลต่อการบอกต่อหรือแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวที่ประเทศอินเดีย

Raoul (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวและโลกาภิวัตน์ของความกลัว: การวิเคราะห์การเมืองของความเสี่ยงและการรักษาความปลอดภัยในการเดินทางทั่วโลก ผลการศึกษา คือ ความเสี่ยงคือความเป็นจริงที่เกิดขึ้นแทบทุกวันผู้ประสบภัยจากการก่อการร้ายไม่ว่าจะดำเนินการโดยรัฐหรือไม่ใช่หน่วยงานของรัฐก็ตาม การจัดการวิกฤตทางด้านการท่องเที่ยวจากความสัมพันธ์ระหว่างเสรีภาพนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางและการรักษาความปลอดภัยอยู่ในความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของนักท่องเที่ยว การเชื่อมโยงอย่างชัดเจนและการเดินทางโดยเสรีภาพต้องทำการเสริมพลังอำนาจกับกระแสการบริโภค เช่นปลอดภัยเกี่ยวกับการเดินทาง การท่องเที่ยวทั่วโลกอาจนำไปสู่ความเป็นประชาธิปไตยต่อไปของการเดินทางได้

Fuchs & Reichel (2011) ศึกษาเรื่อง การสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม เพื่อเข้าสู่การรับรู้การสำรวจความเสี่ยงปลายทางและลดความเสี่ยง จากกลยุทธ์การครั้งแรกเมื่อเทียบกับผู้เข้าชมซ้ำไปยังปลายทางที่ผันผวนสูง ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ท่องเที่ยวมักจะเป็นกระบวนการตัดสินใจที่ส่งผลให้เกิดการซื้อกิจการและการบริโภคของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ แม้จะมีความกังวลต่างๆและข้อจำกัด ที่มีปัจจัยเสี่ยงจำนวนมาก สรุปได้ว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อบริการเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาความเสี่ยงอื่น ๆ อีกมากมายมากกว่าการซื้อสินค้า ปัจจัยต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อม ภาษาและวัฒนธรรมถิ่นที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจชเชยกับความเสี่ยงที่รับรู้ ความตั้งใจด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอาจเกิดจากความพึงพอใจด้านการบริการ

สุมิตร พงศ์คำ (2548) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการใช้บริการรถแท็กซี่ กรณีศึกษา: กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อันได้แก่ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทยและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถแท็กซี่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับด้านความสะดวก ด้านอัตราค่าโดยสาร ด้านพนักงานขับแท็กซี่ และด้านความปลอดภัย

อรอุมา วิภาदानนท์ (2550) ได้ทำการศึกษาาระบบสนับสนุนนักท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการท่องเที่ยว กรณีศึกษาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความสนใจท่องเที่ยวภายในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีเว็บไซต์ช่วยตัดสินใจในการบริหารจัดการแผนการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งยังมีระบบการประมวลผลเส้นทางที่สั้น



ที่สุดในการเดินทาง พร้อมรายละเอียดครด โดยสารประจำทางที่ใช้เดินทางได้ด้วยตนเอง ตามแต่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยว และเส้นทางในการท่องเที่ยวอีกด้วย

### สรุป

บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของวิทยานิพนธ์เรื่อง “ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มากรุงเทพมหานคร” ได้ทำการค้นคว้าเอกสารด้านต่าง ๆ ดังนี้ แนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้ง, แนวคิดเกี่ยวกับการเมือง, แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ, แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว, สถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ปี 2548-2553, ความตั้งใจ, ข้อมูลกรุงเทพมหานครและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการค้นคว้าเอกสารนั้นทำการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ ไม่ว่าจะเป็นห้องสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่นหรืออินเทอร์เน็ต ซึ่งแนวคิดหรือทฤษฎีต่าง ๆ เป็นส่วนที่สำคัญในการใช้เป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงแบบสอบถาม, กำหนดวัตถุประสงค์, ตั้งสมมติฐานหรือแม้กระทั่งการหาข้อมูลด้านสถิติต่าง ๆ ซึ่งบทที่ 2 ถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญมาก หากไม่เข้าใจในบทที่ 2 ก็จะไม่สามารถที่จะกำหนดหรือเชื่อมโยงเนื้อหาเกี่ยวกับทุกบทได้อย่างสอดคล้องและมีเหตุผล

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยเป็น การกำหนด และรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยจะดำเนินการ ตลอดจนวิธีการ ในการเลือกใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อมาทดสอบทางสมมติฐาน

การศึกษาเรื่องผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มากรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ชี้แทนขนาดหรือปริมาณซึ่งวัดออกมาเป็นตัวเลขได้โดยตรง (อโนทัย ศรีวานิช, 2552) เป็นการศึกษาที่มีการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยใช้ตัวอย่างขนาดใหญ่ที่ได้จากการสุ่มเลือกตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนที่ดี สำหรับการค้นเรื่องทั่ว ๆ ไป มีกรอบแนวคิดในการวิจัย การกำหนดประชากร การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล และการใช้สถิติการวิจัย ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์และประเมินผล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากร (Population)

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดความขัดแย้งทางการเมือง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic sampling) เป็นวิธีเลือกตัวอย่างที่ใช้ระบบเป็นตัวตัดสินใจในการเลือกหน่วยตัวอย่าง โดยสุ่มเฉพาะการเลือกหน่วยตัวอย่างแรกเท่านั้นแล้วกำหนดว่าตัวอย่างที่เลือกต่อไปจะเว้นช่วงห่างกันเท่าไรในช่วงที่เท่า ๆ กัน (อโนทัย ศรีวานิช, 2552)

##### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากส่วนหนึ่งของกลุ่มประชากรทั้งหมด การศึกษาเรื่องผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มากรุงเทพมหานครนี้ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เนื่องจากขณะที่เก็บข้อมูลยังไม่มีกรรวบรวมข้อมูล จึงมีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการใช้วิธี

คำนวณจากสูตรของการเทียบอัตราส่วน (Generalizability and Sample size) โดยการใช้จำนวนที่ต้องการคูณกับจำนวนชุดข้อคำถามที่เป็นมาตรวัดอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ตามอัตราส่วน 5:1, 10:1, 15:1 หรือ 20:1 (Hair, Black, babin, Anderson, 2010) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกอัตรา 15:1 โดยใช้จำนวนข้อคำถามที่เป็นมาตรวัด อันตรภาคชั้นทั้งหมด 37 ข้อคำถาม ฉะนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่จะทำการเก็บข้อมูล คือ  $15 \times 37 = 555$  กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้เหมาะสมกับระยะเวลาและงบประมาณ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาได้ปรับปรุงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามดังนี้

2.1 ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร หนังสือ อินเทอร์เน็ต และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ “ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มากรุงเทพมหานคร” ให้สอดคล้องกับงานวิจัย

2.2 สร้างแบบสอบถามแล้วนำไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเสนอแนะให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาประกอบไปด้วย 6 ส่วน

2.3 นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางการท่องเที่ยว จำนวน 4 ท่าน เพื่อแสดงความคิดเห็นความครบถ้วนสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม นำความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแบบสอบถามให้ตรงกับสิ่งที่ตรงกับสิ่งที่ต้องการทราบมากที่สุด

2.4 นำแบบสอบถามไปทดลอง Pre-test จำนวน 10% ของกลุ่มตัวอย่าง โดยประมาณ 40 ตัวอย่าง

2.5 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงอีกครั้ง และให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้ในการเก็บจริงต่อไป

การกำหนดคะแนนของแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย โดยวัดระดับความชื่นชอบ (Nunnally, 1972)

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	ชื่นชอบน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	ชื่นชอบน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	ชื่นชอบปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	ชื่นชอบมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	ชื่นชอบมากที่สุด

ส่วนที่ 3 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางด้านการเมืองของประเทศไทยเดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางด้านการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553 (Nunnally, 1972)

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	ระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	ระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยเดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553 และความเชื่อมั่นด้านระบบการจัดการความปลอดภัยของประเทศไทย

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปร ในระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.- พ.ค. พ.ศ. 2553 และการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรด้าน ในระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	เชื่อมั่นน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	เชื่อมั่นน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	เชื่อมั่นปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	เชื่อมั่นมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	เชื่อมั่นมากที่สุด

ส่วนที่ 5 ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากเกิดเหตุการณ์ความรุนแรงทางความขัดแย้งทางการเมือง ปี พ.ศ. 2553

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรระดับความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความรุนแรงทางความขัดแย้งทางการเมือง เดือนมีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ.2553 มีดังนี้ (Nunnally, 1972)

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	ไม่ตั้งใจเลย
-------------	-----------	--------------

คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	ตั้งใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	ตั้งใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	ตั้งใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.49	ตั้งใจค่อนข้างมาก
คะแนนเฉลี่ย	5.50-6.49	ตั้งใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	6.50-7.00	ตั้งใจมากที่สุด

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะด้านการวางแผนการท่องเที่ยวในเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองของประเทศไทย

เป็นคำถามในลักษณะปลายเปิด 1 ข้อ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้เสนอแนะเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย หลังจากเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ปี พ.ศ. 2553

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการรวบรวมข้อมูลเป็นการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจากหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บทความ อินเทอร์เน็ต และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

#### 3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

3.2.1 แบบสอบถาม (Questionnaires) ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครช่วงหลังจากเกิดเหตุความรุนแรงทางการเมืองเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 โดยการแจกแบบสอบถามนั้นจะทำการเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครในครั้งนี้ โดยการเก็บแบบสอบถามนั้นจะทำการเก็บแบบเป็นระบบ (Systematic sampling) เป็นวิธีเลือกตัวอย่างที่ใช้ระบบเป็นตัวตัดสินใจในการเลือกหน่วยตัวอย่าง โดยสุ่มเฉพาะการเลือกหน่วยตัวอย่างแรกเท่านั้นแล้วกำหนดว่าตัวอย่างที่เลือกต่อไปจะเว้นช่วงห่างกันเท่าไรในช่วงที่เท่า ๆ กัน (อโนทัย ศรีวานิช, 2552) จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่จะทำการเก็บข้อมูล คือ 555 กลุ่มตัวอย่าง (Hair et al., 2010)

3.2.2 สัมภาษณ์ (Unstructured Interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจำนวนไม่มากนัก ด้วยการสนทนาพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการเพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการตามแผนที่วางไว้ (ศรีชัย พงษ์วิชัย, 2552) โดยการสัมภาษณ์จะทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่

เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยหลังจากเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดจากความขัดแย้งทางการเมือง เดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553

#### 4. การวิเคราะห์และประเมินผล

##### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เมื่อทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามครบตามจำนวนที่ต้องการแล้วดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.1.1 รวบรวมแบบสอบถาม ทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. หาค่าความผิดพลาดทางข้อมูล โดยสถิติ Missing Value Analysis (ศรีชัย พงษ์วิชัย, 2552)
2. หาค่าสถิติของการตอบแบบสอบถามด้วยสถิติพื้นฐาน Independent sample T-test (ศรีชัย พงษ์วิชัย, 2552)
3. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และร้อยละ (Percentages) (ศรีชัย พงษ์วิชัย, 2552)
4. วิเคราะห์ความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ของมาตรวัดด้วยวิธีวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ในการสกัดปัจจัยกำหนดการหมุนแกนแบบวาริแมกซ์ (Varimax) หมุนแกนแบบมุมฉาก (orthogonal) (กัญญา วานิษฐ์บัญชา, 2548)
5. ทดสอบความเชื่อมั่นและความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์ครอนบาคส์อัลฟา (Cronbach's of Alpha) (ยุทธ ไทยวรรณ, 2553)
6. ทดสอบการแจกแจงปกติของข้อมูลด้วยสถิติ One-Sample Kolmogorov-smirnov พิจารณาค่า Asymp. Sig. (2-tailed) และปรับข้อมูลโดยการยกกำลังสอง หาค่า ความเบ้ (Skewness) และ ความโค้ง (Kurtosis) เพื่อพิจารณาการแจกแจงความปกติของข้อมูลอีกครั้ง (Hair et al., 2010)
7. ทดสอบสมมติฐาน โดยสถิติความสัมพันธ์ไค-สแควร์ (Chi-Square:  $\chi^2$ ) (ศรีชัย พงษ์วิชัย, 2552)

##### 4.1.2 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบไปด้วย

1. ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย

2. การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางด้านการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553

3. ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553

4. ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553

4.1.3 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มากกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

2. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553

3. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

4. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร

5. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

6. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร

7. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แล้วสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ นำข้อมูลมาจัดกลุ่มให้เป็นประเด็นเดียวกัน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่สนกคดีด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้านของตัวแปรอิสระประกอบไปด้วย 1) ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย 2) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางด้านการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 3) ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 และ 4) ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 วิเคราะห์ความตั้งใจท่องเที่ยวโดยรวมของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวในช่วงวิกฤติ

### สรุป

บทที่ 3 เป็นการอธิบายวิธีดำเนินการวิจัยของวิทยานิพนธ์เรื่อง“ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มากรุงเทพมหานคร” เป็นการดำเนินการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ โดยการดำเนินการนั้นเป็นการที่น่าสเถียรทางการวิจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ตั้งแต่ทดสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล ประมวลผลเพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไป ใช้ในการวิเคราะห์หาการแจกแจงปกติ รวมทั้งการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินงานนี้ใช้เวลาทั้งหมด 15 เดือนตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2553 ถึงกันยายน 2554



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เป็นการวิเคราะห์ที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์คุณภาพของข้อมูล ความเที่ยงตรง ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล รวมทั้งการวิเคราะห์คุณสมบัติของข้อมูล ตามเงื่อนไขข้อกำหนดของการวิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยวิธีการวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปร แล้วจึงทำการวิเคราะห์ผลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน ดังที่ผู้วิจัยนำเสนอต่อจากนี้

#### 1. การตรวจสอบความเอนเอียงในการตอบกลับ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเอนเอียงในการตอบกลับ (Response Bias) ของแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความแตกต่างของการตอบแบบสอบถามระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามกลับมาก่อนและกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามภายหลัง ผู้วิจัยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบความแตกต่างของระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร และระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในครั้งนี้

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในช่วงแรก (Early response) คือร้อยละ 75 กับกลุ่มที่ตอบช่วงหลัง (late response) ในส่วนร้อยละ 25 (ศรีรัช พงษ์วิชัย, 2552) ผลการทดสอบพบว่า การตอบแบบสอบถามของทั้งสอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $p > 0.05$ ) ดังนั้นในงานวิจัยนี้มีความเอนเอียงในการตอบกลับของแบบสอบถาม

#### 2. ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สภาพลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และร้อยละ (Percentages) ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของกลุ่มตัวอย่าง (555 ราย) แสดงตารางที่ 3 ซึ่งอธิบายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด อาชีพลูกจ้าง มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ ถิ่นที่อยู่ทวีปยุโรปนับถือศาสนาคริสต์ ส่วนมากเดินทางมากรุงเทพมหานครครั้งแรก

ใช้จ่ายในการมากรุงเทพฯครั้งนี้ 501 - 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ และวัตถุประสงค์ที่เดินทางมากรุงเทพฯ ส่วนใหญ่คือพักผ่อน

ตารางที่ 3 คุณสมบัติกลุ่มประชากรที่สุ่มมาศึกษา 555 ราย

	คุณสมบัติ	จำนวน (ราย)	อัตราส่วนร้อยละ
เพศ	ชาย	283.0	51.0
	หญิง	272.0	49.0
	รวม	555.0	100.0
อายุ	15-24 ปี	166.0	29.9
	25-34 ปี	209.0	37.7
	35-44 ปี	80.0	14.4
	45-54 ปี	62.0	11.2
	55-64 ปี	32.0	5.8
	มากกว่า 65 ปี	6.0	1.1
	รวม	555.0	100.0
สถานภาพ	โสด	312.0	56.2
	แต่งงาน	197.0	35.5
	แยกกันอยู่	21.0	3.8
	หย่าร้าง	21.0	3.8
	ไม่ตอบ	4.0	0.7
	รวม	555.0	100.0
อาชีพ	ธุรกิจส่วนตัว	97.0	17.5
	ข้าราชการ	19.0	3.4
	พนักงานออฟฟิศ	25.0	4.5
	ลูกจ้าง	255.0	45.9
	นักเรียน/นักศึกษา	122.0	22.0
	เกษียณอายุ	18.0	3.2
	อื่น ๆ	19.0	3.4
	รวม	555.0	100.0

ตารางที่ 3 คุณสมบัติกลุ่มประชากรที่ผู้มาศึกษา 555 ราย (ต่อ)

	คุณสมบัติ	จำนวน (ราย)	อัตราส่วนร้อยละ
การศึกษา	มัธยมศึกษา	123.0	22.2
	อนุปริญญา	164.0	29.5
	ปริญญาตรี	189.0	34.1
	ปริญญาโท	74.0	13.3
	อื่น ๆ	5.0	0.9
	รวม	555.0	100.0
รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 20,000 USD	242.0	43.6
	20,001-40,000 USD	142.0	25.6
	40,001-60,000 USD	64.0	11.5
	60,001-80,000 USD	64.0	11.5
	มากกว่า 80,001 USD	30.0	5.4
	ไม่ตอบ	13.0	2.3
	รวม	555.0	100.0
ถิ่นที่อยู่อาศัย	เอเชีย	143.0	25.8
	ยุโรป	233.0	42.0
	อเมริกา	65.0	11.7
	โอเชเนีย	92.0	16.6
	ตะวันออกกลาง	14.0	2.5
	แอฟริกา	7.0	1.3
	ไม่ตอบ	1.0	0.2
	รวม	555.0	100.0
ศาสนา	พุทธ	44.0	7.9
	คริสต์	303.0	54.6
	อิสลาม	37.0	6.7
	อื่น ๆ (ไม่นับถือศาสนา, ฮินดู)	170.0	30.6
	ไม่ตอบ	1.0	0.2
	รวม	555.0	100.0

ตารางที่ 3 คุณสมบัติกลุ่มประชากรที่เข้ามาศึกษา 555 ราย (ต่อ)

	คุณสมบัติ	จำนวน (ราย)	อัตราส่วนร้อยละ
จำนวนครั้งที่ เดินทางมา ประเทศไทย	ครั้งที่ 1	188.0	33.9
	ครั้งที่ 2	125.0	22.5
	ครั้งที่ 3	88.0	15.9
	อื่น ๆ	153.0	27.6
	ไม่ตอบ	1.0	0.2
	รวม	555.0	100.0
ค่าใช้จ่ายที่ กรุงเทพมหานคร ท่องเที่ยวครั้งนี้	ต่ำกว่า 500 USD	124.0	22.3
	501-1,000 USD	159.0	28.6
	1,001-1,500 USD	99.0	17.8
	1,501-2,000 USD	67.0	12.1
	2,001-2,500 USD	43.0	7.7
	มากกว่า 2,501 USD	52.0	9.4
	ไม่ตอบ	11.0	2.0
รวม	555.0	100.0	
วัตถุประสงค์ใน การเดินทางมา กรุงเทพมหานคร	พักผ่อน	437.0	78.7
	ธุรกิจ	59.0	10.6
	ประชุม	9.0	1.6
	ออฟฟิศ	11.0	2.0
	สัมมนา	3.0	0.5
	อื่น ๆ (ฝึกงาน, เรียน)	36.0	6.5
	รวม	555.0	100.0
ลักษณะบริการ ท่องเที่ยว	แพคเกจทัวร์	194.0	35.0
	ด้วยตัวเอง	287.0	51.7
	อื่น ๆ (เพื่อน/ครอบครัวที่ประเทศไทย)	71.0	12.8
	ไม่ตอบ	3.0	0.5
	รวม	555.0	100.0

สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้มีคำถามปลายเปิด ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นในประเด็นของปัญหาที่สำคัญ ของผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4 พบว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครครั้งนี้โดยเฉลี่ย 6 วัน และเดินทางท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในครั้งนี้อยู่เฉลี่ย 37 วัน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครและระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในครั้งนี้อย่างกลุ่มตัวอย่าง (555 ราย)

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครในครั้งนี้อยู่ (วัน)	1	90	5.99	6.405
ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในครั้งนี้อยู่ (วัน)	3	365	37.48	58.601

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 5 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้แสดงความคิดเห็นในส่วนคำถามปลายเปิด ด้านการวางแผนการท่องเที่ยวในเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองของประเทศไทย โดยมีการแสดงความคิดเห็นจำนวน 47 ความคิดเห็น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเสนอแนะว่าควรหลีกเลี่ยงการเดินทางในพื้นที่อันตรายในช่วงระยะเวลาที่เกิดความขัดแย้งทางการเมือง (ร้อยละ 23.64) ข้อเสนอแนะถัดมาคือ แม้ว่าการประท้วงครั้งนี้ที่ผ่านมามีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวหากมีการชุมนุมประท้วงอีกครั้ง (ร้อยละ 9.09) ข้อเสนอแนะถัดมาคือ นักท่องเที่ยวควรศึกษาข้อมูลจากทุกสื่อเรื่องสถานการณ์ก่อนวางแผนก่อนเดินทาง (ร้อยละ 7.27) และพยายามป้องกันไม่ให้ผู้ประท้วงปิดสนามบิน (ร้อยละ 7.27)

ตารางที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านการวางแผนการท่องเที่ยวในเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองของประเทศไทย

		จำนวน (ความคิดเห็น)	ร้อยละ
1	หลีกเลี่ยงเดินทางในพื้นที่อันตรายในช่วงระยะเวลานั้น ๆ	13	23.64
2	แม้ว่าการประท้วงครั้งนี้ที่ผ่านมา ไม่มีผลกระทบ แต่เป็นกังวลสำหรับนักท่องเที่ยวหากมีการชุมนุมประท้วงอีกครั้ง	5	9.09
3	นักท่องเที่ยวควรศึกษาข้อมูลจากทุกสื่อเรื่องสถานการณ์ก่อนวางแผนก่อนเดินทาง	4	7.27
4	พยายามป้องกันไม่ให้ผู้ประท้วงปิดสนามบิน	4	7.27
5	รัฐบาลไทยควรทำการเลือกตั้งให้เร็วที่สุด ซึ่งเป็นโอกาสสร้างความมั่นคงในประเทศไทย และสร้างความน่าเชื่อถือในสายตาของชาวโลกเรื่องการสังหารกลุ่มผู้ชุมนุมประท้วง	3	5.45
6	ควรให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงยังสนามบินช่วงวิกฤต และควรเป็นข้อมูลภาษาต่าง ๆ ที่หลากหลาย	3	5.45
7	ด้านที่พักควรจะห่างไกลจากจุดที่มีการประท้วง	3	5.45
8	เปลี่ยนเส้นทางท่องเที่ยว เพราะประเทศไทยมีที่ท่องเที่ยวหลากหลาย	3	5.45
9	การรักษาความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญมาก ควรให้หมายเลขโทรศัพท์ที่จำเป็นแก่นักท่องเที่ยว หรือเพิ่มสายด่วนกรณีฉุกเฉินพิเศษสำหรับชาวต่างชาติ และผู้ที่รับสายต้องสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้	2	3.64
10	สื่อ ควรให้รายละเอียดเพื่อใช้ในการศึกษา	2	3.64
11	สื่อกล่าวเรื่องของข่าวเกินความเป็นจริง, ไม่แสดงมุมมองของการเคารพเสียงส่วนใหญ่	2	3.64
12	ปัญหาการเมืองเป็นรองจาก เรื่อง โสเภณี, ตำรวจที่โกงกินและภาคใต้	2	3.64
13	รัฐบาลต้องหยุดความรุนแรงให้ได้	1	1.82

ตารางที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านการวางแผนการท่องเที่ยวในเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองของประเทศไทย (ต่อ)

		จำนวน (ความคิดเห็น)	ร้อยละ
14	ไม่เคยรับทราบข่าวทางการเมืองจากสื่อ	1	1.82
15	การเมืองเกิดมานานแล้ว ไม่กระทบต่อความปลอดภัย	1	1.82
16	ควรหลีกเลี่ยงการพุดถึงการเมือง และควรดูแลนักท่องเที่ยวต่างชาติ	1	1.82
17	ติดต่อคนรู้จัก หรือเพื่อนในประเทศไทยเพื่อให้แน่ใจว่าไม่มี การเสนอข่าวที่ผิดจากความเป็นจริง	1	1.82
18	รัฐบาลควรรักษาเสถียรภาพ และคำนึงว่านักท่องเที่ยวต้องม ความปลอดภัยในการเดินทาง	1	1.82
19	เปลี่ยนระบบสื่อแคงและเหลือง	1	1.82
20	เคารพความยากจนและความร่ำรวยของประชาชน	1	1.82
21	เชื่อมั่นในรัฐบาลไทย	1	1.82
	รวม	55	100.00

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรในการวิจัย คณะผู้วิจัยได้แสดงผลการวิเคราะห์ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย (x) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในตารางที่ 6 ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์การจัดระดับคะแนนเฉลี่ย (ศรัชัย พงษ์วิชัย, 2552) โดยการให้คะแนนสำหรับการวัดด้วยมาตรวัดลิเกิร์ตสเกล (Likert Scale) แบบ 5 ระดับ ซีแมนติคดิฟเฟอเรนเชียลสเกล (Semantic differential) แบบ 7 ระดับซึ่งมีการกำหนดความกว้างของขั้นข้อมูลดังนี้

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรด้านความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	ชื่นชอบน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	ชื่นชอบน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	ชื่นชอบปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	ชื่นชอบมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	ชื่นชอบมากที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	ระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	ระดับมากที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 และการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	เชื่อมั่นน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	เชื่อมั่นน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	เชื่อมั่นปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	เชื่อมั่นมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	เชื่อมั่นมากที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรระดับความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความรุนแรงทางความขัดแย้งทางการเมือง เดือนมีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2553 มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	ไม่ตั้งใจเลย
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	ตั้งใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	ตั้งใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	ตั้งใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.49	ตั้งใจค่อนข้างมาก
คะแนนเฉลี่ย	5.50-6.49	ตั้งใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	6.50-7.00	ตั้งใจมากที่สุด



ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวแปร จากกลุ่มตัวอย่าง 555 ราย

	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ผลการ วิเคราะห์
ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย (Attitude)	1.00	5.00	4.1005	0.64582	มาก
การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมือง ของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 (Perception)	1.00	5.00	3.2827	1.00893	ปานกลาง
ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทาง การเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 (Confidence to ability of Thailand)	1.00	5.00	3.2486	0.72181	ปานกลาง
ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.- พ.ค. พ.ศ. 2553 (Confidence to safety management system)	1.00	5.00	3.3783	0.74253	ปานกลาง
ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร (Intention time)	1.00	90.00	5.9873	6.36990	-
ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร (Intention plan)	1.00	7.00	4.6929	1.83826	ค่อนข้างมาก
ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร (Intention budget)	1.00	7.00	4.9910	1.83771	ค่อนข้างมาก

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวแปร จากกลุ่มตัวอย่าง 555 ราย (ต่อ)

	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ผลการ วิเคราะห์
ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร(Intention revisit)	1.00	7.00	5.0813	1.56440	ค่อนข้างมาก
ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร (Intention public relation)	1.00	7.00	5.5615	1.45144	มาก
ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจุบันต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร (Intention satisfaction)	1.00	7.00	5.3856	1.16599	ค่อนข้างมาก
ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร (Intention Information search)	1.00	7.00	4.3208	1.43551	ปานกลาง
ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ยังสถานที่จริงในกรุงเทพมหานครที่เคยเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย	1.00	7.00	3.3700	1.74215	*น้อย

\* ใช้วิธีบทยผลศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น (Preliminary Data Analysis)

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูล ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดในการใช้เทคนิควิเคราะห์สถิติหลายตัวแปร (Multivariate Analysis) โดยตรวจสอบข้อมูลที่สูญหาย (Missing Data) ความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์และความเที่ยงตรงแบบแตกต่างของมาตรวัดงานวิจัย (Convergent and Discriminant Validity) ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ ต่อไป

#### 3.1 การตรวจสอบข้อมูลที่สูญหาย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม และพบว่าไม่มีข้อมูลที่ไม่วสมบูรณ์มีมากกว่าร้อยละ 5 อยู่ 1 ข้อคำถาม คือ ข้อที่ 37. มีค่า Missing เท่ากับร้อยละ 5.6 ดังนั้นจึงทำการตัดข้อคำถามนี้ ดังนั้นในการวิเคราะห์ขั้นตอนนี้ไปคณะผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ของตัวบ่งชี้ นั้น ๆ มาแทนค่าที่ไม่สมบูรณ์ (ศรีชัย พงษ์วิชัย, 2552) เพื่อทำการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้ต่อไป

#### 3.2 ความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

การวัดความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของมาตรวัด ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ 3 วิธีเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ ประกอบด้วย (1) วิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มของตัวแปรให้เป็นปัจจัยและทดสอบความถูกต้องของมาตรวัด เพื่อช่วยยืนยันว่าการจัดกลุ่มของตัวแปรได้จัดกลุ่มถูกต้องและอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปร (2) วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคส์อัลฟา (Cronbach's Alpha) (Nunnally, 1972) เพื่อตรวจสอบตัวบ่งชี้ของมาตรวัดว่าสามารถจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันและวัดเรื่องเดียวกันหรือไม่ โดยในแต่ละเทคนิคมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ดังนี้

##### 3.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

วิธีการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ของมาตรวัดวิธีแรกที่ผู้วิจัยใช้คือ วิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมประยุกต์ทางสถิติ SPSS ในการสกัดปัจจัย โดยกำหนดการหมุนแกนแบบวาริแมกซ์ (Varimax) เนื่องจากเป็นวิธีที่สามารถจำแนกปัจจัยได้อย่างชัดเจนสำหรับการหมุนแกนแบบมุมฉาก (orthogonal) ผู้วิจัยเลือกตัดตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำกว่า 0.6 และไม่เกาะกลุ่มออกไปจากการวิเคราะห์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) ผู้วิจัยได้สรุปและแสดงในตารางที่ 7 โดยอธิบายได้ดังต่อไปนี้

จากผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า ตัวบ่งชี้ของมาตรวัดตัวแปรส่วนใหญ่มีค่าสูงกว่า 0.6 มีเพียงตัวบ่งชี้ ข้อที่ 30. You have planned the route of travel well., ข้อที่ 31. You have changed the path of travel. และข้อที่ 32. You have reduced the number of travel days. ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของมาตรวัดตัวแปรตามด้านความตั้งใจที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำกว่า 0.6

คือมีค่า 0.525, 0.534 และ 0.522 ตามลำดับและมีค่าไม่เกาะกลุ่ม โดยมีผลแสดงดังตารางที่ 7 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการตัดตัวบ่งชี้จากการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้

### 3.2.2 การทดสอบความเชื่อมั่นและความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์ครอนบาคส์อัลฟา (Cronbach's of Alpha)

การทดสอบความเชื่อมั่นและความสอดคล้องภายในของมาตรวัด ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคส์อัลฟา โดยทำการทดสอบตัวบ่งชี้ที่ได้มาจากการสกัดปัจจัยด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคส์อัลฟาของมาตรวัดทั้งหมดมีค่าสูงกว่า 0.6 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1972) โดยมีผลแสดงดังตารางที่ 7 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคส์อัลฟา

ตัวแปร	ชื่อตัวบ่งชี้	น้ำหนักองค์ประกอบ	Eigen Values	Variance Explain	ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคส์อัลฟา	ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคส์อัลฟา ถ้าตัวบ่งชี้ถูกตัดทิ้ง
Attitude	Attitude 15	0.667	2.787	46.450	0.7673	0.7389
	Attitude 16	0.685				0.7320
	Attitude 17	0.709				0.7243
	Attitude 18	0.704				0.7269
	Attitude 19	0.643				0.7434
	Attitude 20	0.678				0.7332
Perception	Perception 21	0.868	1.505	75.264	0.6709	-
	Perception 22	0.868				-
Confidence	Confidence/ Ability 23	0.817	1.948	64.923	0.7294	0.6246
	Confidence/ Ability 24	0.813				0.6291
	Confidence/ Ability 25	0.787				0.6710
	Confidence/ Safety 26	0.639	2.220	55.507	0.7274	0.7202
	Confidence/ Safety 27	0.772				0.6526
	Confidence/ Safety 28	0.817				0.6168

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อตัวบ่งชี้	น้ำหนักองค์ประกอบ	Eigen Values	Variance Explain	ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha	ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ถ้าตัวบ่งชี้ถูกตัดทิ้ง
	Confidence/ Safety 29	0.740				0.6704
Intention	Intention/ plans 30	0.525	1.997	39.947	0.7799	(b)
	Intention/ plans 31	0.534				(b)
	Intention/ plans 32	0.522				(b)
	Intention/ plans 33	0.770				-
	Intention/ plans 34	0.756				-
	Intention/ objective plans 35	0.887			0.7278	-
	Intention/ objective plans 36	0.887				-
	Intention/ objective plans 37	-	-	-	-	(a)
	Intention/ Budget 38	-	-	-	-	-
	Intention/ Revisit 39	0.870	1.512	75.605	0.6772	-
	Intention/ Revisit 40	0.870				-
	Intention/ PR 41	0.947	1.795	89.775	0.8860	-
	Intention/ PR 42	0.947				-
	Intention/ Satisfaction 43	0.825	3.398	67.953	0.8796	0.8541
	Intention/ Satisfaction 44	0.877				0.8371
	Intention/ Satisfaction 45	0.833				0.8503
	Intention/ Satisfaction 46	0.803				0.8606
	Intention/ Satisfaction 47	0.780				0.674
	Intention/ Info search 48	0.840	2.630	65.742	0.8244	0.7563
	Intention/ Info search 49	0.850				0.7556
	Intention/ Info search 50	0.785				0.7962
	Intention/ Info search 51	0.765				0.8046

หมายเหตุ (a) หมายถึง ตัดออกภายหลังจากทดสอบค่า Missing Value

(b) หมายถึง ตัดออกภายหลังจากทดสอบปัจจัย

#### 4. การตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality)

การตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบด้วยสถิติ Kolmogorov-smirnov ผลการทดสอบค่าสถิติ Kolmogorov-smirnov จากตารางที่ 8 พบว่าค่าของตัวแปรทุกตัวแปรมีค่า Asymp. Sig. (2-tailed) น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งแสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ ผู้วิจัยจึงได้ทดลองทำการปรับค่าของตัวแปรด้วยการยกกำลังสองและพิจารณาค่า ความเบ้ (Skewness) และ ความโค้ง (Kurtosis) ของข้อมูล ซึ่งข้อมูลนั้นจะมีค่าความสำคัญที่  $\pm 2.58$  และ  $\pm 1.96$  (Hair et al., 2010) ค่าตัวแปรได้เป็นค่าใหม่แต่จากการพิจารณาค่าแล้วมีผลการแจกแจงที่เปลี่ยนไปจากเดิมในทางที่มีการแจกแจงปกติขึ้น จึงเลือกนำข้อมูลที่มีการยกกำลังก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 8 การตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล

	ข้อมูลที่ยังไม่ยกกำลัง		ข้อมูลที่ยกกำลัง	
	Kolmogorov-smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Skewness	Kurtosis
Attitude	2.513	0.000	-3.784	-0.162
Perception	3.067	0.000	1.859	-3.530
Confidence to ability of Thailand	3.978	0.000	4.214	1.897
Confidence to safety management system	2.436	0.000	2.845	0.038
Intention time	5.108	0.000	178.954	1895.828
Intention plan	2.900	0.000	0.262	-5.362
Intention budget	4.297	0.000	-1.511	-5.789
Intention revisit	3.144	0.000	-1.688	-4.161
Intention public relation	4.092	0.000	-5.491	-2.111
Intention Satisfaction	2.445	0.000	-2.007	-0.998
Intention Information search	2.281	0.000	2.602	-2.564

## 5. การตรวจสอบสมมติฐาน

วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การตรวจสอบหาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร (Investigation for Relationship between 2 variables) วิธีการทดสอบความสัมพันธ์ไค-สแควร์ (Chi-Square:  $\chi^2$ ) เป็นวิธีการทางสถิติที่นิยมใช้เพื่อตรวจสอบเพื่อหาความสัมพันธ์ โดยจะทำการหาความแตกต่างระหว่างค่าสังเกต ( $O_{ij}$ ) และค่าคาดหวัง ( $E_{ij}$ ) ของแต่ละช่อง (cell) ในตาราง

การยอมรับหรือปฏิเสธ  $H_0$  จะนำค่า  $\chi^2$  หรือค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการคำนวณมาเปรียบเทียบกับค่าไค-สแควร์ ที่ได้จากตารางสถิติโดยอาศัยค่า df (degree of freedom) ซึ่งมีค่าเท่ากับ  $(r-1)(c-1)$  เมื่อ r แทนจำนวนแถวของตาราง และ c แทนจำนวนคอลัมน์ของตาราง ประกอบกับค่าระดับนัยสำคัญ ( $\alpha$ )

ซึ่งมีเงื่อนไขคือ ข้อมูลต้องเป็นระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) เพราะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ parametric, ตัวแปรทั้งสองที่ใช้จับคู่หาความสัมพันธ์จะต้องไม่เป็นตัวเดียวกัน, ค่าความคาดหวังในแต่ละช่องของตาราง ( $E_{ij}$ ) ถ้ามีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 จะทำให้การทดสอบข้อมูลน่าเชื่อถือน้อยลง (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2552)

ขั้นตอนการดำเนินการนั้นต้องทำการแปลงค่า Interval Scale ให้เป็น Nominal Scale โดยวิธี Recode ให้เหลือตัวแปรละ 2 กลุ่ม ในระดับมาตราวัดนามบัญญัติ คือ

- ค่า 0 เป็นกลุ่มที่มีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม
- ค่า 1 เป็นกลุ่มที่มีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม

ผลการวิเคราะห์อธิบายได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบบประชาธิปไตยของประเทศไทย ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

**ทัศนใจปฏิเสธสมมติฐาน** คือความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบบประชาธิปไตยของประเทศไทย ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่

นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 0.750$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.386 > 0.05$ ) ดังตารางที่ 9

**สมมติฐานที่ 2** ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทยส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทยไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน** คือ ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 11.569$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.001 < 0.05$ ) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่ากลุ่มที่มีความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่ม จะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 53.2 ซึ่งมีค่าต่ำกว่ากลุ่มที่มีความชื่นชอบมากกว่า มีค่าร้อยละเท่ากับ 61.3 ดังตารางที่ 9

**สมมติฐานที่ 3** ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทยส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน** คือความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 6.712$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.010 < 0.05$ ) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่ากลุ่มที่มีความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 52.1 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มที่มีความชื่นชอบมากกว่า มีค่าร้อยละเท่ากับ 58.9 ดังตารางที่ 9







ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบบ  
ประชาธิปไตยของประเทศไทยกับตัวแปรความตั้งใจ

ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อระบบประชาธิปไตย ของประเทศไทย	N=555					ความสัมพันธ์
	$\chi^2$	df	Asymps Sig(2 tail)	ร้อยละในกลุ่ม ค่าเฉลี่ยรวม		
				ต่ำกว่า	สูงกว่า	
1. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่ กรุงเทพมหานคร	0.750	1	0.386	45.9	49.6	ไม่มี
2. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการ วางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	11.569	1	0.001	53.2	61.3	มี
3. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน งบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	6.712	1	0.010	52.1	58.9	มี
4. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการ กลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร	13.125	1	0.000	55	60.4	มี
5. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการ ประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มา ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	5.549	1	0.018	52.4	57.6	มี
6. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความ พึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของ กรุงเทพมหานคร	15.625	1	0.000	55.2	61.5	มี
7. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน การศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมา ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	8.002	1	0.005	52.6	59.4	มี

\* หมายเหตุ N คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
df คือ (Degree of Freedom) ชั้นของความเป็นอิสระ  
Asymps Sig (2 tail) คือ ค่าความน่าเชื่อถือของข้อมูล (P-value) ระดับ  
นัยสำคัญที่ 0.05







ทัศนคติยอมรับสมมติฐาน คือการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 9.097$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.003 < 0.05$ ) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่ากลุ่มที่มีการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจะมีส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 52.2 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มที่มีการรับรู้อีกกว่า มีค่าร้อยละ 60.5 ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. -พ.ค. พ.ศ. 2553 กับตัวแปรความตั้งใจ

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่อความรุนแรงของความขัดแย้ง ทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553	N=555					ความสัมพันธ์
	$\chi^2$	df	Asymps Sig(2 tail)	ร้อยละในกลุ่ม ค่าเฉลี่ยรวม		
				ต่ำกว่า	สูงกว่า	
1. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยว ที่กรุงเทพมหานคร	0.722	1	0.395	47	57.4	ไม่มี
2. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน การวางแผนท่องเที่ยวที่ กรุงเทพมหานคร	0.492	1	0.483	47.4	55.6	ไม่มี
3. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน งบประมาณท่องเที่ยวที่ กรุงเทพมหานคร	0.319	1	0.572	47.3	55.1	ไม่มี
4. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่ กรุงเทพมหานคร	0.100	1	0.752	45.4	53.2	ไม่มี

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. -พ.ค. พ.ศ. 2553 กับตัวแปรความตั้งใจ (ต่อ)

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อความรุนแรงของความขัดแย้ง ทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553	N=555					ความสัมพันธ์
	$\chi^2$	df	Asymp Sig(2 tail)	ร้อยละในกลุ่ม ค่าเฉลี่ยรวม		
				ต่ำกว่า	สูงกว่า	
5. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่น ให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	0.069	1	0.793	46.7	54.4	ไม่มี
6. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน ความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของ กรุงเทพมหานคร	0.303	1	0.582	47.3	55	ไม่มี
7. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน การศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อน มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	9.097	1	0.003	52.2	60.5	มี

สมมติฐานที่ 15 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

ตัดสินใจปฏิเสธสมมติฐาน คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553





**สมมติฐานที่ 18** ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน** คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 21.452$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.000 < 0.05) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 60 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นมากกว่า มีค่าร้อยละ 59.4 ดังตารางที่ 11

**สมมติฐานที่ 19** ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจปฏิเสธสมมติฐาน** คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 3.051$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.081 > 0.05) ดังตารางที่ 11

**สมมติฐานที่ 20** ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน** คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 12.412$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.000 < 0.05$ ) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 57.4 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นมากกว่า มีค่าร้อยละ 57.6 ดังตารางที่ 11

**สมมติฐานที่ 21** ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน** คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 10.164$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.001 < 0.05$ ) จากการพิจารณาค่า

ร้อยละปรากฏว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษารายชื่อของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 56.4 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นมากกว่า มีค่าร้อยละ 57.1 ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 กับ ตัวแปรความตั้งใจ

ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้ง ทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.- พ.ค. พ.ศ.2553	N=555					ความ สัมพันธ์
	$\chi^2$	df	Asymp Sig (2 tail)	ร้อยละในกลุ่ม ค่าเฉลี่ยรวม		
				ต่ำกว่า	สูงกว่า	
1. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่ กรุงเทพมหานคร	0.848	1	0.357	50.9	53.9	ไม่มี
2. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการ วางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	2.522	1	0.112	52.9	53.9	ไม่มี
3. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน งบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	1.974	1	0.160	52.7	53.2	ไม่มี
4. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการ กลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร	21.452	1	0.000	60	59.4	มี
5. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการ ประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มา ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	3.051	1	0.081	54.1	53.4	ไม่มี
6. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึง พอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร	12.412	1	0.000	57.4	57.6	มี
7. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน การศึกษารายชื่อของประเทศไทยก่อนมา ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	12.412	1	0.000	57.4	57.6	มี

**สมมติฐานที่ 22** ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจปฏิเสธสมมติฐาน** คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 0.031$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp\ Sig (2\ tail) = 0.859 > 0.05$ ) ดังตารางที่ 12

**สมมติฐานที่ 23** ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน** คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 5.462$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp\ Sig (2\ tail) = 0.019 < 0.05$ ) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 53.2 ต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นมากกว่า มีค่าร้อยละ 56.8 ดังตารางที่ 12

**สมมติฐานที่ 24** ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน** คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 7.798$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail)\ 0.005 = 0.005 < 0.05$ ) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 54.5 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยมากกว่า มีค่าร้อยละ 57.4 ดังตารางที่ 12

**สมมติฐานที่ 25** ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน** คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 14.092$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.000 < 0.05$ ) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย

ของกลุ่มจะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 57.3 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นมากกว่า มีค่าร้อยละ 58.7 ดังตารางที่ 12

สมมติฐานที่ 26 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 8.327$ ,  $df = 1$ ,  $tAsympSig (2 tail) = 0.004 < 0.05$ ) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครร้อยละ 55.7 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นมากกว่า มีค่าเฉลี่ยร้อยละเท่ากับ 56.6 ดังตารางที่ 12

สมมติฐานที่ 27 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร

ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน

ความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 7.150$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.007 < 0.05) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มรวม จะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานครร้อยละ 54.5 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นมากกว่า มีค่าร้อยละ 56.8 ดังตารางที่ 12

**สมมติฐานที่ 28** ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_0$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

**ตัดสินใจยอมรับสมมติฐาน** คือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ( $\chi^2 = 9.242$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.002 < 0.05) จากการพิจารณาค่าร้อยละปรากฏว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจะมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 55 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเชื่อมั่นมากกว่า มีค่าร้อยละเท่ากับ 57.9 ดังตารางที่ 12



ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 กับตัวแปรความตั้งใจ

ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553	N=555					ความสัมพันธ์
	$\chi^2$	df	Asymp Sig (2 tail)	ร้อยละในกลุ่มค่าเฉลี่ยรวม		
				ต่ำกว่า	สูงกว่า	
1. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	0.031	1	0.859	48.6	50.4	ไม่มี
2. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	5.462	1	0.019	53.2	56.8	มี
3. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	7.798	1	0.005	54.5	57.4	มี
4. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร	14.09	1	0.000	57.3	58.7	มี
5. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	8.327	1	0.004	55.7	56.6	มี
6. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร	7.150	1	0.007	54.5	56.8	มี
7. ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	9.242	1	0.002	55	57.9	มี

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแล้ว ได้นำผลการวิเคราะห์มาสรุปความสัมพันธ์ทั้งตัวแปรต้นและตัวแปรตามดังที่ได้เสนอไว้ในตาราง 13 และสรุปสมมุติฐานที่ได้กำหนดไว้เสนอในตารางที่ 14

ตารางที่ 13 สรุปผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ	ระยะเวลา	วางแผน	งบประมาณ	เที่ยว ซ้ำ	บอก ต่อ	ฟัง พอใจ	ศึกษา ข้อมูล
ชื่นชอบประชาติไปโดย	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รับรู้ข่าวสารความขัดแย้ง ทางการเมือง	-	-	-	-	-	-	✓
ความเชื่อมั่น ความสามารถจัดการ ความขัดแย้ง	-	-	-	✓	-	✓	✓
เชื่อมั่นด้านความ ปลอดภัย	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 14 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างในงานวิจัย

	สมมุติฐาน	ผลการทดสอบ สมมุติฐาน
1	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาติไปโดย ของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลา ที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการ สนับสนุน
2	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาติไปโดย ของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการ วางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
3	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาติไปโดย ของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้าน งบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน

ตารางที่ 14 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างในงานวิจัย (ต่อ)

	สมมุติฐาน	ผลการทดสอบ สมมุติฐาน
4	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
5	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
6	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
7	ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
8	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน
9	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน
10	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน

ตารางที่ 14 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างในงานวิจัย (ต่อ)

	สมมุติฐาน	ผลการทดสอบ สมมุติฐาน
11	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน
12	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน
13	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน
14	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
15	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน
16	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน

ตารางที่ 14 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างในงานวิจัย (ต่อ)

	สมมุติฐาน	ผลการทดสอบ สมมุติฐาน
17	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน
18	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
19	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน
20	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
21	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
22	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ไม่ได้รับการสนับสนุน
23	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน

ตารางที่ 14 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างในงานวิจัย (ต่อ)

	สมมุติฐาน	ผลการทดสอบ สมมุติฐาน
24	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
25	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
26	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
27	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน
28	ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร	ได้รับการสนับสนุน

## สรุป

บทนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ทางสถิติทั้งสถิติพรรณนาและการนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบ Chi-Square ซึ่งก่อนที่ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูล ว่ามีความเหมาะสมต่อการใช้เทคนิคดังกล่าวหรือไม่ หลังจากนั้นได้ทำการทดสอบสมมุติฐาน ด้วยสถิติวิเคราะห์ Chi-Square ผลการตรวจสอบพบว่าแบบจำลองมีความเป็นเหตุเป็นผลและมีเสถียรภาพ มีความถูกต้องและสามารถนำไปอภิปรายผลได้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอการอภิปรายผลและสรุปในบทที่ 5

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ เป็นส่วนที่สำคัญในการอธิบาย ผลการวิจัยที่จำเป็นต้องอ้างอิงข้อมูลที่เป็นจริงจากการค้นคว้าแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของงานวิจัยมากยิ่งขึ้น

การศึกษาเรื่อง ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยที่มีต่อความตั้งใจเดินทาง ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ, 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมา ท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายในกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของ ประเทศไทย 3) ศึกษาความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ยังสถานที่จริง ในกรุงเทพมหานครที่เคยมักเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย 4) แนวทาง จัดการการท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

การดำเนินการวิจัยได้มีการกำหนดกลุ่มประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยผู้วิจัยทำ การ สัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 10 ราย และมีการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนได้เสีย 9 ราย ผู้วิจัยเลือกแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร อีก จำนวนทั้งสิ้น 555 ราย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้มี 2 ลักษณะ คือ 1) การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง ได้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทางด้านการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 19 ราย 2) แจกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 555 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ 7 วิธี คือ 1) วิเคราะห์หาความผิดพลาดของข้อมูล (Missing Value Analysis) 2) วิเคราะห์หาค่าอคติของการตอบแบบสอบถามด้วยสถิติพื้นฐาน (Independent sample T-test) 3) วิเคราะห์ผลข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และร้อยละ (Percentages) 4) วิเคราะห์ความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ของมาตรวัดด้วยวิธีวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ในการ สกัดปัจจัยกำหนดการหมุนแกนแบบวาริเมกซ์ (Varimax) 5) ทดสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล และความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์ครอนบาคส์อัลฟา (Cronbach's of Alpha) 6) วิเคราะห์

คุณสมบัติของข้อมูล โดยทดสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล ด้วยสถิติ One-Sample Kolmogorov-smirnov พิจารณาค่า Sig. (2-tailed) พบว่าการแจกแจงข้อมูลมีการกระจายไม่ปกติ ผู้วิจัยได้มีการปรับข้อมูลและทดสอบการกระจายข้อมูลอีกครั้ง ยังมีการกระจายไม่ปกติผู้วิจัยจึงเลือกใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์ 2 ตัวแปร 7) ไค-สแควร์ (Chi-Square:  $\chi^2$ ) ด้วยโปรแกรมคำนวณทางสถิติ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตาราง โดยมีผลการศึกษารูปดังนี้

## 1. สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ผลการศึกษารื่อง ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถาม สามารถสรุปประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

### 1.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

#### 1.1.1 ด้านความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวอร์เวย์ จำนวน 2 คน และนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ชอบประชาธิปไตยของประเทศไทยเพราะมีการลงคะแนนเสียง นักท่องเที่ยวชาวอิตาลี ชอบระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทยเพราะสามารถที่จะเสนอความคิดเห็นทางการเมืองอย่างอิสระ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่ทราบในส่วนของการประชาธิปไตยของประเทศไทย

#### 1.1.2 ด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553

นักวิชาการ จำนวน 1 ท่าน กล่าวในเรื่องของการรับรู้ ต้องสร้างการรับรู้ที่ถูกต้องจากสื่อ ทั้งสื่อภายในประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจในทิศทางที่ถูกต้อง เป็นส่วนของการบริหารจัดการภายในของประเทศ เช่นเดียวกับ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ ประจำอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จ.นครราชสีมา กล่าวว่านักท่องเที่ยวเมื่อได้รับรู้ถึงเหตุการณ์ความไม่สงบทางด้านการท่องเที่ยว มีการเปลี่ยนทิศทางการท่องเที่ยวแม้กระทั่งแหล่งท่องเที่ยวที่จังหวัดนครราชสีมาเอง เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่มีกลุ่มคนมาชุมนุม ส่งผลกระทบให้นักท่องเที่ยวลดลงอย่างเห็นได้ชัด แต่เป็นเพียงระยะสั้น



### 1.1.3 ด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553

นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ จำนวน 1 ราย กล่าวว่า ไม่เชื่อมั่นในการจัดการของเมืองไทย รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวอิตาลี จำนวน 1 ราย ที่กล่าวว่าจากการอ่านหนังสือพิมพ์ และมีความเข้าใจว่ายังไม่สามารถจัดการปัญหาทางการเมืองได้ และยังคงกล่าวเพิ่มเติมว่า อะไรคือจุดมุ่งหมายของการเมือง ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยว อีกกลุ่มที่กล่าวว่าเชื่อมั่นในการจัดการความขัดแย้งของประเทศไทย

### 1.1.4 ด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553

นักท่องเที่ยวชาวนอร์เวย์ จำนวน 4 ราย, นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ จำนวน 1 ราย และนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส จำนวน 1 ราย กล่าวว่าเชื่อมั่นความปลอดภัยของประเทศไทยที่มีต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจำนวน 1 ราย มีความเห็นว่าความปลอดภัยของประเทศไทยยังไม่ปลอดภัยเพียงพอในช่วงของการเกิดสถานการณ์จึงทำให้ไม่มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ดังกล่าว

### 1.1.5 ด้านความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวนอร์เวย์ จำนวน 4 ราย มีความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ส่วนนักท่องเที่ยวชาวอิตาลี จำนวน 1 ราย กล่าวว่ามีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะมีความคิดว่าผลกระทบทางการเมืองไม่เป็นปัญหาสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทย เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 2 ราย มีความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่หากมีการชุมนุม รวมทั้งหากเกิดความรุนแรงก็ยังมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวบริเวณนั้น ๆ นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์จำนวน 1 ราย และนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสจำนวน 1 ราย ในช่วงที่เกิดเหตุการณ์ไม่มีความต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร แต่เมื่อเหตุการณ์สงบลงมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 1 ราย ไม่ตั้งใจการเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แต่เน้นการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอื่น ๆ แทนกรุงเทพมหานคร คุณสมชาย นักท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรี ที่กล่าวว่าต้องการเดินทางไปยังสถานที่รอบนอกมากกว่าบริเวณที่เกิดความรุนแรง นักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 1 ราย กล่าวว่าในช่วงของการเกิดความรุนแรงทางการเมืองส่งผลให้หวาดกลัวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งตนเองเลือกที่ท่องเที่ยวที่จังหวัดชลบุรี

เช่นเดียวกับ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1 ราย ที่มีความหวาดกลัวและไม่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ที่มีการชุมนุม

#### 1.1.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนและการจัดการในช่วงวิกฤต

นักท่องเที่ยวชาวออร์เวย์ 3 ราย กล่าวว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะได้รับข้อมูลที่เป็นจริงและมากกว่าที่เป็นอยู่ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 1 ราย ให้ใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่มากมาย โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีหาดทราย ปะการัง ภูเขา เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย

เจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน 3 ราย และภาควิชาการจำนวน 1 ราย กล่าวในทิศทางเดียวกันว่า อันดับแรกการที่จะวางแผนนั้นต้องมีการประเมินสถานการณ์และสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการให้เข้าใจไปในทิศทางเดียวกันถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อมทั้งการแก้ไข

เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 1 ราย ได้อธิบายเพิ่มเติม ในลักษณะของตัวอย่างของแผนที่มีการเตรียมจัดทำเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว อาทิเช่น 1) จัดทำ Road show ในเดือน พฤษภาคม และเน้นประชุมสัมมนาแบบร่วม (corporate) เพื่อกลุ่มเขตอุตสาหกรรม โรจนะ 2) เมื่อมีการประกาศให้เป็นสถานการณ์ฉุกเฉินและห้ามประชาชนออกจากเคหะสถานแล้วนั้น ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการจัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย เดิมทีจะจัดประมาณ 10 วัน ปรับเหลือเพียง 5 วัน อีกทั้งเดิมทีผู้ประกอบการต้องจ่ายค่าแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว 24,000 บาท จ่ายเพียง 6,000 บาท ในส่วนค่าที่เหลือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะมีการสำรองให้แก่ผู้ประกอบการ 3) ทำเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ และเชิญ Fam Trip ของบริษัทนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้ลงสื่อว่าปลอดภัยสามารถท่องเที่ยวได้ ซึ่งการจัดทำกิจกรรมดังกล่าวสามารถที่จะปรับประยุกต์ใช้กับกรุงเทพมหานครเพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้

#### 1.2 สรุปผลและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ข้อมูลทั่วไปและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสำเร็จการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ ภูมิลำเนาส่วนใหญ่ทวีปยุโรป ส่วนใหญ่นับถือศาสนาคริสต์ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครครั้งแรก โดยเฉลี่ยใช้เวลาในการท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร 6 วัน และท่องเที่ยวในประเทศไทย 37 วัน มีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครระหว่าง

501-1,000 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เพื่อเดินทางมาพักผ่อน ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยที่มีต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

1) ศึกษาด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อระบอบประชาธิปไตย โดยมีการใช้ข้อคำถามในแบบสอบถาม คือ หลักของประชาธิปไตยประกอบด้วยการตัดสินใจเป็นเรื่องของคนส่วนใหญ่, รัฐบาลต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชน, ต้องเคารพเสียงส่วนใหญ่, การเลือกตั้งเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้ในการเปลี่ยนแปลงอำนาจของรัฐบาลที่มีความสงบสุข, นักการเมืองจะต้องมีการเลือกตั้งโดยประชาชนในประเทศ และการเคารพเสียงส่วนใหญ่เป็นวิธีการแก้ไขความขัดแย้งได้ดีที่สุด ผลการทดสอบพบว่า มีระดับมาก

2) ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ทั้งมาตรการของที่พัก การรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ประชาชนคนไทย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร หลังจากเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 ผลการทดสอบพบว่า การรับรู้มีระดับปานกลาง

3) ศึกษาความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ประกอบไปด้วย ความสามารถที่จะจัดการกับสถานการณ์ความไม่สงบซึ่งมาจากความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศไทย, นายกรัฐมนตรีของไทยก็สามารถที่จะจัดการกับสถานการณ์ความไม่สงบ เนื่องจากความขัดแย้งทางการเมืองได้, ระบบยุติธรรมไทยก็สามารถที่จะรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากการที่ความขัดแย้งทางการเมือง ผลการทดสอบพบว่า ความเชื่อมั่นมีระดับปานกลาง

4) ศึกษาความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ประกอบไปด้วยคนไทยได้มีการพัฒนาความสามัคคีทางการเมืองของตน, รัฐบาลไทยสามารถที่จะป้องกันนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี, สำนักงานท้องถิ่นสามารถดูแลนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเชื่อมั่นว่าตำรวจท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องสามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ ผลการทดสอบพบว่า ความเชื่อมั่นมีระดับปานกลาง

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายใน กรุงเทพมหานคร ภายหลังจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย**

**สมมติฐานที่ 1 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวที่ กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดย  $\chi^2 = 0.750$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.386 > 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับแนวคิดของ ฉันทิช วรรณถนอม (2547) ที่กล่าวว่า การวางแผนจัดการนำเที่ยวที่ขึ้นกับประมาณ ในการจัดนำเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังนั้นระยะเวลาท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับความชื่นชอบประชาธิปไตย จากแนวคิดของ Todd & Rice (2002) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent tour) เป็นการนำเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่รักความเป็นอิสระ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการใช้เวลาของนักท่องเที่ยวและมีอิสระเต็มที่ในการเลือกทำกิจกรรมที่ตนเองชอบในระหว่างการท่องเที่ยว โดยไม่จำเป็นต้องทำตามตารางเวลาที่กำหนด ความชื่นชอบต่อประชาธิปไตย ถือได้ว่าเป็นทัศนคติอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยว ดังที่ Boone & Kurtz (2005) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับว่าเขามีทัศนคติอย่างไรกับสิ่งนั้น สุวีริณันตย์ ไสภณศิริ (2554) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตามการวิจัยของ Pizam & Sussmann (1995) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศที่มีระยะทางไม่ไกลจากประเทศบ้านเกิดมากนัก เนื่องจากพวกเขาชอบการเดินทางระยะสั้น ๆ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน นิยมการเดินทางระยะยาว และ Hough & Hassanien (2010) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบระยะยาว

**สมมติฐานที่ 2 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่ กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 11.569$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.001 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อ

ระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร สุชาติ กิตติชรกุล (2550) กล่าวว่า หมายถึง ทักษะที่มีคุณสมบัติแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคล ประเมินผลเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความต่อไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย และทักษะเป็นสิ่งที่ยืดหยุ่นยากแต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ฉะนั้น ทักษะด้านความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่อระบอบประชาธิปไตย เป็นแรงจูงใจส่งผลถึงพฤติกรรม ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตั้งใจวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ซึ่ง Berkman et al. (1996) กล่าวว่า การซื้อที่มีการวางแผน (Planned purchase) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ 1. การซื้อที่มีการวางแผนแบบเฉพาะเจาะจง (Specifically planned purchase) 2. การซื้อที่มีการวางแผนอย่างคร่าว ๆ (Generally planned purchase) 3. การซื้อแบบหักมุม (Substitute purchase) ซึ่งการวางแผนแบบที่ 3 ได้มีการวางแผนเป็นอย่างดีแต่เมื่อการซื้อไม่ตรงตามแผนที่ตั้งไว้ เช่น ปัญหาทางการเมืองของประเทศที่ตั้งใจจะไป อาจถูกยกเลิกในทันที

**สมมติฐานที่ 3 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 6.712$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp$  Sig (2 tail) = 0.010 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับแนวคิดของ ฉันทิช วรรณดอม (2547) กล่าวว่า การวางแผนจัดการนำเที่ยวในงบประมาณในการจัดนำเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ความชื่นชอบต่อประชาธิปไตย ถือได้ว่าเป็นทักษะอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยวจะพิจารณาเพื่อใช้ในการวางแผนด้านงบประมาณ Boone & Kurtz (2005) กล่าวว่า ทักษะเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับว่าเขามีทักษะอย่างไรกับสิ่งนั้น Reisner & Turner (1999) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จะมีการคำนวณค่าใช้จ่ายโดยละเอียดเพื่อป้องกันปัญหาค่าใช้จ่ายบานปลาย อีกทั้งทุกคนในครอบครัวจะมีส่วนร่วมในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกเลือกจะต้องเป็นสถานที่ที่ทุกคนไม่ใคร่แต่สมาชิกคนใดคนหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวของคนในครอบครัว Bureau of Tourism Research (1993) นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมักจะใช้งบประมาณจำนวนมากในการซื้อสินค้าที่ระลึก FitzGerald (2002) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจะตัดสินใจซื้อโดยเน้นคุณภาพมากกว่าราคา เพื่อให้มั่นใจว่าได้สินค้าที่

มีคุณภาพจริง ๆ กิตติพันธ์ (2551) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศสูงมาก คิดอันดับ 24 ของโลก Berkman et al. (1996) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีงบประมาณที่มีจำกัดจำเป็นต้องประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจท่องเที่ยว Hoyer & Machnnis (1997) ระบุว่า การเดินทางท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายเพื่อให้เที่ยวได้ยาวนานที่สุด อีกทั้งนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นชนชั้นกลางเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ใกล้ ๆ บ้านเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดทางการเงิน

**สมมติฐานที่ 4 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 13.125$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.000 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ ทฤษฎีของการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวของ Cohen & Erik (1974) ให้ทัศนะในการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวจะต้องเป็นบุคคลที่มีการเดินทางในลักษณะเฉพาะต่าง ๆ เช่น การเกิดซ้ำ และความชื่นชอบต่อประชาธิปไตย ถือได้ว่าเป็นทัศนคติอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยวจะพิจารณาเพื่อใช้ในการวางแผนด้านกลับมาเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร Boone & Kurtz (2005) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับว่าเขามีทัศนคติอย่างไรกับสิ่งนั้น สุวีริศสฤษฎ์ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่าปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง คือ การสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ด้วยการบริการที่มีคุณภาพ Reichheld & Sasser (1990) กล่าวว่า การดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการครั้งแรกให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปเป็นสิ่งที่ลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด

**สมมติฐานที่ 5 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดย  $\chi^2 = 5.549$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.018 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งการประชาสัมพันธ์หรือบอก

ต่อจากลักษณะการอธิบายของ Berkman et al. (1996); Kim & Chen (2010) กล่าวว่าเมื่อนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในการบริการจะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การบอกต่อในเชิงลบ การปล่อยข่าวลือ และในทางตรงกันข้ามเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจหรือชื่นชอบต่อสิ่งใดที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวแล้วจะก่อให้เกิดการบอกต่อให้นักท่องเที่ยวที่ตนรู้จักได้มาเที่ยวยังสถานที่ที่ตนเองพึงพอใจ จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าความชื่นชอบในระบบประชาธิปไตยนั้นส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีการบอกต่อให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลให้เกิดการบอกต่อตามแนวคิดของ Boone & Kurtz (2005) ที่เสนอเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับว่าเขามีทัศนคติอย่างไรกับสิ่งนั้น

**สมมติฐานที่ 6 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 15.625$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.000 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2006) และจิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจในสินค้าท่องเที่ยวหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับว่าความคาดหวังที่มีต่อสินค้าท่องเที่ยวนั้นว่าจะได้รับการตอบสนองหรือไม่ โดยนักท่องเที่ยวจะรู้สึกพึงพอใจก็ต่อเมื่อการบริการที่ได้รับมากกว่าหรือเท่ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ โดยส่วนใหญ่ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ประสบการณ์ในอดีต ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการ ข้อมูลจากเพื่อนฝูงและญาติมิตร และข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ จากผลสรุปที่ว่าความชื่นชอบประชาธิปไตยของนักท่องเที่ยวส่งผลถึงความพึงพอใจในปัจจัยด้านต่าง ๆ ของประเทศไทย เพราะเป็นไปตามความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวได้ตั้งไว้ ในด้านการท่องเที่ยวคุณภาพส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับบริการซึ่งหามาตรฐานได้ยาก หากเกิดความไม่พึงพอใจหลังจากได้รับบริการ ธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาสาเหตุของความไม่พึงพอใจนั้นและพยายามแก้ไขให้ดีขึ้นอย่าปล่อยให้ความพึงพอใจผ่านไป เพราะความไม่พึงพอใจจะถูกถ่ายทอดไปสู่นักท่องเที่ยวท่านอื่น ๆ ในลักษณะปากต่อปาก หรืออาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวคนเดิมซึ่งอาจเป็นผลเสียต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจในอนาคต และ Williams (2002) ยังกล่าวไว้ว่าลักษณะพิเศษของสินค้าท่องเที่ยว ด้านการมีความหลากหลาย (Heterogeneity) แม้ว่าจะครั้งหนึ่งนักท่องเที่ยวจะเคย

ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการจากธุรกิจท่องเที่ยวใด ๆ แล้วก็ไม่ได้หมายความว่านักท่องเที่ยวจะได้รับความพึงพอใจกับการบริการครั้งต่อไป

สมมติฐานที่ 7 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดย  $\chi^2 = 8.002$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp\ Sig (2\ tail) = 0.005 < 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับแนวคิดของ สุวีริณ์สฤษฎ์ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่า การหาข้อมูลด้วยความตั้งใจ เป็นการหาข้อมูลอย่างมีจุดหมายนักท่องเที่ยวที่หาข้อมูลอย่างตั้งอกตั้งใจมักจะเป็นผู้ที่รู้แล้วว่าตนเองมีความต้องการอะไร นักท่องเที่ยวจะมีความตั้งอกตั้งใจในการหาข้อมูลมากกว่านักท่องเที่ยวที่ยังไม่ทราบแน่ชัดว่าตนเองต้องการอะไร โดยความคิดของนักท่องเที่ยวจะจดจ่ออยู่กับการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่พวกเขาต้องการ การที่เรามีใจจดจ่ออยู่กับสิ่งใดก็จะสามารถหาสิ่งนั้นเจอแม้ว่าแหล่งข้อมูลไม่ชัดเจนเท่าไรก็ตาม การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความพยายามหาข้อมูลของนักท่องเที่ยว ยิ่งนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการตัดสินใจไปท่องเที่ยวของคนเสี่ยงมากขึ้นนักท่องเที่ยวจะมีความพยายามในการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจมากขึ้นเช่นกัน นั่นแสดงให้เห็นว่านอกจากนักท่องเที่ยวจะมีความชื่นชอบระบอบประชาธิปไตยของไทยแล้วยังมีการศึกษาข้อมูลด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการท่องเที่ยวอีกด้วย โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวทุ่มเทแรงกายแรงใจในการหาข้อมูล เนื่องจากนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าการหาข้อมูลจะช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น ทำให้มั่นใจในการตัดสินใจมากขึ้น เพราะข้อมูลที่หามาได้จะช่วยลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ โดยการประมวลข้อมูลจะช่วยบ่งชี้ตัวเลือกที่น่าสนใจและตัดตัวเลือกที่ไม่ดีออกไป นอกจากนี้ข้อมูลยังจะถูกใช้เป็นกลไกการปกป้องตัวเองของนักท่องเที่ยวหลังจากที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เช่นเดียวกับแนวคิดของจิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) กล่าวว่า การค้นหาข้อมูลจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดความต้องการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของบริการทางการท่องเที่ยวจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งข้อมูลภายในและภายนอก Decrop (2006) กล่าวว่า การหาข้อมูลเป็นหนึ่งในขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ตัวอย่างของการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ Nishimura, Waryszak & King (2007) พบว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเชื่อถือข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวและจาก



คำบอกเล่าต่อของญาติมิตร มากกว่าข้อมูลจากโบว์ชัวร์ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร หรือแม้กระทั่ง อินเทอร์เน็ต

สมมติฐานที่ 8 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้ง ทางด้านการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวที่วัดด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 0.722$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp\ Sig (2\ tail) = 0.395 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวที่วัดด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร โดยสรุปหมายถึงการรับรู้ไม่ส่งผลให้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปจากความตั้งใจเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุวีริณัสชัย โสภณศิริ (2554) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศมี พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว อีกทั้ง นักท่องเที่ยวต่างชาติบางกลุ่มยังมีความกล้าที่จะเสี่ยงเดินทางแม้รับรู้เหตุการณ์ภัยภาคหน้า เช่น Pizam & Sussmann (1995) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเป็นคนกล้าเสี่ยง ชอบกิจกรรมที่มีความท้าทาย นิยมเดินทางคนเดียว ซึ่งการที่ปัจจัยทางการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ไม่ได้ส่งผลนั้น อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ก็เป็นไปได้ อาทิเช่นความพึงพอใจในสินค้าทางการท่องเที่ยว ดังที่ Kotler (2006) กล่าวไว้ว่านักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจในสินค้าท่องเที่ยวหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับว่าความคาดหวังที่มีต่อสินค้าท่องเที่ยวนั้นว่าจะได้รับการตอบสนองหรือไม่ โดยนักท่องเที่ยวจะรู้สึกพึงพอใจก็ต่อเมื่อการบริการที่ได้รับมากกว่าหรือเท่ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ โดยส่วนใหญ่ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หรือมีการวิเคราะห์ข่าวสารการรับรู้ ที่ได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ตามแนวคิดของ จิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยวมักกังวลกับความเสี่ยงที่รับรู้ได้ในขั้นก่อนการซื้อ จึงพยายามหาวิธีต่าง ๆ เพื่อลดความกังวลเหล่านั้น ซึ่งได้แก่ (1) การค้นหาข้อมูลจากบุคคลที่เชื่อถือได้ เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน (2) การค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อเปรียบเทียบข้อเสนองานของบริการ ตลอดจนค้นหาทิวทัศน์และการประเมินของบุคคลอื่น ๆ (3) การเลือกบริษัทท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ (4) การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากตัวแทนการท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการสามารถลดการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวได้ โดยใช้กลยุทธ์ (1) การโฆษณา (Advertising) (2) การแสดงหนังสือรับรอง (Displaying credentials) (3) การสร้างหลักฐาน (Evidence management) ๆ Reisner and Mavondo (2005) กล่าวว่า การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ค่อนข้างพิถีพิถันและใช้เวลายาวนานกว่า

การตัดสินใจ บางครั้งนักท่องเที่ยวอาจต้องพบกับความเสี่ยงด้านการเมือง เช่น ตกอยู่ท่ามกลางเหตุการณ์ที่รุนแรงที่เกิดขึ้นจากความขัดแย้งทางการเมือง, ความเสี่ยงด้านการก่อการร้าย เป็นต้น Todd & Rice (2002) กล่าวว่านักท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent tour) เป็นการนำเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่รักความเป็นอิสระ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการใช้เวลาของนักท่องเที่ยวและมีอิสระเต็มที่ในการเลือกทำกิจกรรมที่ตนเองชอบในระหว่างการท่องเที่ยว โดยไม่จำเป็นต้องทำตามตารางเวลาที่กำหนด

**สมมติฐานที่ 9 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 0.492$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.483 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ขัดแย้งกับผลการวิจัยของ Wall (1996) ซึ่งได้ทำงานวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวและการก่อการร้าย: การวิเคราะห์เชิงปริมาณของการก่อการร้ายที่สำคัญและผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะเลื่อนการท่องเที่ยวในสถานที่ที่เกิดสถานการณ์ไม่สงบ แต่จะถูกเปลี่ยนเส้นทางไปยังสถานที่ที่ปรากฏจะมีความปลอดภัย รวมทั้งงานวิจัยของ Laws, Eric and Prideaux, Bruce (2008) ได้ทำวิจัยเรื่อง วิกฤตการณ์ท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดการกู้คืน ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ถึงความไม่ปลอดภัยและจะส่งผลต่อแนวโน้มการเลือกเส้นทางในการท่องเที่ยว และเสรี วงษ์มณฑา (2542) ยังกล่าวว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวรับรู้ว่าจะจะไม่ปลอดภัย กระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ สรูปการรับรู้ ทัศนคติความหมายการรับรู้ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัสเพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน แต่ทั้งนี้การวางแผนก่อนที่จะตัดสินใจท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะลดความเสี่ยงด้วยวิธีการจากแนวคิดของ จิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวมักกังวลกับความเสี่ยงที่รับรู้ได้ในขั้นก่อนการซื้อ จึงพยายามหาวิธีต่าง ๆ เพื่อลดความกังวลเหล่านั้น ซึ่งได้แก่ (1) การค้นหาข้อมูลจากบุคคลที่เชื่อถือได้ เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน (2) การค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อเปรียบเทียบข้อเสนอของบริการ ตลอดจนค้นหาบทวิจารณ์และการประเมินของบุคคลอื่น ๆ (3) การเลือกบริษัทท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ (4) การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากตัวแทนการท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการสามารถลดการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวได้

โดยใช้กลยุทธ์ (1) การโฆษณา (Advertising) (2) การแสดงหนังสือรับรอง (Displaying credentials) (3) การสร้างหลักฐาน (Evidence management) จากผลการวิจัยเบื้องต้นยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่กล้าเสี่ยง เช่น Pizam & Sussmann (1995) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเป็นคนที่กล้าเสี่ยง ชอบกิจกรรมที่มีความท้าทาย นิยมเดินทางคนเดียว พรพิมล (2551) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันตกออกกลางส่วนใหญ่จะชอบทำอะไรตามใจตนเองเป็นหลัก จะไม่ชอบทำตามโปรแกรมทัวร์หรือตามแผนที่วางไว้

**สมมติฐานที่ 10 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 0.319$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.572 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร การรับรู้ของนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลถึงงบประมาณ ซึ่งสาเหตุอาจจะมาจากการตั้งใจท่องเที่ยวอาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่ไม่ใช่งบประมาณ เช่น FitzGerald (2002) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจะตัดสินใจซื้อโดยเน้นคุณภาพมากกว่าราคา เพื่อให้มั่นใจว่าได้สินค้าที่มีคุณภาพจริง ๆ Reisner & Turner (1999) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จะมีการคำนวณค่าใช้จ่ายโดยละเอียดเพื่อป้องกันปัญหาค่าใช้จ่ายบานปลาย อีกทั้งทุกคนในครอบครัวจะมีส่วนร่วมในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกเลือกจะต้องเป็นสถานที่ที่ทุกคนไม่ใช่ว่าแค่สมาชิกคนใดคนหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวของคนในครอบครัว Berkman et al (1996) กล่าวว่า กลุ่มอ้างอิงนับเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญมากกว่าแหล่งข้อมูลภายนอกอื่น ๆ

**สมมติฐานที่ 11 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 0.100$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.752 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ

ผลการศึกษาของ Shu-Pin Chiu & Shih-Yen Lin (2011) เรื่องการศึกษาความเสี่ยงในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศอินเดีย ผลการวิจัยพบว่า ความเสี่ยงจากอาชญากรรมที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยในประเทศอินเดียไม่ส่งผลให้กลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศอินเดียซ้ำ ทั้งนี้ อาจจะมีปัจจัยอื่นนอกเหนือจากการรับรู้ที่ส่งผลถึงความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ เช่น สุวีร์ณัศฉาย โสภณศิริ (2554) กล่าวว่าปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง คือ การสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ด้วยบริการที่มีคุณภาพ เช่นเดียวกับ Berkman et al. (1996) ; Kim & Chen (2010) กล่าวว่าเมื่อนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในการบริการจะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ไม่กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง Reichheld & Sasser (1990) กล่าวว่า การดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการครั้งแรกให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปเป็นสิ่งทีลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด

**สมมติฐานที่ 12 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 0.069$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps Sig (2 tail) = 0.793 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับกับผลการวิจัยของ Chiu & Yen Lin (2011) เรื่องการศึกษาความเสี่ยงในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศอินเดีย ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงจากอาชญากรรมที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยในประเทศอินเดียไม่ส่งผลต่อการบอกต่อหรือแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวที่ประเทศอินเดีย ทั้งนี้ อาจจะมีปัจจัยอื่นนอกเหนือจากการรับรู้ที่ส่งผลถึงความตั้งใจบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร เช่น Berkman et al. (1996) ; Kim & Chen (2010) เมื่อนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในการบริการจะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การบอกต่อในเชิงลบ การปล่อยข่าวลือ นักท่องเที่ยวอาจจะมีกระบวนการรับรู้ที่ดีและถูกต้องตามแนวคิดของจิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักกังวลกับความเสี่งที่รับรู้ได้ในขั้นก่อนการซื้อ จึงพยายามหาวิธีต่าง ๆ เพื่อลดความกังวลเหล่านั้น ซึ่งได้แก่ (1) การค้นหาข้อมูลจากบุคคลที่เชื่อถือได้ เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน (2) การค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อเปรียบเทียบข้อเสนอของบริการ ตลอดจนค้นหาบทวิจารณ์และการประเมินของบุคคลอื่น ๆ (3) การเลือกบริษัทท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ (4) การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

จากตัวแทนการท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการสามารถลดการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวได้ โดยใช้กลยุทธ์ (1) การโฆษณา (Advertising) (2) การแสดงหนังสือรับรอง (Displaying credentials) (3) การสร้างหลักฐาน (Evidence management)

สมมติฐานที่ 13 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจุบันต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 0.303$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp Sig (2 tail) = 0.582 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจุบันต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Fuchs & Reichel (2011) ซึ่งศึกษาเรื่อง การสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม เพื่อเข้าสู่การรับรู้การสำรวจความเสี่ยงปลายทางและลดความเสี่ยง จากกลยุทธ์การครั้งแรกเมื่อเทียบกับผู้เข้าชมเข้าไปยังปลายทางที่ผันผวนสูง ปรากฏผลการวิจัย คือ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ท่องเที่ยวมักจะเป็นกระบวนการตัดสินใจที่ส่งผลให้เกิดการซื้อกิจการและการบริโภคของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ แม้จะมีความกังวลต่างๆและข้อจำกัด ที่มีปัจจัยเสี่ยงจำนวนมาก สรุปได้ว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อบริการเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาความเสี่ยงอื่น ๆ อีกมากมายมากกว่าการซื้อสินค้า ปัจจัยต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อม ภาษาและวัฒนธรรมถิ่นที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจชดเชยกับความเสี่ยงที่รับรู้ ความตั้งใจด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอาจเกิดจากความพึงพอใจด้านการบริการ ตามแนวคิดของ จิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) กล่าวว่านักท่องเที่ยวจะประเมินคุณภาพของบริการ โดยเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับหรือประสบการณ์การบริการที่ได้รับจากการท่องเที่ยวจริง ถ้าประสบการณ์การบริการที่ได้รับต่ำกว่าที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจะไม่พึงพอใจ และถ้าประสบการณ์การบริการที่ได้รับสูงกว่าที่คาดหวังไว้ นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจมากหรือชื่นชมยินดี และแนวคิดของ จิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) กล่าวว่า การรับรู้ได้จากการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว มีปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ (Functional risk) ความไม่พอใจในประสิทธิภาพของการให้บริการ และปัจจัยการรับรู้ด้านความรู้สึก (Sensory risk) ผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์จากการใช้บริการ เป็นหนึ่งในความเสี่ยงในการท่องเที่ยว คุณภาพส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับบริการซึ่งหามาตราฐานได้ยาก หากเกิดความไม่พึงพอใจหลังจากได้รับบริการ ธุรกิจก็จำเป็นต้องศึกษาหาสาเหตุของความไม่พึงพอใจนั้นและยากที่จะแก้ไขให้ดีขึ้น อย่างปล่อยให้ความพึงพอใจผ่านไป เพราะความไม่พึงพอใจจะถูกถ่ายทอดไปสู่

นักท่องเที่ยวท่านอื่น ๆ ในลักษณะปากต่อปาก หรืออาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวคนเดิมซึ่งอาจเป็นผลเสียต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจปลายทาง Kotler (2006) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจในสินค้าท่องเที่ยวหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับว่าความคาดหวังที่มีต่อสินค้าท่องเที่ยวนั้นว่าจะได้รับการตอบสนองหรือไม่ โดยนักท่องเที่ยวจะรู้สึกพึงพอใจก็ต่อเมื่อการบริการที่ได้รับมากกว่าหรือเท่ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ โดยส่วนใหญ่ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ประสบการณ์ในอดีต ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการ ข้อมูลจากเพื่อนฝูงและญาติมิตร และข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ Williams (2002) กล่าวว่าลักษณะพิเศษของสินค้าท่องเที่ยว ด้านการมีความหลากหลาย (Heterogeneity) แม้ว่าครั้งหนึ่งนักท่องเที่ยวจะเคยได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการจากธุรกิจท่องเที่ยวใด ๆ แล้วก็ไม่ได้หมายความว่านักท่องเที่ยวจะได้รับความพึงพอใจกับการบริการครั้งต่อไป

**สมมติฐานที่ 14 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางด้านการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 9.097$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp$  Sig (2 tail) = 0.003 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางด้านการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ Reichel, Fuchs & Uriely (2009) เรื่องการเปรียบเทียบระหว่าง แบริคแพ็คที่เดินทางไปภาคกลางและอเมริกาใต้กับบรรดาผู้ที่เดินทางไปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในแง่ของทัศนคติและกิจกรรมตัวอย่างของอิสราเอล พบว่า กลยุทธ์การลดความเสี่ยงของแบริคแพ็คอเมริกาใต้ส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูลในร้านค้าและสถานที่รวมตัวของแบริคแพ็ค, จากคู่มือการเดินทางอินเทอร์เน็ตและบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว แนวคิดของจิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) กล่าวว่า การค้นหาข้อมูล จะเกิดขึ้นเมื่อเกิดความต้องการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของบริการทางการท่องเที่ยวจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งข้อมูลภายในและภายนอก ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวเชื่อถือสูงสุดคือจากการบอกเล่าจากญาติพี่น้อง คังงานวิจัยของ Nishimura, Waryszak & King (2007) พบว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเชื่อถือข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวและจากคำบอกเล่าต่อของญาติมิตร มากกว่าข้อมูลจากโบว์ชัวร์ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร หรือแม้กระทั่งอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับ Berkman et al. (1996) ที่กล่าวว่า กลุ่มอ้างอิงนับเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็น

แหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญมากกว่าแหล่งข้อมูลภายนอกอื่น ๆ Decrop (2006) กล่าวว่า การหาข้อมูลเป็น 1 ใน 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ Reisner and Mavondo (2005) กล่าวว่า การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ยากยิ่งกว่าการตัดสินใจซื้อ และใช้เวลายาวนานกว่าการตัดสินใจ บางครั้งนักท่องเที่ยวอาจต้องพบกับความเสี่ยงด้านการเมือง เช่น ตกอยู่ท่ามกลางเหตุการณ์ที่รุนแรงที่เกิดขึ้นจากความขัดแย้งทางการเมือง , ความเสี่ยงด้านการก่อการร้าย เป็นต้น สุวีริฉัตย์ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่าโดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวทุ่มเทแรงกายแรงใจในการหาข้อมูล เนื่องจากนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าการหาข้อมูลจะช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น ทำให้มั่นใจในการตัดสินใจมากขึ้น เพราะข้อมูลที่หามาได้จะช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ โดยการประมวลข้อมูลจะช่วยบ่งชี้ตัวเลือกที่น่าสนใจและตัดตัวเลือกที่ไม่ดีออกไป นอกจากนี้ข้อมูลยังจะถูกใช้เป็นการปกป้องตัวเองของนักท่องเที่ยวหลังจากที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว สุวีริฉัตย์ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่า การหาข้อมูลด้วยความตั้งใจ เป็นการหาข้อมูลอย่างมีจุดหมายนักท่องเที่ยวที่หาข้อมูลอย่างตั้งใจมักจะเป็นผู้ที่รู้แล้วว่าตนเองมีความต้องการอะไร นักท่องเที่ยวจะมีความตั้งใจในการหาข้อมูลมากกว่านักท่องเที่ยวที่ยังไม่ทราบแน่ชัดว่าตนเองต้องการอะไร โดยความคิดของนักท่องเที่ยวจะจดจ่ออยู่กับการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่พวกเขาต้องการ การที่เรามีใจจดจ่ออยู่กับสิ่งใดก็จะสามารถหาสิ่งนั้นเจอแม้ว่าแหล่งข้อมูลไม่ชัดเจนเท่าไรก็ตาม การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความพยายามหาข้อมูลของนักท่องเที่ยว ยิ่งนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการตัดสินใจไปท่องเที่ยวของตนเสี่ยงมากขึ้นนักท่องเที่ยวจะมีความพยายามในการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจมากขึ้นเช่นกัน

**สมมติฐานที่ 15 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 0.848$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp\ Sig (2\ tail) = 0.357 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดของ ฉันทิช วรรณถนอม (2547) ที่ว่าการวางแผนสำหรับคนทั่วไปจะมีการประเมินความสามารถหรือศักยภาพส่วนตัวด้านระยะเวลา ฉันทิช วรรณถนอม (2552) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบภายนอก มีผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดด้านเวลาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญและเป็นสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว

เช่นเดียวกับ Todd & Rice (2002) กล่าวว่าการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent tour) เป็นการนำเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่รักความเป็นอิสระ โดยไม่จำเป็นต้องทำตามตารางเวลาที่กำหนด ฉันทิช วรรณดอม (2552) สถานการณ์การเมืองในประเทศและระหว่างประเทศไม่นิ่ง มีความวุ่นวาย, เสถียรภาพทางการเมือง และเสถียรภาพความต่อเนื่องในการบริหารของรัฐบาล, นโยบายของรัฐบาล อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว การที่ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านระยะเวลาอาจทำให้ระยะเวลามีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปอาจจะเป็นเพราะฉันทิช วรรณดอม (2552) กล่าวว่ารัฐบาลตลอดจนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีมาตรการสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทำให้เขาารู้สึกว่าเขาจะได้รับความสะดวกสบายปลอดภัยไร้กังวล ระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งพื้นที่ของคุณ

**สมมติฐานที่ 16 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 2.522$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.112 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

ขัดแย้งกับ ฉันทิช วรรณดอม (2552) กล่าวว่าสถานการณ์การเมืองในประเทศและระหว่างประเทศ ไม่นิ่ง มีความวุ่นวาย, เสถียรภาพทางการเมือง และเสถียรภาพความต่อเนื่องในการบริหารของรัฐบาล, นโยบายของรัฐบาล อาจส่งผลต่อการตัดสินใจหรือวางแผนเดินทางท่องเที่ยว เหตุสนับสนุนอาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษ ดังที่ Williams (2002) ได้กล่าวว่าลักษณะพิเศษของสินค้าท่องเที่ยว ด้านการมีความหลากหลาย (Heterogeneity) แม้ว่าครั้งหนึ่งนักท่องเที่ยวจะเคยได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการจากธุรกิจท่องเที่ยวใด ๆ แล้วก็ได้ไม่ได้หมายความว่านักท่องเที่ยวจะได้รับความพึงพอใจกับการบริการครั้งต่อไป เช่น พรพิมล (2551) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันตกออกกลางส่วนใหญ่จะชอบทำอะไรตามใจตนเองเป็นหลัก จะไม่ชอบทำตามโปรแกรมทัวร์ที่วางไว้ ดังนั้นประเทศไทยจึงควรบริหารจัดการดังแนวคิดของ ฉันทิช วรรณดอม (2552) กล่าวว่ารัฐบาลตลอดจนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีมาตรการสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้น



ขึ้นกับนักท่องเที่ยวทำให้เขารู้สึกว่าเขาจะได้รับความสะดวกสบายปลอดภัยไร้กังวล ระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งพื้นที่ของตน ปัจจัยทางการเมือง ประเทศใดที่มีสภาพการณ์ทางการเมืองมั่นคง ย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้ และในขณะเดียวกัน นโยบายของรัฐอาจปิดกั้นหรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้ เช่นเดียวกัน Berkman et al. (1996) กล่าวว่า การซื้อที่มีการวางแผน (Planned purchase) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ 1. การซื้อที่มีการวางแผนแบบเฉพาะเจาะจง (Specifically planned purchase) 2. การซื้อที่มีการวางแผนอย่างคร่าว ๆ (Generally planned purchase) 3. การซื้อแบบห้กมูม (Substitute purchase) ซึ่งการวางแผนแบบที่ 3 ได้มีการวางแผนเป็นอย่างดีแต่เมื่อการซื้อไม่ตรงตามแผนที่ตั้งไว้ เช่นปัญหาทางการเมืองของประเทศที่ตั้งใจว่าจะไป อาจถูกยกเลิกในตอนท้าย

**สมมติฐานที่ 17 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 1.974$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp Sig (2 tail) = 0.160 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร แม้ว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านความสามารถในการจัดการความขัดแย้งจะไม่ส่งผลถึงความตั้งใจด้านงบประมาณ อาจจะมีด้านอื่นที่สัมพันธ์กัน อาทิเช่น FitzGerald (2002) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจะตัดสินใจซื้อโดยเน้นคุณภาพมากกว่าราคา เพื่อให้มั่นใจว่าได้สินค้าที่มีคุณภาพจริง หรือ Hoyer & Machnnis (1997) ระบุว่า การเดินทางท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายเพื่อให้เที่ยวได้นานที่สุด อีกทั้งนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นชนชั้นล่างเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ใกล้ ๆ บ้านเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดทางการเงิน

**สมมติฐานที่ 18 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 21.452$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp Sig (2 tail) = 0.000 < 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553

ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตต์ังวัฒนา (2543) กล่าวว่าทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้แล้ว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ก็จะมีทัศนคติที่ดี อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวแต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี ทำให้เขาไม่มาท่องเที่ยวซ้ำอีก และอาจนำไปออกให้บุคคลอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย จึงเป็นหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด แนวคิดของสุวีร์ณัฐ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่าปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง คือ การสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ด้วยการบริการที่มีคุณภาพ นั้นแสดงให้เห็นที่ว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจหรือความเชื่อมั่นในความสามารถในการจัดการความขัดแย้งของประเทศไทย และในทางตรงกันข้ามจากแนวคิดของ Berkman et al. (1996) Kim & Chen (2010) กล่าวว่าเมื่อนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในการบริการจะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ไม่กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ฉันทขวรรณดอม (2552) กล่าวว่ารัฐบาลตลอดจนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีมาตรการสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทำให้เขารู้สึกว่าเขาจะได้รับความสะดวกสบายปลอดภัยไร้กังวลระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งพื้นที่ของตน และปัจจัยทางการเมือง ประเทศใดที่มีสภาพการณ์ทางการเมืองมั่นคง ข้อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้ และในขณะที่เดียวกันนโยบายของรัฐอาจปิดกั้นหรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้ เช่นเดียวกัน หากสถานการณ์การเมืองในประเทศและระหว่างประเทศไม่นิ่ง มีความวุ่นวาย เสถียรภาพทางการเมือง และเสถียรภาพความต่อเนื่องในการบริหารของรัฐบาล นโยบายของรัฐบาลอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว Ertuna & Ertuna (2009) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวเยอรมันพยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงเป็นอย่างมาก ก่อนข้างอ่อนไหวเกี่ยวกับเหตุการณ์สะเทือนขวัญที่เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งสถานการณ์รุนแรงทางการเมืองหรือภัยพิบัติ ส่งผลให้ตัดสินใจเดินทางกลับมาเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่เคยเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว หากในความเป็นไปได้แล้วธุรกิจทางการท่องเที่ยวมีความต้องการให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ดังแนวคิดของ Reichheld & Sasser (1990) ได้กล่าวว่าภารกิจให้นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการครั้งแรกให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปเป็นสิ่งที่ลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด

**สมมติฐานที่ 19 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 3.051$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp\ Sig (2\ tail) = 0.081 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร อาจเป็นเพราะความสามารถในการจัดการความขัดแย้งเป็นประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยกว่าประเด็นอื่น อาทิเช่น นักท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์หรือบอกต่อแก่ผู้อื่น ด้านความพึงพอใจในบริการ ตามที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) กล่าวว่าทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวเป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้แล้ว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ก็จะมีทัศนคติที่ดีจะบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี นำไปบอกให้บุคคลอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยจึงเป็นหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดส่วน ฉันทข วรรณณอม (2552) สถานการณ์การเมืองในประเทศและระหว่างประเทศ ไม่นิ่ง มีความวุ่นวาย, เสถียรภาพทางการเมือง และเสถียรภาพความต่อเนื่องในการบริหารของรัฐบาล, นโยบายของรัฐบาล อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจากแนวคิดนั้นเป็นเรื่องที่ใช่เป็นข้อมูลก่อนตัดสินใจแต่สมมติฐานนี้เป็นเรื่องของพฤติกรรมที่เกิดหลังจากตัดสินใจมาท่องเที่ยวแล้ว Williams (2002) กล่าวว่าลักษณะพิเศษของสินค้าท่องเที่ยว ด้านการมีความหลากหลาย (Heterogeneity) แม้ว่าครั้งหนึ่งนักท่องเที่ยวจะเคยได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการจากธุรกิจท่องเที่ยวใด ๆ แล้วก็ไม่ได้อาสาว่านักท่องเที่ยวจะได้รับความพึงพอใจกับการบริการครั้งต่อไป

**สมมติฐานที่ 20 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 12.412$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp\ Sig (2\ tail) = 0.000 < 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553

ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร เมื่อนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นต่อการจัดการความขัดแย้งมากเท่าใดก็ส่งผลถึงความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากเท่านั้น จากแนวคิดของ จิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) กล่าวว่าในด้านการท่องเที่ยวคุณภาพส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับบริการซึ่งหามาตรฐานได้ยาก หากเกิดความไม่พึงพอใจหลังจากได้รับบริการ ธุรกิจก็จำเป็นต้องศึกษาหาสาเหตุของความไม่พึงพอใจนั้นและพยายามแก้ไขให้ดีขึ้นอย่าปล่อยให้ความพึงพอใจผ่านไป เพราะความไม่พึงพอใจจะถูกถ่ายทอดไปสู่นักท่องเที่ยวท่านอื่น ๆ ในลักษณะปากต่อปาก หรืออาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวคนเดิมซึ่งอาจเป็นผลเสียต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจ ในภายหลัง นักท่องเที่ยวจะประเมินคุณภาพของบริการโดยเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่คนรับรู้หรือประสบการณ์การบริการที่ได้รับจากการท่องเที่ยวจริง ถ้าประสบการณ์การบริการที่ได้รับต่ำกว่าที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจะไม่พึงพอใจ และถ้าประสบการณ์การบริการที่ได้รับสูงกว่าที่คาดหวังไว้ นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจมากหรือชื่นชมยินดี ฉันทัช วรณณอม (2552) สถานการณ์การเมืองในประเทศและระหว่างประเทศ ไม่นิ่งมีความวุ่นวาย, เสถียรภาพทางการเมือง และเสถียรภาพความต่อเนื่องในการบริหารของรัฐบาล, นโยบายของรัฐบาล อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ ฉันทัช วรณณอม (2552) กล่าวว่ารัฐบาลตลอดจนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีมาตรการสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทำให้เขารู้สึกว่าเขาจะได้รับความสะดวกสบายปลอดภัยไร้กังวล ระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งพื้นที่ของคน Kotler (2006) ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจในสินค้าท่องเที่ยวหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับว่าความคาดหวังที่มีต่อสินค้าท่องเที่ยวนั้นว่าจะได้รับการตอบสนองหรือไม่ โดยนักท่องเที่ยวจะรู้สึกพึงพอใจก็ต่อเมื่อการบริการที่ได้รับมากกว่าหรือเท่ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ โดยส่วนใหญ่ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ประสบการณ์ในอดีต ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการ ข้อมูลจากเพื่อนฝูงและญาติมิตร และข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ

**สมมติฐานที่ 21 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 10.164$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.001 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่

กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ ฉันทิช วรรณถนอม (2552) กล่าวว่ารัฐบาลตลอดจนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีมาตรการสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทำให้เขารู้สึกว่าเขาจะได้รับความสะดวกสบายปลอดภัยไร้กังวล ระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งพื้นที่ของตน ฉันทิช วรรณถนอม (2552) กล่าวว่าปัจจัยทางการเมือง ประเทศใดที่มีสภาพการณ์ทางการเมืองมั่นคง ย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ สุวีริณัฐย์ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่า การหาข้อมูลด้วยความตั้งใจ เป็นการหาข้อมูลอย่างมีจุดหมาย นักท่องเที่ยวที่หาข้อมูลอย่างตั้งอกตั้งใจมักจะเป็นผู้ที่รู้แล้วว่าตนเองมีความต้องการอะไร นักท่องเที่ยวจะมีความตั้งอกตั้งใจในการหาข้อมูลมากกว่านักท่องเที่ยวที่ยังไม่ทราบแน่ชัดว่าตนเองต้องการอะไร โดยความคิดของนักท่องเที่ยวจะจดจ่ออยู่กับการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่พวกเขาต้องการ การที่เรามีใจจดจ่ออยู่กับสิ่งใดก็จะสามารถหาสิ่งนั้นเจอแม้ว่าแหล่งข้อมูลไม่ชัดเจนเท่าไรก็ตาม การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความพยายามหาข้อมูลของนักท่องเที่ยว ยิ่งนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการตัดสินใจไปท่องเที่ยวของตนเสี่ยงมากขึ้นนักท่องเที่ยวจะมีความพยายามในการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจมากขึ้นเช่นกันอีกทั้งแนวคิดของ จิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) กล่าวว่า การค้นหาข้อมูล จะเกิดขึ้นเมื่อเกิดความต้องการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของบริการทางการท่องเที่ยวจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งข้อมูลภายในและภายนอก ฉันทิช วรรณถนอม (2552) กล่าวว่าสถานการณ์การเมืองในประเทศและระหว่างประเทศไม่มีนี้มีความวุ่นวาย, เสถียรภาพทางการเมือง และเสถียรภาพความต่อเนื่องในการบริหารของรัฐบาล, นโยบายของรัฐบาล อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว Nishimura, Waryszak & King (2007) พบว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเชื่อถือข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว และจากคำบอกเล่าต่อของญาติมิตร มากกว่าข้อมูลจากโบว์ชัวร์ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร หรือแม้กระทั่งอินเทอร์เน็ต Decrop (2006) กล่าวว่า การหาข้อมูลเป็น 1 ใน 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ สุวีริณัฐย์ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่าโดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวทุ่มเทแรงกายแรงใจในการหาข้อมูล เนื่องจากนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าการหาข้อมูลจะช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น ทำให้มั่นใจในการตัดสินใจมากขึ้น เพราะข้อมูลที่หามาได้จะช่วยลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ โดยการประมวลข้อมูลจะช่วยบ่งชี้ตัวเลือกที่น่าสนใจและตัดตัวเลือกที่ไม่ดีออกไป นอกจากนี้ข้อมูลยังจะถูกใช้เป็นกลไกการปกป้องตัวเองของนักท่องเที่ยวหลังจากที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

**สมมติฐานที่ 22 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน โดย  $\chi^2 = 0.031$ ,  $df = 1$ ,  $Asymps\ Sig\ (2\ tail) = 0.859 > 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shah Ali (2008) ซึ่งได้ทำงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการก่อการร้ายในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว: กรณีศึกษาของบาห์ลีและ Sharm El - Sheikh ผลการศึกษาพบว่า ความกังวลของนักท่องเที่ยวเรื่องความปลอดภัย ความกังวลต่อการก่อการร้าย ไม่ได้เป็นปัจจัยหลักสำหรับการเลือกปลายทาง ตามที่การศึกษาผลด้านระยะเวลา Todd & Rice (2002) กล่าวว่านักท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent tour) เป็นการนำเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่รักความเป็นอิสระ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการใช้เวลาของนักท่องเที่ยวและมีอิสระเต็มที่ในการเลือกทำกิจกรรมที่ตนเองชอบ ในระหว่างการท่องเที่ยว โดยไม่จำเป็นต้องทำตามตารางเวลาที่กำหนด เช่นเดียวกับแนวคิดของฉันทิช วรรณนอม (2547) กล่าวว่า การวางแผนสำหรับคนทั่วไปจะมีการประเมินความสามารถหรือศักยภาพส่วนตัวด้านระยะเวลาท่องเที่ยวมีมากนักน้อยเพียงใด และฉันทิช วรรณนอม (2547) กล่าวว่าความปลอดภัย เป็นอันดับแรกของผู้เดินทางและผู้จัดนำเที่ยวต้องคำนึงถึง เพราะนอกจากจะเสี่ยงจากความปลอดภัยแล้ว ยังเสี่ยงต่อการขาดทุนอันเนื่องมาจากการไม่เลือกเดินทางนักท่องเที่ยว Raza (2004) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะมีการเที่ยวบ่อยขึ้นด้วยระยะเวลาที่น้อยลง เนื่องจากหลีกเลี่ยงความเครียดในชีวิตประจำวัน จึงทำให้เกิดความต้องการพักผ่อน สุวีร์ณัศชัย โสภณศิริ (2554) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว Pizam & Sussmann (1995) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันนิยมการเดินทางระยะยาว Hough & Hassaniien (2010) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบระยะยาว ไสรยา (2552) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและมั่นคงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก

**สมมติฐานที่ 23 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดย  $\chi^2 = 5.462$ ,  $df = 1$ , *Asymp Sig* (2 tail) = 0.019 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sönmez & Graefe (1998) ซึ่งได้ทำงานวิจัยเรื่อง การกำหนดพฤติกรรมการเดินทางในอนาคตจากประสบการณ์การท่องเที่ยวทั้งในอดีตจากความรู้สึกของความเสี่ยงและความปลอดภัย กล่าวว่าพฤติกรรมด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกปลอดภัย นักท่องเที่ยวต่างชาติจะหลีกเลี่ยงการเข้าสู่เอเชียและอเมริกาได้เมื่อรู้สึกว่าไม่ปลอดภัย เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ Dolnicar (2005) ซึ่งทำการวิจัยเรื่องอุปสรรคความเข้าใจในการท่องเที่ยวพักผ่อน ความกลัวของนักท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานการตลาด ได้อธิบายผลการวิจัยว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติจะกังวลเรื่องความปลอดภัยมากที่สุดเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวทั่วไปแล้วส่งผลให้มีการวางแผนสูงสุดในกลุ่ม Pizam & Sussmann (1995) นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นค่อนข้างจะห่วงเรื่องความปลอดภัยอย่างมาก จึงไม่ค่อยชอบกิจกรรมที่มีความท้าทายหรือการผจญภัย Pizam & Sussmann (1995) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเป็นคนกล้าเสี่ยง ชอบกิจกรรมที่มีความท้าทาย นิยมเดินทางคนเดียว Hough & Hassanien (2010) และ Reisinger & Tunmer (1998) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ และชอบใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวและ ไม่ค่อยชอบกิจกรรมที่ตื่นเต้นท้าทายมากนัก เนื่องจากพวกเขาจะกังวลเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างมาก ไสริยา หอมชื่น (2552) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและมั่นคง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากที่สุดมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง พรพิมล (2551) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางส่วนใหญ่จะชอบทำอะไรตามใจตนเองเป็นหลัก จะไม่ชอบทำตามโปรแกรมทัวร์ที่วางไว้ แนวคิดของฉันทัช วรรณณอม (2547) กล่าวว่าความปลอดภัย เป็นอันดับแรกของผู้เดินทางและผู้จ้คนนำเที่ยวต้องคำนึงถึง เพราะนอกจากจะเสี่ยงจากความปลอดภัยแล้ว ยังเสี่ยงต่อการขาดทุนอันเนื่องมาจากการไม่เลือกเดินทางนักท่องเที่ยว สุวีร์ณัศฎุ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่า การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวบางประเภทมักจะเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ท้าทาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางประเภทเลือกไปเที่ยวยังสถานที่ซึ่งมีความปลอดภัยสูง Berkman et al. (1996) กล่าวว่า การซื้อที่มีการวางแผน (Planned purchase) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ 1. การซื้อที่มีการวางแผนแบบเฉพาะเจาะจง (Specifically planned purchase) 2. การซื้อที่มีการวางแผนอย่างคร่าว ๆ (Generally planned purchase) 3. การซื้อแบบหักมุม (Substitute purchase) ซึ่งการวางแผนแบบที่ 3 ได้มีการวางแผนเป็นอย่างดีแต่เมื่อการ

ซื้อไม่ตรงตามแผนที่ตั้งไว้ เช่นปัญหาทางการเมืองของประเทศที่ตั้งใจว่าจะไป อาจถูกยกเลิกในทันที ฉันทิช วรรณณอม (2552) กล่าวว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นองค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยว ความความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในทุก ๆ ที่ หากจะว่าไปแล้วความต้องการด้านความปลอดภัยคงเป็นปัจจัยประการแรกก่อนตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยซ้ำ แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความสวยงามชวนให้อยากไปเยี่ยมชมมากเท่าใด แต่หากแหล่งท่องเที่ยวนั้นขาดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินก็ยากที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางไป

**สมมติฐานที่ 24 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยว ที่กรุงเทพมหานคร**

**ผลการทดสอบสมมติฐาน** ได้รับการสนับสนุน โดย  $\chi^2 = 7.798$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp\ Sig (2\ tail) = 0.005 < 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Ali (2008) ซึ่งได้ทำงานวิจัยเรื่องผลกระทบของการก่อการร้ายในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว: กรณีศึกษาของบาห์ลีและ Sharm El - Sheikh ผลการศึกษาพบว่า ความกังวลของนักท่องเที่ยวเรื่องความปลอดภัย ความกังวลต่อการก่อการร้าย ตามที่การศึกษาผลด้านงบประมาณ ไม่ได้เป็นปัจจัยหลักสำหรับการเลือกปลายทาง แต่ตามหลักทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550) และ (Morrison & Alastair, 2002) คือ นักท่องเที่ยวหรือมนุษย์มีความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ทั้งร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สิน แนวคิดของ ฉันทิช วรรณณอม (2547) กล่าวว่าความปลอดภัย เป็นอันดับแรกที่สุดที่ผู้เดินทางและผู้จัดนำเที่ยวต้องคำนึงถึง เพราะนอกจากจะเสี่ยงจากความปลอดภัยแล้ว ยังเสี่ยงต่อการขาดทุนอันเนื่องมาจากการไม่เลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว Reisner & Turner (1999) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จะมีการคำนวณค่าใช้จ่ายโดยละเอียดเพื่อป้องกันปัญหาค่าใช้จ่ายบานปลาย อีกทั้งทุกคนในครอบครัวจะมีส่วนร่วมในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกเลือกจะต้องเป็นสถานที่ที่ถูกต้องใจของทุกคนไม่ใช่แค่สมาชิกคนใดคนหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวของคนในครอบครัว ไศรยา (2552) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและมั่นคง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากที่สุดมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกออกกลาง Berkman et al. (1996) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีงบประมาณที่มีจำกัดจำเป็นต้องประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจท่องเที่ยว Hoyer & Machnnis (1997) ระบุว่า การ



เดินทางท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายเพื่อให้เที่ยวได้นานที่สุด อีกทั้งนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นชนชั้นล่างเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ใกล้ ๆ บ้านเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดทางการเงิน กิตติพันธุ์ (2551) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศสูงมาก คิดอันดับ 24 ของโลก ฉันทัช วรรณดอม (2552) กล่าวว่า ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นองค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในทุก ๆ ที่ หากจะว่าไปแล้ว ความต้องการด้านความปลอดภัยคงเป็นปัจจัยประการแรกก่อนตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยซ้ำ แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความสวยงามชวนให้อยากไปเยี่ยมชมมากเท่าใด แต่หากแหล่งท่องเที่ยวนั้นขาดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินก็ยากที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางไป FitzGerald (2002) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจะตัดสินใจซื้อโดยเน้นคุณภาพมากกว่าราคา เพื่อให้มั่นใจว่าได้สินค้าที่มีคุณภาพจริง ๆ แนวคิดของฉันทัช วรรณดอม (2547) กล่าวว่า การวางแผนจัดรายการนำเที่ยวนั้นงบประมาณในการจัดนำเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยเฉพาะการวางแผนท่องเที่ยวในระยะสั้นของนักท่องเที่ยว

**สมมติฐานที่ 25 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดย  $\chi^2 = 14.092$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp$ s Sig (2 tail) = 0.000 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ สุวีริณัสญ์ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่าปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง คือ การสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ด้วยการบริการที่มีคุณภาพ Cohen & Erik (1974) ให้ทัศนะในการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวจะต้องเป็นบุคคลที่มีการเดินทางในลักษณะเฉพาะต่าง ๆ เช่น การเกิดซ้ำหรือท่องเที่ยวซ้ำ Reichheld & Sasser (1990) กล่าวว่า การดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการครั้งแรกให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปเป็นสิ่งที่ลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด Hough & Hassanien (2010) และ Reisinger & Turner (1998) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ และชอบใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวและไม่ค่อยชอบกิจกรรมที่ตื่นเต้นท้าทายมากนัก เนื่องจากพวกเขาจะกังวลเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างมาก สุวีริณัสญ์ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่า การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวบางประเภทมักจะเลือกเดินทางไปยัง

สถานที่ที่มีความแปลกใหม่ทำท่าย ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางประเภทเลือกไปเที่ยวยังสถานที่ซึ่งมีความปลอดภัยสูง Berkman et al. (1996) ; Kim & Chen (2010) กล่าวว่าหากเมื่อนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในการบริการจะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ไม่กลับมาท่องเที่ยวอีก

**สมมติฐานที่ 26 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 8.327$ ,  $df = 1$ ,  $tAsymp Sig (2 tail) = 0.004 < 0.05$  เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ Berkman et al. (1996) ; Kim & Chen (2010) กล่าวว่าเมื่อนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในการบริการจะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การบอกต่อในเชิงลบ การปล่อยข่าวลือฉันทัช วรรณถนอม (2547) กล่าวว่าความปลอดภัย เป็นอันดับแรกของผู้เดินทางและผู้เจ้าหน้าที่จะต้องคำนึงถึง เพราะนอกจากจะเสี่ยงจากความปลอดภัยแล้ว ยังเสี่ยงต่อการขาดทุนอันเนื่องมาจากการไม่เลือกเดินทางของทางนักท่องเที่ยว สุวีริณัศฐ์ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่า การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว นั้น นักท่องเที่ยวบางประเภทมักจะเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ทำท่าย ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางประเภทเลือกไปเที่ยวยังสถานที่ซึ่งมีความปลอดภัยสูง Hough & Hassanien (2010) และ Reisinger & Turner (1998) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ และชอบใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวและไม่ค่อยชอบกิจกรรมที่ตื่นเต้นทำท่ายมากนัก เนื่องจากพวกเขาจะกังวลเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างมาก Pizam & Sussmann (1995) นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นค่อนข้างจะห่วงเรื่องความปลอดภัยอย่างมาก จึงไม่ค่อยชอบกิจกรรมที่มีความทำท่ายหรือการผจญภัย ฉันทัช วรรณถนอม (2552) กล่าวว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นองค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยวความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในทุก ๆ ที่ หากจะว่าไปแล้วความต้องการด้านความปลอดภัยคงเป็นปัจจัยประการแรกก่อนตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยซ้ำ แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความสวยงามชวนให้อยากไปเยี่ยมชมมากเท่าใด แต่หากแหล่งท่องเที่ยวนั้นขาดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินก็ยากที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางไป Pizam & Sussmann (1995) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเป็นคนกล้าเสี่ยง ชอบกิจกรรมที่มีความทำท่าย นิยมเดินทางคนเดียว

โรยา (2552) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและมั่นคง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง

สมมติฐานที่ 27 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 7.150$ ,  $df = 1$ , Asymp Sig (2 tail) = 0.007 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ Yoon & Uysal (2005) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การตรวจสอบของผลกระทบของการสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจเกี่ยวกับความจงรักภักดีปลายทาง : รูปแบบโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่าความปลอดภัยเป็นความพึงพอใจและเป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Kotler (2006) กล่าวว่านักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจในสินค้าท่องเที่ยวหรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่าความคาดหวังที่มีต่อสินค้าท่องเที่ยวนั้นว่าจะได้รับการตอบสนองหรือไม่ โดยนักท่องเที่ยวจะรู้สึกพึงพอใจก็ต่อเมื่อการบริการที่ได้รับมากกว่าหรือเท่ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ โดยส่วนใหญ่ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ประสบการณ์ในอดีต ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการ ข้อมูลจากเพื่อนฝูงและญาติมิตร และข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ และสมิตร แพงคำ (2548) ซึ่งได้ทำการศึกษา เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการใช้บริการรถแท็กซี่ กรณีศึกษา: กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อันได้แก่ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทยและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถแท็กซี่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กับด้านความปลอดภัย สุวีริณัฐย์ ไสภณศิริ (2554) ยังกล่าวอีกว่า การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวบางประเภทมักจะเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ท้าทาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางประเภทเลือกไปเที่ยวยังสถานที่ซึ่งมีความปลอดภัยสูง ในด้านการท่องเที่ยว คุณภาพส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับบริการซึ่งหามาตรฐานได้ยาก หากเกิดความไม่พึงพอใจหลังจากได้รับบริการ ธุรกิจก็จำเป็นต้องศึกษาหาสาเหตุของความไม่พึงพอใจนั้นและพยายามแก้ไขให้ดีขึ้น อย่าปล่อยให้ความพึงพอใจผ่านไป เพราะความไม่พึงพอใจจะถูกถ่ายทอดไปสู่นักท่องเที่ยวท่านอื่น ๆ ในลักษณะปากต่อปาก หรืออาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวคนเดิมซึ่งอาจเป็นผลเสียต่อภาพลักษณ์ของ

ธุรกิจในภายหลัง แนวคิดของจิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) กล่าวว่านักท่องเที่ยวจะประเมินคุณภาพของบริการ โดยเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่คนรับรู้หรือประสบการณ์การบริการที่ได้รับจากการท่องเที่ยวจริง ถ้าประสบการณ์การบริการที่ได้รับต่ำกว่าที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจะไม่พึงพอใจ และถ้าประสบการณ์การบริการที่ได้รับสูงกว่าที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจมากหรือชื่นชมยินดี ซึ่งความปลอดภัยทางด้านการท่องเที่ยวในการวิจัยในครั้งนี้ส่งผลต่อความพึงพอใจแสดงให้เห็นถึงกรุงเทพมหานครยังมีระบบรักษาความปลอดภัยด้านต่าง ๆ ในระดับที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติพอใจตามแนวคิดของฉันทัทธ วรรณดอม (2547) กล่าวว่าความปลอดภัยเป็นอันดับแรกสำหรับผู้เดินทางและผู้เจ้าหน้าที่จะต้องคำนึงถึง เพราะนอกจากจะเสี่ยงจากความปลอดภัยแล้ว ยังเสี่ยงต่อการขาดทุนอันเนื่องมาจากการไม่เลือกเดินทางนักท่องเที่ยว

**สมมติฐานที่ 28 ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้รับการสนับสนุน โดยค่า  $\chi^2 = 9.242$ ,  $df = 1$ ,  $Asymp$  Sig (2 tail) = 0.002 < 0.05 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ สุวีริฉัญ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่า การหาข้อมูลด้วยความตั้งใจ เป็นการหาข้อมูลอย่างมีจุดหมาย นักท่องเที่ยวที่หาข้อมูลอย่างตั้งอกตั้งใจมักจะเป็นผู้ที่รู้แล้วว่าตนเองมีความต้องการอะไร นักท่องเที่ยวจะมีความตั้งอกตั้งใจในการหาข้อมูลมากกว่านักท่องเที่ยวที่ยังไม่ทราบแน่ชัดว่าตนเองต้องการอะไร โดยความคิดของนักท่องเที่ยวจะจดจ่ออยู่กับการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่พวกเขาต้องการ การที่เรามีใจจดจ่ออยู่กับสิ่งใดก็จะสามารถหาสิ่งนั้นเจอแม้ว่าแหล่งข้อมูลไม่ชัดเจนเท่าไรก็ตาม การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความพยายามหาข้อมูลของนักท่องเที่ยว ยิ่งนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการตัดสินใจไปท่องเที่ยวของคนเสี่ยงมากขึ้นนักท่องเที่ยวจะมีความพยายามในการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจมากขึ้นเช่นกันและยังได้กล่าวอีกว่าโดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวทุ่มีแรงกายแรงใจในการหาข้อมูล เนื่องจากนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าการหาข้อมูลจะช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น ทำให้มั่นใจในการตัดสินใจมากขึ้น เพราะข้อมูลที่หามาได้จะช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ โดยการประมวลข้อมูลจะช่วยบ่งชี้ตัวเลือกที่น่าสนใจและตัดตัวเลือกที่ไม่ดีออกไป นอกจากนี้ข้อมูลยังจะถูกใช้เป็นกลไกการปกป้องตัวเองของนักท่องเที่ยว หลังจากทีนักท่องเที่ยวตัดสินใจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว อีกทั้งศรัณญา วารากุลวิทย์ (2546) กล่าวว่า

แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีใจผู้รัยชุกชุม อาชญากรรมมาก นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว นั้น จึงกล่าวได้ว่าความปลอดภัยมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่งความปลอดภัยจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจท่องเที่ยว และอรอมา วิชาตานนท์ (2550) ได้ทำการศึกษาระบบสนับสนุนนักท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการท่องเที่ยว กรณีศึกษาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความสนใจท่องเที่ยวภายในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีเว็บไซต์ช่วยตัดสินใจในการบริหารจัดการแผนการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งยังมีระบบการประมวลผลเส้นทางที่สั้นที่สุดในการเดินทางพร้อมรายละเอียดครดโดยสารประจำทางที่ใช้เดินทางได้ด้วยตนเอง ตามแต่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยว และเส้นทางในการท่องเที่ยว ดังแนวคิดของ ฉันทช วรรณอนอม (2547) กล่าวว่าความปลอดภัยเป็นอันดับแรกที่สุดที่ผู้เดินทางและผู้เจ้าหน้าที่จะต้องคำนึงถึง เพราะนอกจากจะเสี่ยงจากความปลอดภัยแล้ว ยังเสี่ยงต่อการขาดทุนอันเนื่องมาจากการไม่เลือกเดินทางนักท่องเที่ยว โสธยา (2552) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและมั่นคง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากที่สุดมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง แนวคิดของ จิระวัฒน์ อนุวิชานน (2554) กล่าวว่า สิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวเลือกโรงแรม คือ ความปลอดภัย Decrop (2006) กล่าวว่า การหาข้อมูลเป็น 1 ใน 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจชื่อ Nishimura, Waryszak & King (2007) พบว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเชื่อถือข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวและจากคำบอกเล่าของญาติมิตรมากกว่าข้อมูลจากโบว์ชัวร์ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร หรือแม้กระทั่งอินเทอร์เน็ต Pizam & Sussmann (1995) นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นค่อนข้างจะห่วงเรื่องความปลอดภัยอย่างมาก จึงไม่ค่อยชอบกิจกรรมที่มีความท้าทายหรือการผจญภัย ฉันทช วรรณอนอม (2552) กล่าวว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นองค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยว ความความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในทุก ๆ ที่ หากจะว่าไปแล้วความต้องการด้านความปลอดภัยคงเป็นปัจจัยประการแรกก่อนตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยซ้ำ แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความสวยงามชวนให้อยากไปเยี่ยมชมมากเท่าใด แต่หากแหล่งท่องเที่ยว นั้นขาดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินก็ยากที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางไป Pizam & Sussmann (1995) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเป็นคนกล้าเสี่ยง ชอบกิจกรรมที่มีความท้าทาย นิยมเดินทางคนเดียว

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 3** ศึกษาความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ยังสถานที่จริงในกรุงเทพมหานครที่เคยเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่จริงในกรุงเทพมหานครที่เคยเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย โดยการวัดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวออกมาในระดับความตั้งใจซึ่งผลคือ นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวระดับน้อย มีค่าเท่ากับ 3.37 ซึ่งสอดคล้องกับ Ertuna & Ertuna (2009) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวเยอรมันพยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงเป็นอย่างมาก ก่อนข้างอ่อนไหวเกี่ยวกับเหตุการณ์สะเทือนขวัญที่เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยว (ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์รุนแรงทางการเมืองหรือภัยพิบัติ) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีลักษณะคล้ายกับนักท่องเที่ยวประเภทไซโคเซนทริก (Psychocentrics) ของ Plog (2002) กล่าวว่านักท่องเที่ยวที่มีบุคลิกภาพลักษณะไม่ชอบเสี่ยง จะเป็นผู้ที่มีความหวาดกลัวพยายามอย่างมากในการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงทุกชนิด ดังนั้นนักท่องเที่ยวซึ่งมีบุคลิกภาพประเภทนี้มักจะตัดสินใจท่องเที่ยวโดยเน้นเรื่องความปลอดภัยเป็นหลัก เลือกที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวที่คุ้นเคยหรือมีชื่อเสียง

แต่สถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยในช่วงเดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553 นั้นยังไม่ถึงขั้นเป็นสถานที่ประวัติศาสตร์ เพราะไม่หลงเหลือความเสียหายไว้ให้เห็น เพราะกรุงเทพเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยในปัจจุบัน การฟื้นฟูจึงมีรวดเร็วมีการสร้างสิ่งก่อสร้างเพื่อทดแทนสิ่งเดิม เช่น ห้างสรรพสินค้า Central world ก็มีการสร้างและเปิดตัวใหม่

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 4** เสนอแนวทางจัดการการท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

จากการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามสามารถนำมาเสนอเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ความขัดแย้งควรจัดการสร้างแผนนโยบายระดับมหภาค การร่วมมือกันทำงานอย่างเป็นบูรณาการ ในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยกระบวนการจัดการจำเป็นต้องมีประสิทธิภาพ ในระยะเวลาอันจำกัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นใจและภาพลักษณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบ่งออกเป็นแนวทางดังนี้ได้

1. ทำการจัด zoning การท่องเที่ยว และที่พัก พื้นที่ที่เป็นเขตอันตรายห้ามท่องเที่ยวและพื้นที่ที่สามารถท่องเที่ยวได้ เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 23.64 % ที่ตอบแบบสอบถาม

แนะนำให้เลือกเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่อันทรายในช่วงนั้น ๆ และ 5.45% กล่าวว่าควรพักให้ห่างไกลจากจุดที่มีการประท้วง เมื่อจัดทำ zoning แล้ว มีความจำเป็นต้องเผยแพร่ข้อมูลออกไปเพื่อให้ทราบถึงกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่กำลังจะเดินทางหรือเตรียมวางแผนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย เพราะ จำนวนนักท่องเที่ยว 7.27% กล่าวว่าควรทำการศึกษาข้อมูลจากสื่อเรื่องสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองก่อนที่จะวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

2. พัฒนาการพยาบาลบุคคลด้านภาษาต่างประเทศ จากนักท่องเที่ยวจำนวน 3.64% ที่ตอบแบบสอบถามและเสนอแนะ มีต้องการที่จะให้เพิ่มสายด่วนฉุกเฉิน หรือหมายเลขโทรศัพท์ที่มีผู้ที่สื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดีในการในข้อมูล ดังนั้นควรมีการบ่มเพาะผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาต่างประเทศในการสื่อสารหรือให้ข้อมูลเพื่อความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน

3. มาตรการป้องกันการปิดสนามบิน จากนักท่องเที่ยวจำนวน 7.27% กล่าวว่าต้องพยายามที่จะป้องกันไม่ให้ผู้ประท้วงปิดสนามบิน ดังนั้นหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยควรมีมาตรการที่ป้องกันการปิดสนามบิน เนื่องจากเป็นช่องทางเดินทางที่สำคัญที่สำคัญของนักท่องเที่ยว

4. จัดการเลือกตั้งใหม่ (ขณะวิจัย อยู่ระหว่างรัฐบาลคณะท่านายกอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ) จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวน 5.45% กล่าวว่า การเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งภายในประเทศ ถือเป็นโอกาสในการสร้างความมั่นคงในประเทศไทย และสร้างความสำเร็จในสายตาของชาวโลกต่อเรื่องการสังหารกลุ่มผู้ชุมนุมประท้วง

5. การประชาสัมพันธ์ ถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้น ซึ่งการสร้างความเข้าใจต้องเป็นนามธรรมสามารถสัมผัสได้ โดยเริ่มจากในประเทศ ฐานออกประเทศทั่วโลก การเริ่มดำเนินการจากภายในประเทศจะสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับข่าวสารที่เป็นจริงและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น จากการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก (Word of mouth) ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด จากจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 1.82% แนะนำว่าให้ติดต่อคนรู้จัก หรือเพื่อนในประเทศไทยเพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีการเสนอข่าวที่ผิดจากความเป็นจริง นอกจากนี้ยังมีทางสื่อทางสังคมออนไลน์ (Social Network) อาทิเช่น Facebook, Twitter หรือเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมอยู่ ณ ขณะนั้น แม้สื่อสังคมออนไลน์จะเป็นสื่อที่ต้องใช้วิจารณญาณในการนำไปใช้ก็ตาม เพราะนักท่องเที่ยวปัจจุบันนั้นมีความต้องการสิ่งที่ตนเองสามารถเลือกรับรู้ได้ สามารถถาม และได้รับคำตอบ เห็นความคิดเห็นของผู้บริโภคด้วยกัน เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ซึ่ง Social Media หรือสังคมออนไลน์ได้ตอบสนองความ

ต้องการของกลุ่มผู้ใช้ประเภทนี้ โดยมีเทคโนโลยี ที่เรียกว่า user-generated content (UGC) ซึ่งให้ผู้ใช้สร้างเนื้อหาที่ต้องการได้เอง เลือกข้อมูลที่สนใจเฉพาะที่ต้องการเห็น และมีการโต้ตอบระหว่างผู้ใช้ด้วยกัน, ภูมิปัญญาจากเพื่อนจะช่วยให้คำแนะนำที่เชื่อถือได้กับนักท่องเที่ยวซึ่งไม่สามารถหาข้อมูลได้ตามเว็บไซต์ทั่วไป, การเปลี่ยนแปลงในอนาคตจะมีมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีใหม่ๆ จะเกิดขึ้น และจะลดความซับซ้อนลงเรื่อยๆ ไม่ว่าจะอะไรจะเกิดขึ้น สิ่งที่เป็นกุญแจสำคัญที่สุด คือ ตัวนักท่องเที่ยว ซึ่งจะปรับตัวตามกระแสความเปลี่ยนแปลงหรือเป็นผู้นำกระแสการเปลี่ยนแปลงนั้น มาเพื่อสนองตอบความต้องการในการเดินทางของตน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (จุลสารวิชาการ, 2/2554)

6. ควบคุมการนำเสนอของสื่อ ให้มีมิติของความเป็นจริง จากจำนวนนักท่องเที่ยว 3.64% กล่าวว่า สื่อได้กล่าวเกินความเป็นจริง ไม่แสดงมุมมองของการเคารพเสียงส่วนใหญ่หรือประชาธิปไตย

7. เปลี่ยนระบบความเชื่อเรื่องดีเสีย จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว จำนวน 1.82%

8. เคารพความยากจนและร่ำรวยของประชาชน จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว จำนวน 1.82%

9. รัฐบาลควรรักษาเสถียรภาพและยับยั้งความรุนแรง จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว จำนวน 1.82%

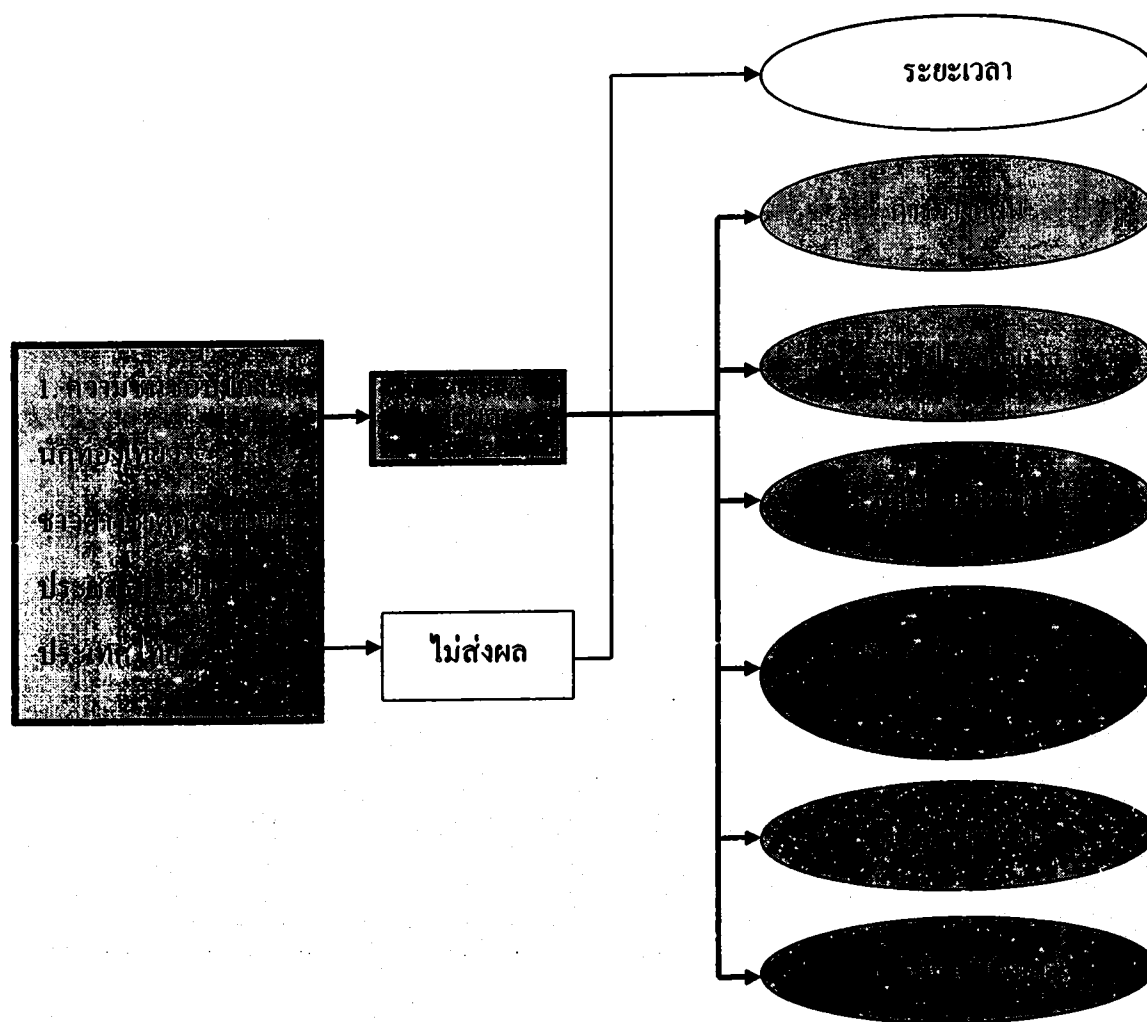
## 2. ข้อเสนอแนะ

### 2.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์รวมข้อมูลระหว่างข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิด้วยเครื่องมือ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ทำให้ได้แนวคิดจากงานวิจัยดังนี้

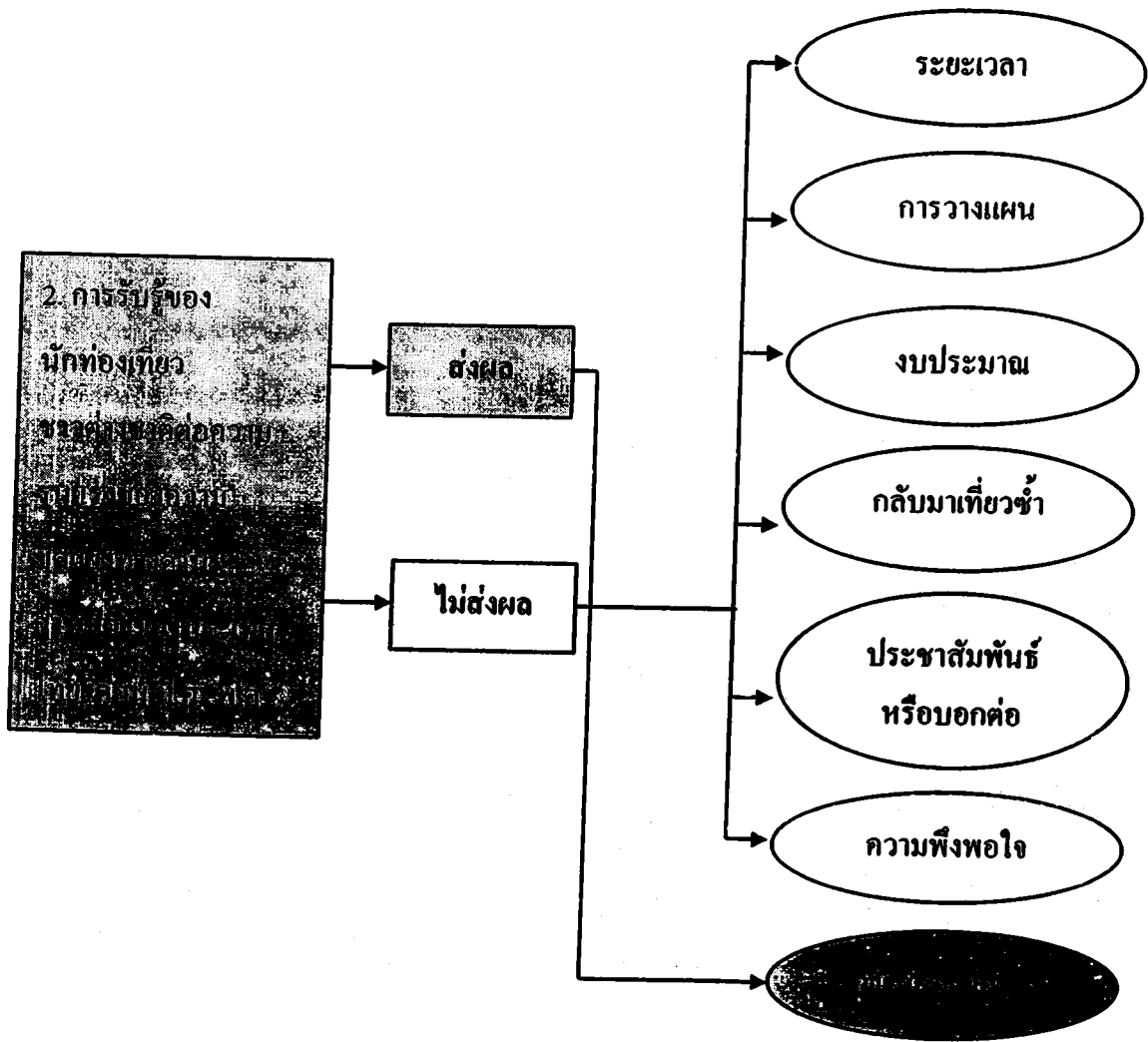
2.1.1 แนวคิดความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ที่เกิดขึ้นช่วงเดือน มีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2553





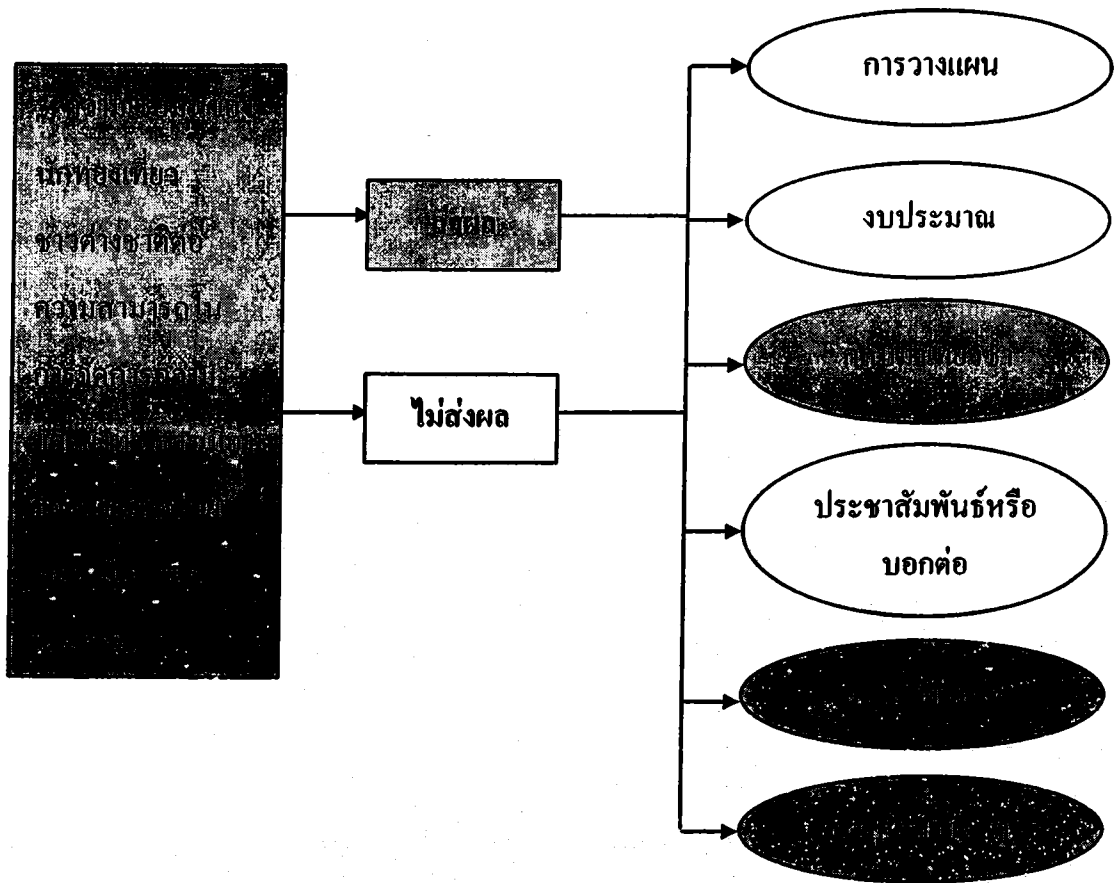
ภาพที่ 10 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบบประชาธิปไตยของประเทศไทยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง

ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบบประชาธิปไตยของประเทศไทยส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผน, ด้านงบประมาณ, การกลับมาเที่ยวซ้ำ, การประชาสัมพันธ์หรือบอกต่อ, ความพึงพอใจและการศึกษาข้อมูลก่อนการเดินทาง



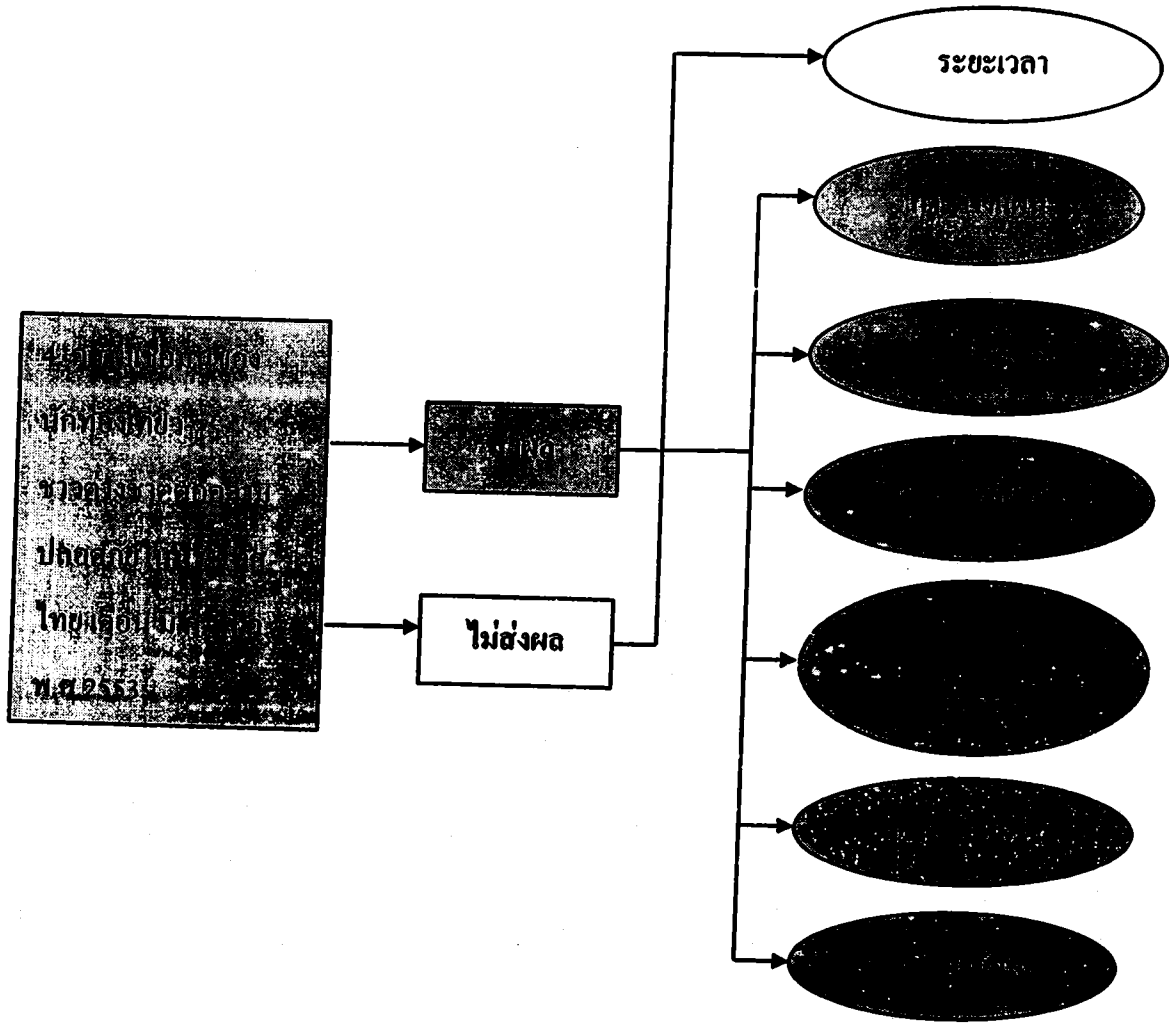
ภาพที่ 11 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาก่อนการเดินทาง



**ภาพที่ 12** ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง

ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ, ความพึงพอใจและการศึกษาข้อมูลก่อนเดินทาง



ภาพที่ 13 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง

ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผน, ด้านงบประมาณ, การกลับมาเที่ยวซ้ำ, การประชาสัมพันธ์หรือบอกต่อ, ความพึงพอใจและการศึกษาข้อมูลก่อนการเดินทาง

## 2.1.2 ข้อจำกัดในงานวิจัย

จากการวิจัยเป็นการวิจัยแบบสุ่มกลุ่มประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับระบอบประชาธิปไตย อาจจะไม่ครอบคลุมนักท่องเที่ยวทั้งหมด เพราะแต่ละประเทศอาจมีการปกครองที่แตกต่างกันไป เช่นระบอบคอมมิวนิสต์ เป็นต้น

## 2.1.3 ประโยชน์จากงานวิจัย

### 2.1.3.1 ประโยชน์ที่ส่งผลต่อการวิชาการด้านการท่องเที่ยว

1. เกิดความรู้ทางวิชาการเพิ่มเติมด้านความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มากรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่มีเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2553 ซึ่งองค์ความรู้ที่เกิดจากการนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นองค์ความรู้พื้นฐาน ความรู้เพิ่มเติมที่มีประสิทธิภาพและนำองค์ความรู้ใหม่มาปรับประยุกต์ใช้กับงานวิชาการ เมื่อเกิดเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมืองที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้ในอนาคต ซึ่งองค์ความรู้ใหม่ เป็นองค์ความรู้ปัจจัยด้าน 1) ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย 2) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 3) ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 4) ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นปัจจัยส่งผลต่อความตั้งใจด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร 2) ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 3) ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร 4) ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร 5) ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร 6) ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร 7) ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษาข้อมูลของประเทศไทยก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเมื่อทำการศึกษาแล้วค้นพบว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความตั้งใจก็สามารถที่จะนำเหตุผลดังกล่าวปรับประยุกต์กับส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อคอยออกหรือพัฒนางานวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวได้ในอนาคต

2. ผลการประเมินแนวโน้มความต้องการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเดินทางเพื่อมาศึกษาสถานที่จริงในกรุงเทพมหานคร ที่เคยเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทาง

การเมืองของประเทศไทย หากผลการวิจัยพบว่ามึระดับค้ำที่นักท่องเที่ยวนจะเดินทางมาท่องเที่ยวนซึ่งสามารถที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์หาเหตุสนับสนุนเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการประเมินความต้องการของนักท่องเที่ยวน เนื่องจากสาเหตุใดจึงต้องการเดินทางมาระดับน้อยเป็นเรื่องที่จะส่งผลดีหรือส่งผลเสียหากมีการสนับสนุนให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวนในลักษณะนี้ต่อไปได้

### 2.1.3.2 ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการด้านที่พัก สามารถนำผลสรุปจากงานวิจัยโดยเฉพาะการรับรู้ของนักท่องเที่ยวนชาวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศไทย เดือน มิ.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 เพราะจากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านนี้ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเกือบทุกด้านยกเว้นเรื่องของระยะเวลาในการท่องเที่ยวน ซึ่งผู้ประกอบการด้านที่พักควรมีการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนผ่านทางพนักงานขาย ระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อที่เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนและตัดสินใจเข้าพัก แม้ปัจจัยด้านการรับรู้จะไม่ส่งผลถึงระยะเวลาในการท่องเที่ยวนผู้ประกอบการควรควรเพิ่มระบบความปลอดภัยด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างให้เกิดความพึงพอใจในสถานที่พัก และเกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำหรือมาพักซ้ำในอนาคตเพื่อเป็นการรักษารฐานลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวนรายเก่า เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายด้านการตลาดลง อีกทั้งนักท่องเที่ยวนอาจมีการประชาสัมพันธ์หรือบอกต่อแก่ผู้อื่นให้เลือกใช้บริการที่พักด้วย
2. ผู้ประกอบการด้านสถานที่ท่องเที่ยวน สามารถนำผลสรุปจากงานวิจัยเพื่อใช้วางแผนสำรองในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวนด้านข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวน
3. ผู้ประกอบการด้านของฝากของที่ระลึก สามารถนำผลสรุปจากการวิจัยมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ภายใต้ภาวะความขัดแย้งทางการเมืองเพื่อตอบสนองความต้องการแลสร้างควมชื่นชอบแก่นักท่องเที่ยวนชาวต่างชาติที่ตั้งใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวนในกรุงเทพมหานคร
4. ผู้ประกอบการด้านสถานบันเทิงที่รองรับนักท่องเที่ยวนเฉพาะชาวต่างชาติ สามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการสำรวจเพื่อขยายสาขา หรือใช้ในการวิเคราะห์การขยายสาขาเพื่อการท่องเที่ยวน ในภาวะความขัดแย้งทางการเมือง เพราะหากนักท่องเที่ยวนชาวต่างชาติไม่มีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวนแล้วอาจจะส่งผลเสียหาต่อธุรกิจได้ในกาขยายสาขา

5. ผู้ประกอบการด้านธุรกิจขนส่ง สามารถนำผลการวิจัยมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยช่วงภาวะความขัดแย้งทางการเมืองจะมีมากน้อยเพียงไร ซึ่งผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค. - พ.ค. พ.ศ. 2553 อยู่ในระดับ ปานกลาง ไม่ส่งผลกระทบต่อระดับสูง

6. ผู้ประกอบการด้านบริษัทนำเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยใช้เป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ตลาดนักท่องเที่ยวถึงรูปแบบความต้องการจากการวิจัยซึ่งพบว่านักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสำเร็จ การศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ ภูมิลำเนาส่วนใหญ่ทวีปยุโรป ส่วนใหญ่นับถือศาสนาคริสต์ มีจำนวนร้อยละ 54.6 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครครั้งแรก โดยเฉลี่ยใช้เวลาในการท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร 6 วัน และท่องเที่ยวในประเทศไทย 37 วัน มีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครระหว่าง 501-1,000 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เพื่อเดินทางมาพักผ่อน ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยตนเอง จากข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นผู้ประกอบการด้านบริษัทนำเที่ยว สามารถที่จะจัด โปรแกรมท่องเที่ยวให้สนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

### 2.1.3.3 ประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ฝ่ายนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลที่ได้จากผลการดำเนินการวิจัยใช้เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอย่างสูงสุดในสภาวะที่ไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ดังคำที่ว่า “พลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส”

2. ฝ่ายการตลาดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำองค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มาวางแผนเพื่อทำการตลาดส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ปี พ.ศ. 2553

## 2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ศึกษาเห็นว่าควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

2.2.1 งานวิจัยที่ควรทำการศึกษาในอนาคตควรทำการศึกษาเฉพาะกาล คือเฉพาะช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง เนื่องจากการได้รับข้อมูลจะมีประสิทธิภาพมาก

ยิ่งขึ้น โดยเรื่องที่ควรศึกษาได้แก่ เรื่องผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในอนาคต

2.2.2 ควรมีการศึกษาในทันทีหลังจากที่เกิดเหตุการณ์ในลักษณะของการชุมนุมประท้วงที่เป็นส่วนหนึ่งจากความขัดแย้งทางการเมือง เพราะเหตุการณ์ในลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นในระยะเวลาอันสั้น

2.2.3 ควรมีการกำหนดกลุ่มประชากรเฉพาะประเทศใดประเทศหนึ่ง แม้จะส่งผลกระทบต่อเรื่องเป็นเวลาที่ยาวนานกว่าแผนที่กำหนดไว้ แต่จะสามารถได้รับข้อมูลที่มีความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน เพิ่มอัตราของการตอบมากขึ้นหรือนักท่องเที่ยวตอบทุกคำถาม

2.2.4 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเพิ่มเติม เช่น ด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ด้านศาสนาและความเชื่อ เป็นต้น

2.2.5 ควรมีการจัดทำแผนการจัดการความเสี่ยงที่หลากหลายและตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว

2.2.6 ควรมีการศึกษาเรื่องของสื่อที่มีอิทธิพลการรับรู้และส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น

2.2.7 ควรศึกษาเรื่องการพัฒนาแผนการจัดการความเสี่ยงหรือการจัดการในช่วงวิกฤติหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง

## สรุป

การศึกษาเรื่องผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจและปัญหาจากความขัดแย้งทางการเมืองช่วงเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2553 ที่ผ่านมา ถือได้ว่าส่งผลกระทบทางด้านการท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัด ผู้ศึกษามีวัตถุประสงค์มีการศึกษาตามวัตถุประสงค์จำนวน 4 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยที่มีต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายในกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย 3) ศึกษาความต้องการเดินทางไปยังสถานที่จริงในกรุงเทพมหานครที่เคยเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย 4) เสนอแนวทางจัดการการท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มแบบเป็นระบบจำนวน 555 คน แล้วนำมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์



การดำเนินการค้นคว้าแนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ทำการค้นคว้าที่ห้องสมุด และระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งงานวิจัยของประเทศไทยและต่างประเทศ วิธีการดำเนินการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 แบบคือ ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ได้มีการทดสอบโดยเครื่องมือทางสถิติที่เหมาะสมกับข้อมูล โดยใช้เครื่องมือการหาความสัมพันธ์แบบ 2 ตัวแบบ ไคว์-สแควร์ (Chi-Square) เพื่อสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ศึกษามา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผน ด้านงบประมาณ ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ ด้านการประชาสัมพันธ์หรือการบอกต่อ ด้านความพึงพอใจและด้านการศึกษาข้อมูลก่อนเดินทาง 2) ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านการรับรู้ต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ด้านการศึกษาข้อมูลก่อนเดินทาง 3) ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านความเชื่อมั่นต่อประเทศไทยด้านความสามารถในการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองของรัฐบาลประเทศไทยส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ ด้านความพึงพอใจ และด้านการศึกษาข้อมูลก่อนเดินทาง 4) ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านความเชื่อมั่นด้านระบบการจัดการความปลอดภัย และการช่วยเหลือของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผน ด้านงบประมาณ ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ ด้านการประชาสัมพันธ์หรือการบอกต่อ ด้านความพึงพอใจ และด้านการศึกษาข้อมูลก่อนเดินทาง หลังจากที่ได้พบผลการวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปออกมาในรูปแบบของแผนผังทางด้านความคิดความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครหลังจากเกิดเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ที่เกิดขึ้นช่วงเดือน มีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2553 ตามภาพที่ 10 5) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่จริงที่เกิดเหตุความขัดแย้งทางการเมือง อยู่ในระบับน้อย 6) แนวทางจัดการการท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เป็นแนวทางที่ได้จากข้อเสนอแนะ รวมทั้งข้อเสนอแนะในงานวิจัย

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). ก.ท่องเที่ยวสรุปการจัดทำ NI ท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกของประเทศไทย. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2553, จาก [http://www.mots.go.th/ewt\\_news.php?nid=2879&filename=index](http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=2879&filename=index)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). ตั้งศูนย์ท่องเที่ยว 24 ชม. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2553, จาก [http://www.mots.go.th/ewt\\_news.php?nid=2523&filename=index](http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=2523&filename=index)
- กิตติพันธ์ ภิญโญ. (2551). นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางออกนอกประเทศ. ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2553, จาก [http://www.etatjournal.com/upload/267/04\\_UNWTO\\_Conference\\_Iran.pdf](http://www.etatjournal.com/upload/267/04_UNWTO_Conference_Iran.pdf)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). กรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2553, จาก [www.tat.or.th](http://www.tat.or.th)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). ความหมายของการท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2553, จาก <http://www2.tat.or.th/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). มุมมองของ Trip Advisor คือนักท่องเที่ยวและจัดการการเดินทางท่องเที่ยวในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี สังคมและ เศรษฐกิจ. จดสารวิชาการ ฉบับที่ 2/2554. ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2554, จาก <http://www.etatjournal.com/web/etat-journal/2011/2011-apr-jun/317-trip-advisor>
- กองวิชาการท่องเที่ยว. (2553). การบริหารจัดการวิกฤติการณ์ความเสี่ยง (Risk Management). ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2554, จาก [www.etatjournal.com/upload/69/Crisis%20Management.pdf](http://www.etatjournal.com/upload/69/Crisis%20Management.pdf)
- กรัยพัฒน์ บุญเรือง. (2550). อำนาจการทำนายของทัศนคติและการค้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อความตั้งใจไปรับปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตกับนักจิตวิทยาของนักศึกษาปัญหาสุขภาพจิตกับนักจิตวิทยาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการปรึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2548). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2548). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2548). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 4.  
กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กองบังคับการตำรวจจราจร. (2553). ศอ.รต.ย่ำ ทับเสื้อแดงห้ามเข้าถนน 11 สาย. ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2553, จาก [http://www.trafficpolice.go.th/contact\\_us.php](http://www.trafficpolice.go.th/contact_us.php)
- จรรยา สุภาพ. (2541). การเมือง (Reading in Political Science). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- จิระวัฒน์ อนุวิชชานน. (2554). การตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- จุฬารัตน์ จินดาประเสริฐ. (2549). ทักษะคิดและความพร้อมของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวทางน้ำ.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จิตรานนท์ โกสิทธิ์คณาภิบาล. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับการบริหารความขัดแย้งของหัวหน้าหอผู้ป่วย โรงพยาบาลชุมชน จังหวัดสกลนคร.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพยาบาลศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉลองศรี ทิมตสมพงศ์. (2550). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 7.  
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ฉันทัช วรรณถนอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- ชัชวาล เรื่องประพันธ์. (2544). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows. ขอนแก่น:  
โครงการผลิตตำรา คณะวิทยาศาสตร์.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2523). ประชาธิปไตย ชังคอมมิวนิสต์ กับการเมือง. กรุงเทพฯ:  
บรรณกิจ.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2553). ข่าวการเมือง. ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2553, จาก <http://www.thairath.co.th>
- นิตยสาร Travel & Leisure. (2553). TOP 10 CITIES. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2553,  
จาก <http://www.travelandleisure.com/worldsbest/2010/cities>
- นิคม ปัญจวัฒน์. (2522). ทักษะคิดต่อการก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ : การศึกษาเปรียบเทียบเจ้าหน้าที่ตำรวจกับเจ้าหน้าที่พัฒนาการภายในจังหวัดเพชรบูรณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพลส แอนด์ ดีไซน์.

- บุญศรี ยี่หมะ. (2552). ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. สงขลา: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสาธ เป็อรุณ. (2529). ทศนคติทางการเมืองของนายทหารระดับพันเอกกองทัพกบฏต่อการปกครองระบอบประชาธิปไตยของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพิมล เห็นแก้ว. (2551). สรุปสาระสำคัญการสัมมนาเรื่อง “โอกาสและความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดตะวันออกกลาง”. ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2553, จาก [http://www.etatjournal.com/upload/202/5\\_MiddleEastMarket.pdf](http://www.etatjournal.com/upload/202/5_MiddleEastMarket.pdf)
- พารินทร นิมะเรียง. (2542). ความตั้งใจและปัจจัยที่สัมพันธ์กับความตั้งใจจะทำประกันชีวิตของพยาบาล โรงพยาบาลศิริราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประชากรศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2545). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2550). ศพวิทยาการทางรัฐศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- มณฑกานต์ เมฆรา. (2546). ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่เป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุทธ ไภยวรรณ. (2553). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์.
- บุงทอง รวมสุข. (2549). ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทาง และความพึงพอใจในคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว ในการพยากรณ์ความตั้งใจกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2554, จาก <http://rirs3.royin.go.th/new-search/meaning-search-all.asp>.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. [ม.ป.ป.]. การบริหารความขัดแย้ง. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.
- วรลักษณ์ ธีราโมกษ์. (2533). เอกสารการสอนชุดพฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.
- วรรณณา เจียมศรีพงษ์. (2531). “ประชาธิปไตย” ในการเมืองเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

- วิภาส ทองสุทธิ. (2552). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: อินทราภาพ.
- ศรัณยู วารากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้า พรินติ้ง.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย. ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2553, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/678/Definition\\_Domestic.doc](http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/678/Definition_Domestic.doc)
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 20. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศูนย์วิจัยกลไกไทย. (2553). กระตุ้นไทยเที่ยวไทย: สร้างรายได้ขาดเขตตลาดต่างประเทศที่ชะลอตัว (กระแสนรศนฉบับที่ 2219). ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2553, จาก <http://www.kasikomresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/Search.aspx>
- ศูนย์อำนวยการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน. (2553). ข้อกำหนดออกนอกเคหะสถานในเวลาที่กำหนด ฉบับที่ 1-6. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2553, จาก <http://www.caphai.org/>
- โศรยา หอมชื่น. (2552). สรุปสาระสำคัญจากการประชุม UNWTO Conference on Increasing Tourist Flows Between Asia and the Middle East 2 ณ กรุงเทพมหานคร สาธารณรัฐอิสลาม อิหร่าน (การทำความเข้าใจถึงลักษณะตลาดของตะวันออกกลาง). ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2553, จาก [http://www.etatjournal.com/upload/267/04\\_UNWTO\\_Conference\\_Iran.pdf](http://www.etatjournal.com/upload/267/04_UNWTO_Conference_Iran.pdf)
- สนิท สมัครการ. (2545). การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาการของสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สมาคมท่องเที่ยวแห่งเอเชียแปซิฟิก และ UNWTO. (2549). การบริหารจัดการความเสี่ยง แนวทางที่เชื่อถือได้ในการจัดการวิกฤตการณ์ในการท่องเที่ยว. [ม.ป.ท.]: องค์การการท่องเที่ยวโลก แห่งสหประชาชาติ.
- สุชา จันทร์เอม. (2531). จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- สุชาติ กิตติขรกุล. (2550). ทศนคติของประชาชนต่อผลกระทบทางด้าน สังคมวัฒนธรรมจากการพัฒนาการท่องเที่ยว: ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะพีพีคอน จังหวัดกระบี่. วิทยุวารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุพาลี สฤณภูวนิช. (2549). พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุมิตรา แพงคำ. (2548). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการใช้บริการรถแท็กซี่ กรณีศึกษา: กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.
- สุวีร์ณัฐ สโภณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว : ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2553). สถิตินักท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2553, จาก <http://www.tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php>
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2551). สถานการณ์ท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2553, จาก <http://www.tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php?cid=12>
- สำนักงานข่าวแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์. (2553). นายกฯ ระบุ ต้องดำเนินการในคดีผู้เสียชีวิต 91 รายจากเหตุการณ์ชุมนุมของ นปช. อยากรอบคอบรัดกุม. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2553, จาก <http://thainews.prd.go.th/>
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: Dimond in Business world.
- อรอุมา วิชาตานนท์. (2550). ระบบสนับสนุนนักท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการท่องเที่ยว กรณีศึกษาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- อโนทัย ศรีวานิช. (2552). สถิติธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์.
- อรุณ รักธรรม. (2532). พฤติกรรมความขัดแย้งในองค์กร. กรุงเทพฯ: สำนักเลขานุการคณะรัฐมนตรี.
- อุษณีย์ จิตตะปาโล, นุศประวีณ์ เลิศกาญจนวัตติ. [ม.ป.ป.]. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- เอกวิทย์ มณีธร. (2552). รัฐศาสตร์แห่งรัฐ วิทยาศาสตร์การเมือง. กรุงเทพฯ: เอ็ม.ที.เพรส.
- Berkman, H.W., Lindquist, J.D. & Sirgy, M.J. (1996) *Consumer behavior*. Illinois: NTC business books.
- Boone, L.E. & Kurtz, D.L. (2005). *Contemporary marketing 2005*. Ohio: Thomson South-Western.
- Bureau of Tourism Research. (1993). *Australian Tourism Data Card*. Australia: Canberra.
- Cohen, Erik. (1974). Who is a tourist? A conceptual clarification. *The Sociological Review*, 22(4), 527-555.
- Decrop, A. (2006). *Vacation Decision Making*. Cambridge: CABI.

- Dolnicar, S. (2005). Understanding barriers to leisure travel - tourist fears as marketing basis. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), 197-208.
- Ertuna, Cevat and Ertuna, Zeliha Ilhan. (2009). The sensitivity of German and British tourists to news shocks. *Tourism Review*, 64(3), 19-27.
- Galia Fuchs, & Arie Reichel. (2011). An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*, 32, 266-276.
- Gurr, Ted Robert. (1972). *Psychological Factors in Civil Violence Anger*. Violence and Politics: Theoretical and Reshearch. New Jersey: Englewood Cliffs.
- Joan C. Henderson. (2007). *Tourism crises : Causes, Consequences and Management*. USA: Printed in the United States of America.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kothandapani, V. (1971). *A Psychological Approach to the Prediction of Contraception Behavior*. North Carolina: population Center.
- Montinho, Luiz. (2000). *Strategic Management in Tourism*. London: CABI Publishing.
- Nunnally, Jum C. (1972). *Educational Measurement and Evaluation*. New York: McGraw-Hill.
- Raoul Bianchi. (2006). *Tourism and the globalization of fear: Analysing the politics of risk and (in) security in global travel*. England: Stepleton House.
- Raza, Ivo. (2004). *Heads in beds: Hospitality and tourism marketing*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Reichel, Arie, Galia Fuchs & Natan Uriely. (2009). Israeli backpackers: the role of destination choice. *Journal of Social Sciences*, 36(2), 222-246.
- Scott, Noel, Laws, Eric and Prideaux, Bruce. (2009). Tourism Crises and Marketing Recovery Strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2), 1-13.
- Sonmez, S. and A.R. Graefe. (1998). Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 172-177.

- Stephen P. Robins. (1983). **Organization Behavior: Concepts, Controversies and Applications**. 2<sup>nd</sup> ed. New Jersey: Prentice-hall.
- Todd, G. & Rice, S. (2002) **Travel perspective: A guide to becoming a travel professional**. 3<sup>rd</sup> ed. USA: Delmar.
- Von der Mehden, Fred R. (1973). **Comparative Political Violence**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Wall, G. (1996). Tourism crime and international security issues. In A. Pizam and Y. Mansfeld (Eds.) **Terrorism and tourism: an overview and an Irish example**. (pp. 143-158). New York: Wiley.

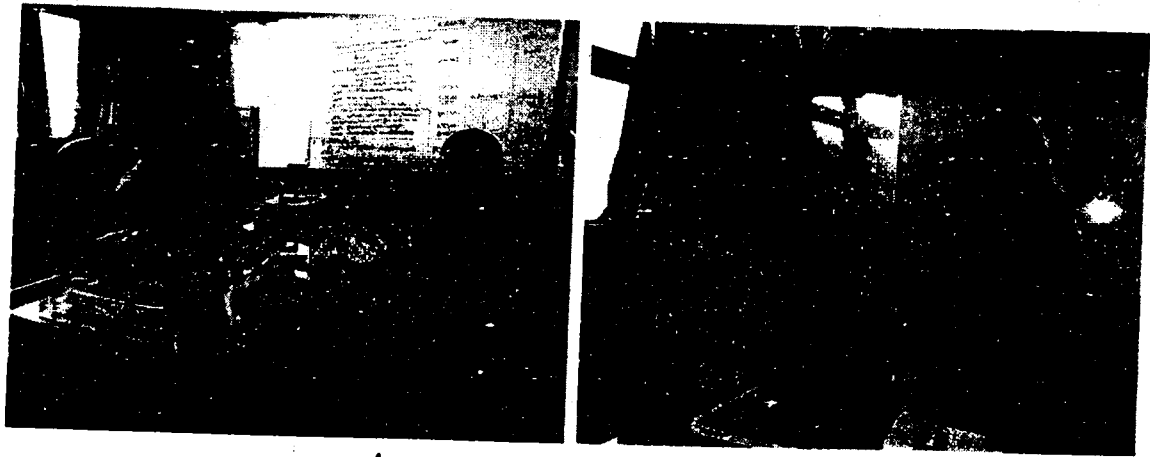


**ภาคผนวก**

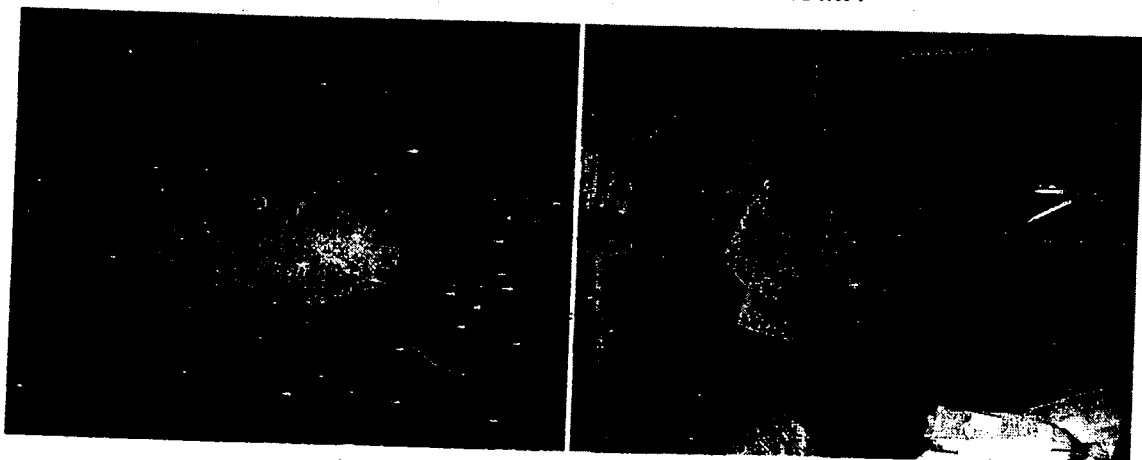
**ภาคผนวก ก**  
**ภาพประกอบการสัมภาษณ์**



ภาพประกอบ : การสัมภาษณ์คุณรุ่งทิพย์ รุกขุมเทศ  
 ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครราชสีมา



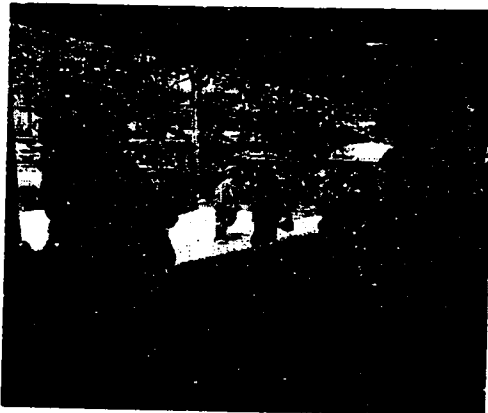
ภาพประกอบ : การสัมภาษณ์คุณอักษร แสนใหม่  
 ตำแหน่งท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา



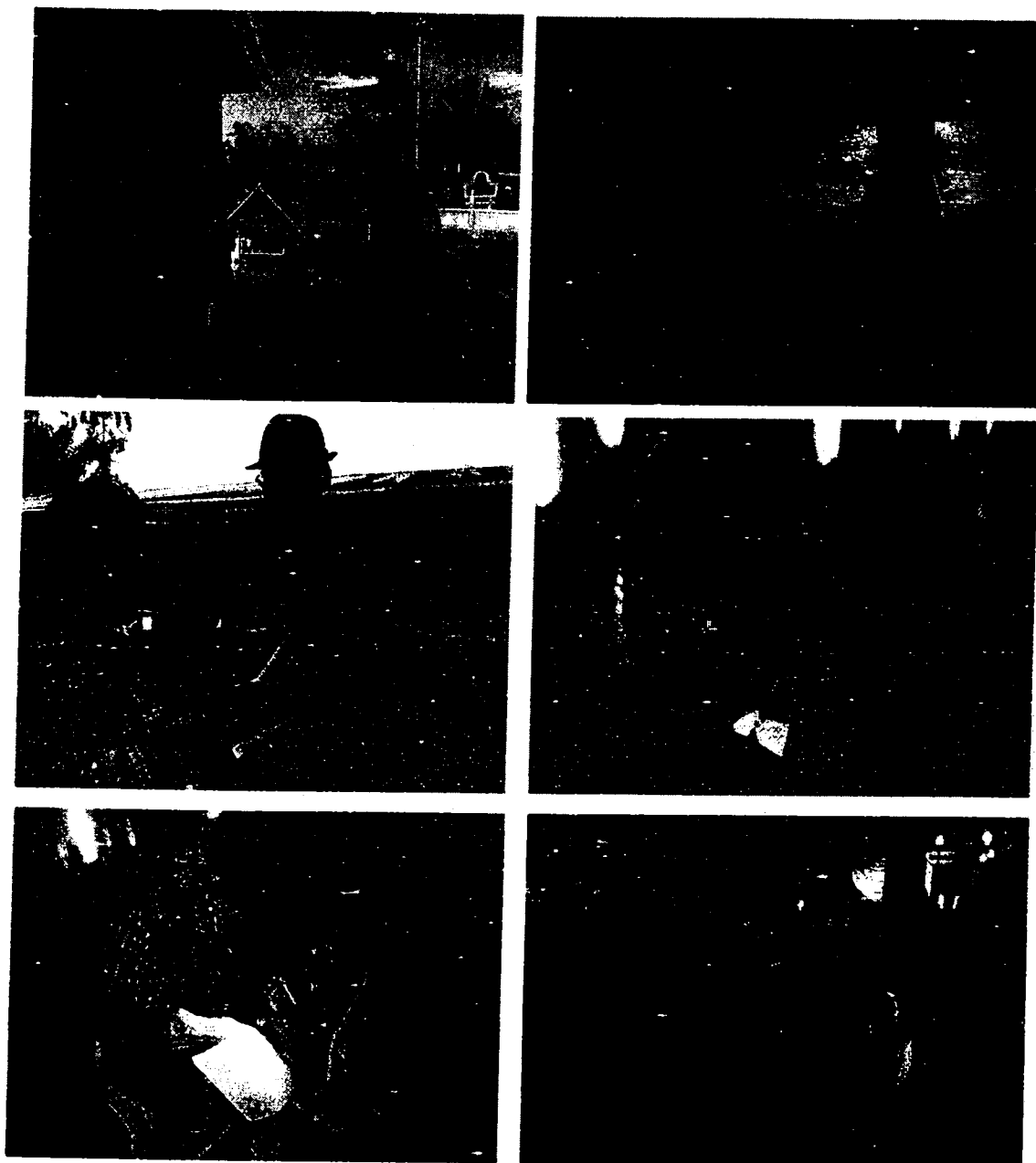
ภาพประกอบ : การสัมภาษณ์อาจารย์ภคดา รติยานุตม์  
 ตำแหน่งหัวหน้าสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล  
 และผู้ประกอบการด้านที่พัก



ภาพประกอบ : การสัมภาษณ์คุณหญิงไพณี บุญโพธิ์งาม  
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ ประจำอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จ.นครราชสีมา

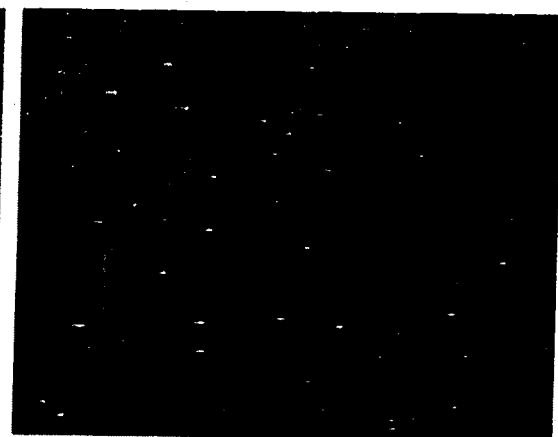
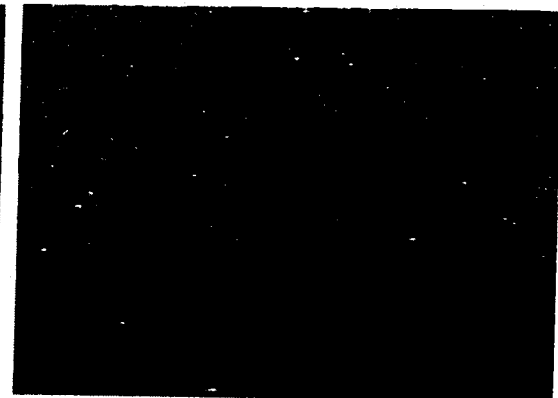
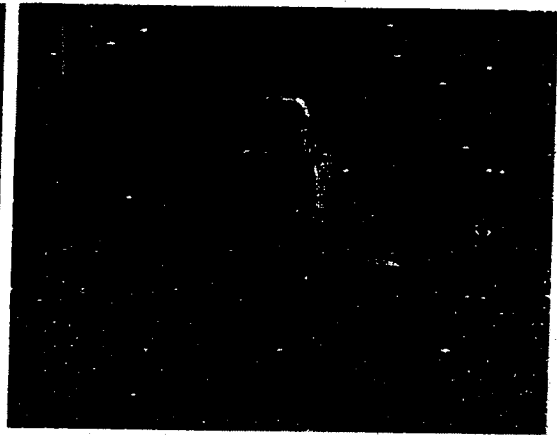
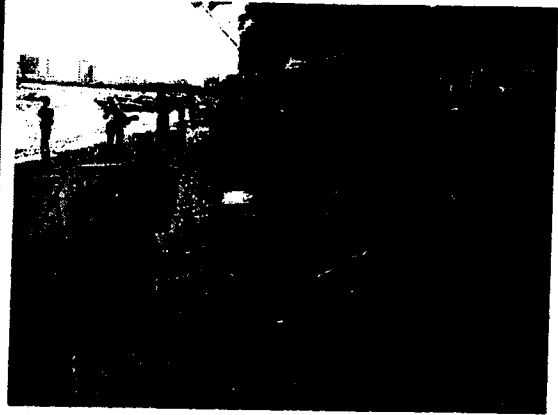


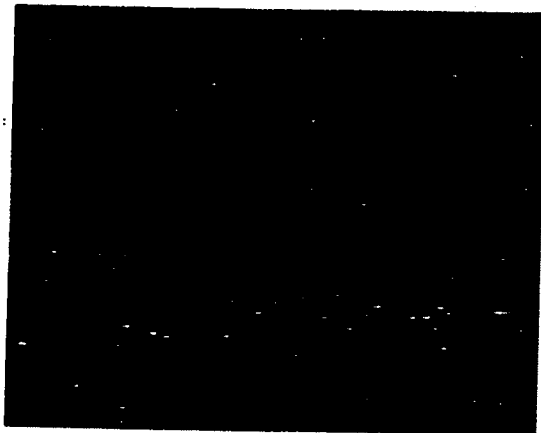
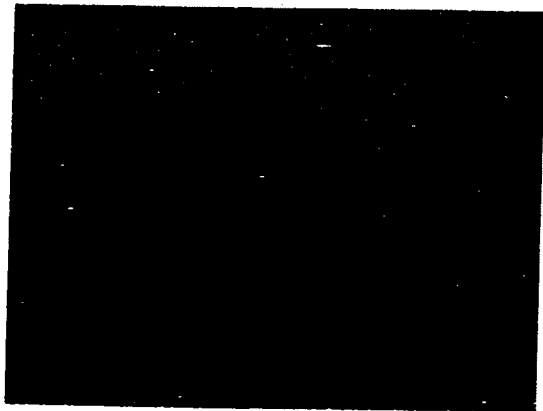
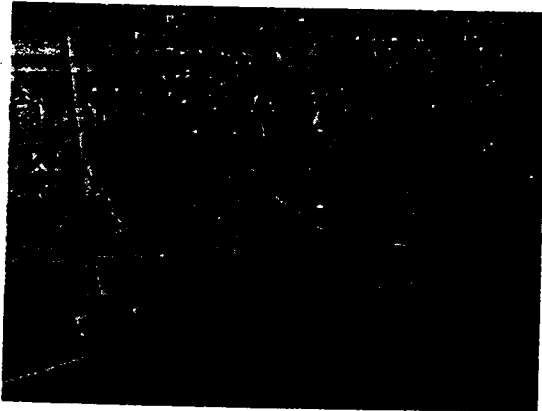
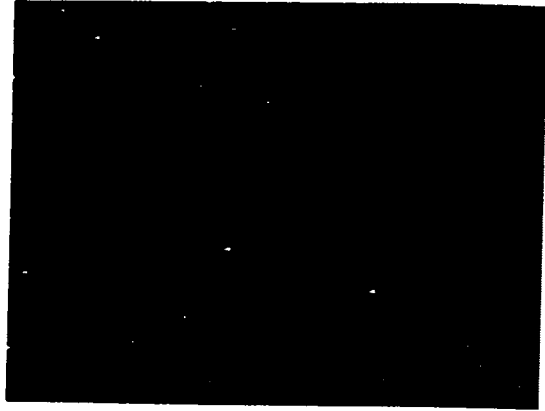
ภาพประกอบ : การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย



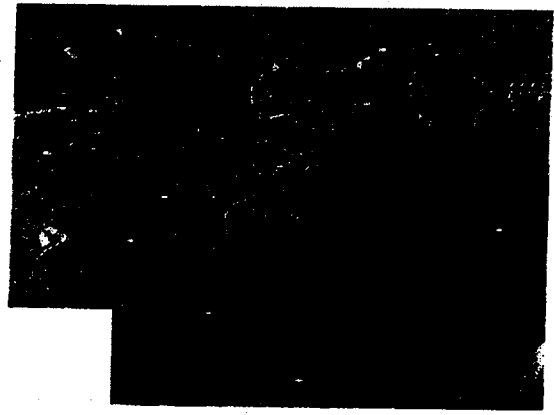
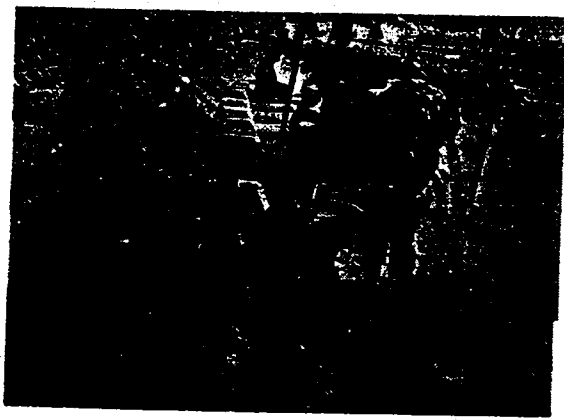
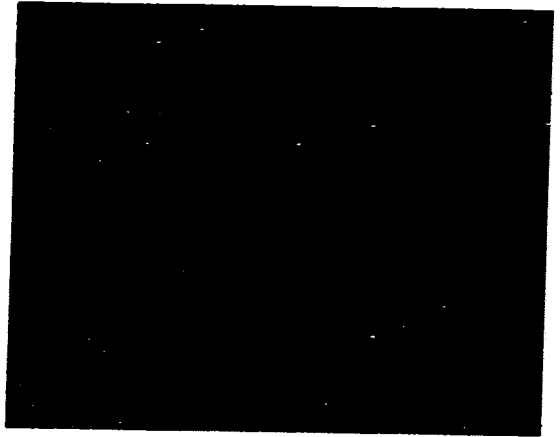
ภาพประกอบ : การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ

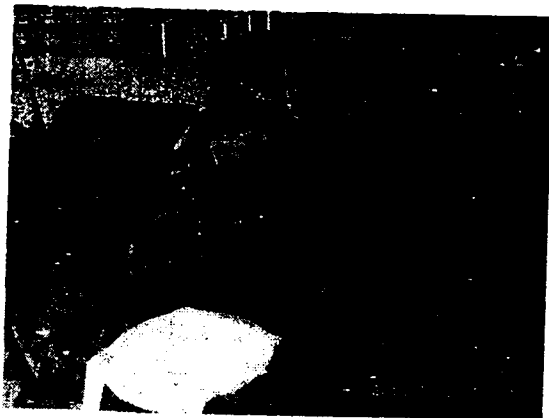
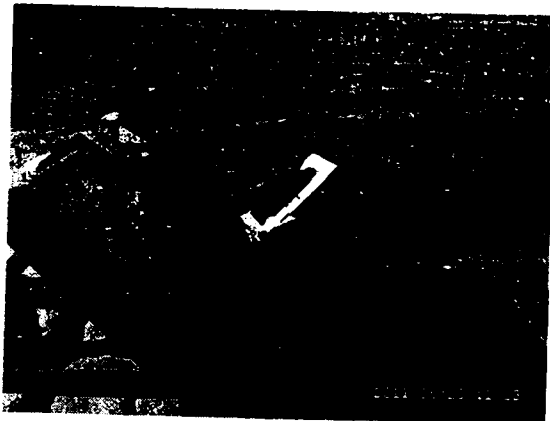
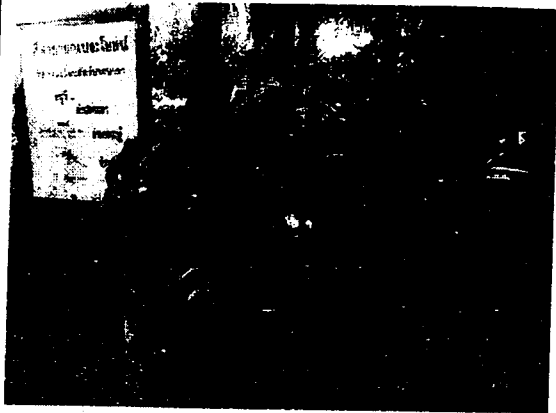
**ภาคผนวก ข**  
**ภาพประกอบการเก็บแบบสอบถาม**



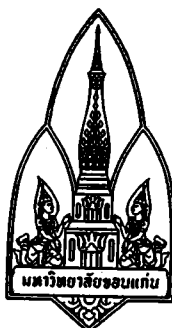








**ภาคผนวก ก**  
**แบบสอบถาม**



**Research Questionnaire**

**Subject: "THE EFFECT OF POLITICAL CONFLICT ON INTERNATIONAL TOURIST'S INTENTIONS TO VISIT BANGKOK"**

**Direction:** This questionnaire was initiated by Ms. Nalinthip Ngoensoongnoen, a student in Master of Business Administration in Tourism Management, Faculty of Management Science, Khon Kaen University. **All data collected does NOT affect responders at all.** This is a part of master thesis and used for educational purpose only.

**This questionnaire comprises 6 sections as described below:**

**Section 1** Personal Information

**Section 2** The attitude of foreign tourists on democracy in Thai democracy

**Section 3** The perception of foreign tourists on violence resulting from political conflict in Thailand during March - May 2010

**Section 4** The confidence of foreign tourists versus the ability to deal with the political conflict in Thailand during March - May 2010

**Section 5** The intention to travel after the violence occurred from the political conflict during March - May 2010

**Section 6** The suggestions for trip planning refer to the political protest occurred in Thailand

**Section 1 Personal Information**

**Direction:** Please mark with  or for  each question to indicate the most appropriate or correct answer.

**1. Sex.**

1. Male.  2. Female.

**2. Age.**

1. 15-24 years old.  2. 25-34 years old.  3. 35-44 years old.  
 4. 45-54 years old.  5. 55-64 years old.  6. Over 65 years old.

**3. Marital Status**

1. Single.  2. Married.  3. Separated.  4. Divorced.

**4. Occupation.**

1. Own business.  2. Government official.  3. Official.  
 4. Employee.  5. Student.  6. Retirement  
 7. Other, (Please specific) \_\_\_\_\_

**5. Education.**

1. High school.  2. Collage.  3. graduate.  
 4. Post graduate  5. Other, (Please specific) \_\_\_\_\_

**6. Income / month.**

1. Less than USD 20,000.  2. USD 20,001-40,000.  3. USD 40,001-60,000.  4.  
 USD 60,001-80,000.  5. USD over 80,001.

**7. Resident.**

1. Asia.  2. Europe.  3. America.  
 4. Oceania.  5. Middle East.  6. Africa.

**8. Religion.**

1. Buddhism.  2. Christianity.  3. Islam.  
 4. Other, (Please specific) \_\_\_\_\_

**9. This is \_\_\_\_\_ time that you travel to Thailand.**

1. 1<sup>st</sup>  2. the 2<sup>nd</sup>  
 3. the 3<sup>rd</sup>  4. Other, (Please specific) \_\_\_\_\_

**10. Number of days that spent in Bangkok? \_\_\_\_\_ days. (Please specific)****11. You would stay in Thailand in total of \_\_\_\_\_ days. (Please specific)**

12. Total cost of this trip in Bangkok for each is \_\_\_\_\_ USD per trip.

1. Less than USD 500.  2. USD 501-1,000.  
 3. USD 1,001- 1,500.  4. USD 1,501-2,000.  
 5. USD 2,001-2,500.  6. More than USD 2,501.

13. What is the purpose of your visit to Bangkok?

1. Holiday.  2. Business.  
 3. Convention/Conference/Exhibition.  4. Official.  
 5. Incentive.  6. Other, (Please specific) \_\_\_\_\_

14. Type of your service travel?

1. Package tour.  2. Backpack.  
 3. Other, (Please specific) \_\_\_\_\_

**Section 2** The attitude of foreign tourists on democracy in Thai democracy

*Direction:* Please mark with ✓ or in ✗ the blank cell as **matched to your attitude most** for each question of this survey.

- 5 Strongly agree  
4 Agree  
3 Neither agree nor disagree  
2 Disagree  
1 Strongly disagree

15.	Policy decision making is based on "The majority"						
16.	Government must listen to citizen opinions.						
17.	People must respect to the majority.						
18.	Election is a tool which can be used to change the power of government with peace.						
19.	All sorts of politicians must be elected by people in the country.						
20.	The majority based decision is the best conflict resolution.						

**Section 3** The perception of foreign tourists on violence resulting from political conflict in Thailand during March - May 2010

*Direction:* Please mark with ✓ or for ✗ each question to indicate the most correct answer.

No.	Question					
21.	Information about political conflict influences your travel decision.					
22.	You feel scared with violence from the rally in Bangkok.					

**Section 4** The confidence of foreign tourists versus the ability to deal with the political conflict in Thailand during March - May 2010

*Direction:* Please mark with ✓ or for ✗ each question to indicate the most correct answer.

No.	Question					
23.	Thai government was able to manage unpeaceful circumstances which derived from the political conflict in Thailand.					
24.	Thai Prime minister was able to deal with unpeaceful situation due to the political conflict.					
25.	Thai justice system was able to cope with any problems which may occur due to the political conflict.					
<b>State Management System</b>						
26.	Thai people have developed their political harmony.					
27.	Thai government is able to well protect tourists.					
28.	Local office can evenly look after tourists.					
29.	You visit Bangkok because you think tourism police and relevant officers can save you.					





43.	Preparedness of accommodation and service								
44.	Preparedness of attraction place and service.								
45.	Preparedness of food and entertainment and service.								
46.	Preparedness of souvenir and service.								
47.	Preparedness of transportation and service.								
48.	You have studied the information of Thai economy.								
49.	You have studied the information of Thai geography.								
50.	You have studied the information of Thai tourism locations.								
51.	You have studied the information of Thai politics.								

**Section 6** The suggestions for trip planning refer to the political protest occurred in Thailand.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Thank you for your kindness in completing this questionnaire.**

**Ms. Nalinthip Ngoensoongnoen.**

**A researcher.**

**ภาคผนวก ง**

**หนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์และรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์**



ที่ ศธ 0514.22.1/ 2376

คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง  
จังหวัดขอนแก่น 40002

๒๖ มิถุนายน 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน หัวหน้าสาขาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ด้วยนางสาวนลินทิพย์ เงินสูงเนิน นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว แผน ก โครงการพิเศษ คณะวิทยาการจัดการ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมือง ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา จังหวัดนครราชสีมา" เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ คณะวิทยาการจัดการ จึงใคร่ขอให้นักศึกษาเข้า สัมภาษณ์ขอข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับหัวข้อวิทยานิพนธ์ ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2553 เวลา 14.00 น. เป็นต้นไป เพื่อประกอบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์มีนทนา สามารถ)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

งานบริการการศึกษา

โทรศัพท์.0-4320-2401 ต่อ 210 โทรสาร.0-4320-2402

ผู้ประสานงาน นางสาวนลินทิพย์ เงินสูงเนิน โทร 08-7870-7760

กรณีพิพาท / เจ้าของเรื่อง



ที่ ศธ 0514.22.1/ 2374

คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง  
จังหวัดขอนแก่น 40002

29 มิถุนายน 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา

ด้วยนางสาวนลินทิพย์ เงินสูงเนิน นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว แผน ก โครงการพิเศษ คณะวิทยาการจัดการ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ผลกระทบความขัดแย้งทางด้านการเมือง ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา จังหวัดนครราชสีมา" เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ คณะวิทยาการจัดการ จึงใคร่ขอให้นักศึกษาเข้า สัมภาษณ์ขอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิทยานิพนธ์ ในวันที่ 29 มิถุนายน 2553 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป เพื่อประกอบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์มันทนา สามารถ)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

งานบริการการศึกษา

โทรศัพท์.0-4320-2401 ต่อ 210 โทรสาร.0-4320-2402

ผู้ประสานงาน นางสาวนลินทิพย์ เงินสูงเนิน โทร 08-7870-7760

ภรณ์ทิพย์ / เจ้าของเรื่อง



ที่ ศธ 0514.22.1/ 2377

คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง  
จังหวัดขอนแก่น 40002

๗ มิถุนายน 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ท้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา

ด้วยนางสาวนลินทิพย์ เงินสูงเนิน นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว แผน ก โครงการพิเศษ คณะวิทยาการจัดการ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมือง ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา จังหวัดนครราชสีมา" เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ คณะวิทยาการจัดการ จึงใคร่ขอให้นักศึกษาเข้า สัมภาษณ์ขอข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับหัวข้อวิทยานิพนธ์ ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2553 เวลา 10.00 น.เป็นต้นไป เพื่อประกอบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุนยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์มีนทนา สามารถ)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

งานบริการการศึกษา

โทรศัพท์.0-4320-2401 ต่อ 210 โทรสาร.0-4320-2402

ผู้ประสานงาน นางสาวนลินทิพย์ เงินสูงเนิน โทร 08-7870-7760

กรณีพิพาท / เจ้าของเรื่อง

### รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

- นัชชาและคณะ. (26 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวไทย. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 เทียน โพลิน บุญโพธิ์งาม. (26 มิถุนายน 2553). ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ ประจำ  
 อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จ.นครราชสีมา ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 ภลดา รติชยานุตม์. (26 มิถุนายน 2553). ตำแหน่งหัวหน้าสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว  
 มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุลและผู้ประกอบการด้านที่พักผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 รุ่งทิพย์ นุกขุนทด. (26 มิถุนายน 2553). ตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
 สำนักงานนครราชสีมา ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 สมชาย. (26 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวสระบุรี. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 อักษร แสนใหม่. (26 มิถุนายน 2553). ตำแหน่งท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา ผู้สัมภาษณ์  
 นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 Asbjoern Halden . (28 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวนอร์เวย์. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 Delet. (28 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวยุโรป. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 Febien. (28 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 Giorgio. (28 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวอิตาลี. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 Jone Letmolie. (28 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวนอร์เวย์. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 Philig. (28 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 Pual. (28 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวยุโรป. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 Stig A. Halden. (28 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวนอร์เวย์. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน  
 Torunn Halden. (28 มิถุนายน 2553). นักท่องเที่ยวชาวนอร์เวย์. ผู้สัมภาษณ์ นลินทิพย์ เงินสูงเนิน

ภาคผนวก ง

หนังสือแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

20 January 2011

Dear Lilya Yakupova (Ms.)  
Director of Sales and Marketing-CIS,

Subject: Invitation to be an expert to revise construct validity and content validity

Refer to MS. NALINTHIP NGOENSOONGNOEN, Student Clerk  
She is currently enrolled as a first-year student in the Faculty of Management Sciences, Kasornrajavidyalakul University in a program leading to Master of Business Administration (Management) who is studying the part-time Master degree as Plan A: Contents Management, which her thesis title is The effect of Political Conflict on International Tourist's intention to visit Bangkok; consequently, on behalf of Faculty of Management Sciences, Kasornrajavidyalakul University, I am very pleased to have the honor of inviting you as an expert, we would like you to revise construct validity and content validity of questionnaire including assistance our student in the development of questionnaire. As you will see the questionnaire had attached with this letter.

We sincerely hope you will be able to accept our invitation, and look forward to your response. For any further information, please contact Miss Nalintlip Ngoensoongnoen by cell phone: 887-8707760.

Yours Sincerely,

*Manthana Samart*

Assoc. Prof. Manthana Samart  
Dean, Faculty of Management Sciences

Travel Asia Co., Ltd.,  
Room 147-148, 12<sup>th</sup> Floor, Charn Issara Tower,  
Rama 4 Road, Bangkok, 10500, Thailand





### บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ กลุ่มภารกิจบริการทางวิชาการ โทร.12206-8 ต่อ 137

ที่ ศธ 0514.22.1 / 250

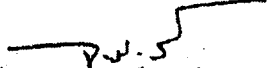
วันที่ 19 มกราคม 2554

เรื่อง ขออนุญาตแต่งตั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน อาจารย์พงศ์พันธุ์ ศรีธาพิทย์

ด้วย นางสาวลินทิพย์ เงินสูงเนิน รหัสประจำตัว 525210010-9 นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว แผน ก แบบ ก(2) โครงการพิเศษ คณะวิทยาการจัดการ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร" ในการศึกษาครั้งนี้จำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยก่อนที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ ในครั้งนี้ คณะวิทยาการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอแต่งตั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของเครื่องมือดังกล่าว ตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จักเป็นพระคุณยิ่ง

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสจักร์ หน่งงาม)

รองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผนพัฒนา  
รักษาการแทนคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ที่ ศธ 0514.22.1/ 494



คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002

4 กุมภาพันธ์ 2554

เรื่อง ขออนุญาตแต่งตั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน อาจารย์รุจน์ตาภรณ์ ศิริพิริยะกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด

ด้วย นางสาวนลินทิพย์ เงินสูงเนิน รหัสประจำตัว 525210010-9 นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว แผน ก แบบ ก(2) โครงการพิเศษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร" โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตพกา แสงชัยธร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ในการศึกษาครั้งนี้จำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยก่อนที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ ในกรณีนี้ คณะวิทยาการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอแต่งตั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของเครื่องมือดังกล่าว ตามเอกสารที่ส่งมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นันทนา สามารต)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น

งานบริการการศึกษา

โทรศัพท์ 0-4320-2401 ต่อ 137

โทรสาร 0-4320-2402

ผู้ประสานงาน : นางสาวนลินทิพย์ เงินสูงเนิน โทรศัพท์ 087-8707760

เจ้าของเรื่อง : แฉงจักร์ :



ที่ ศธ 0514.22.1/ 495

คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002

1 กุมภาพันธ์ 2554

เรื่อง ขออนุญาตแต่งตั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ดร.บุษยา วงษ์สวัสดิกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด

ด้วย นางสาวลลิตทิพย์ เงินสูงเนิน รหัสประจำตัว 525210010-9 นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว แผนก ก แบบ ก(2) โครงการพิเศษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ผลกระทบความขัดแย้งทางการเมืองที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร" โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตภา แสณชัยพร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ในการศึกษาครั้งนี้จำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยก่อนที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ ในกรณีคณะวิทยาการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอแต่งตั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของเครื่องมือดังกล่าว ตามเอกสารที่ส่งมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์มีศณา สามารต)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น

งานบริการการศึกษา

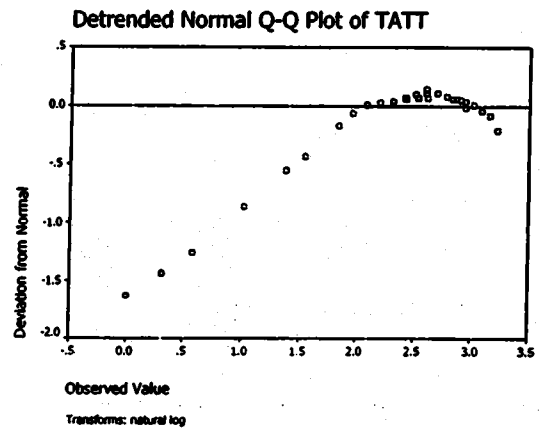
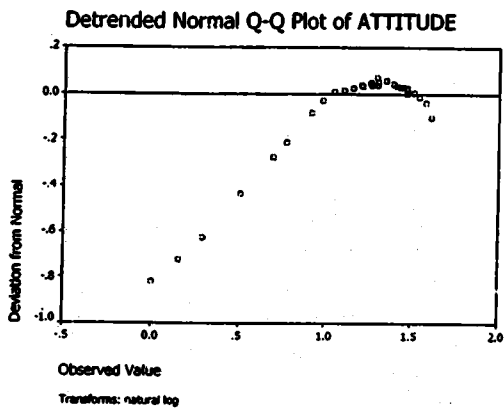
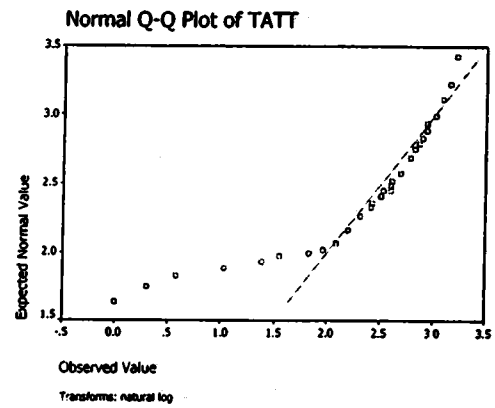
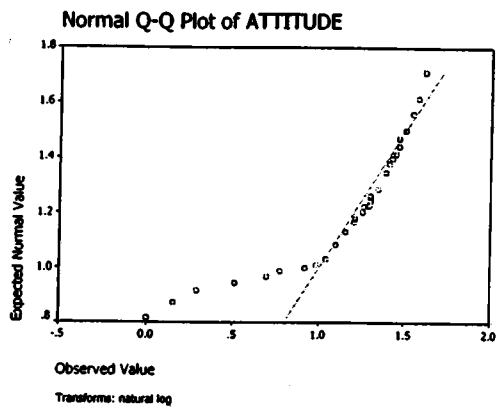
โทรศัพท์ 0-4320-2401 ต่อ 137

โทรสาร 0-4320-2402

ผู้ประสานงาน : นางสาวลลิตทิพย์ เงินสูงเนิน โทรศัพท์ 087-8707760

เจ้าของเรื่อง : นางสาวบุษยา :

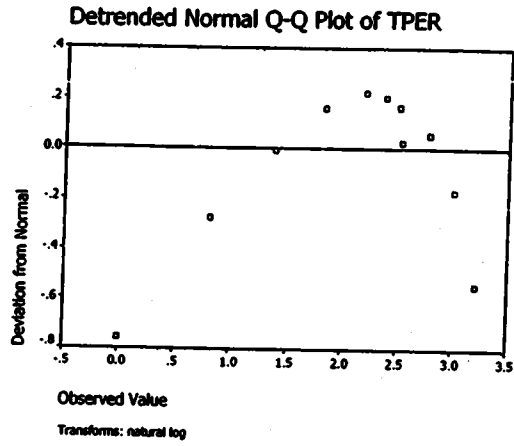
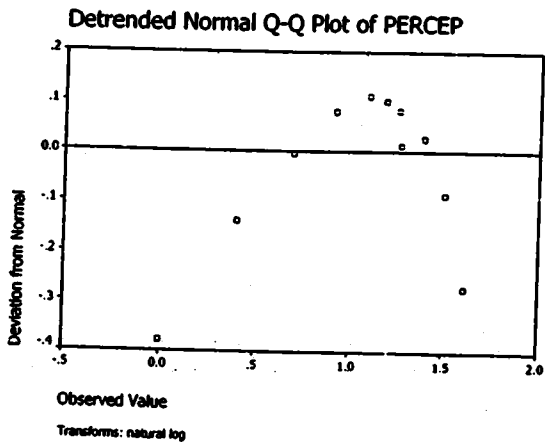
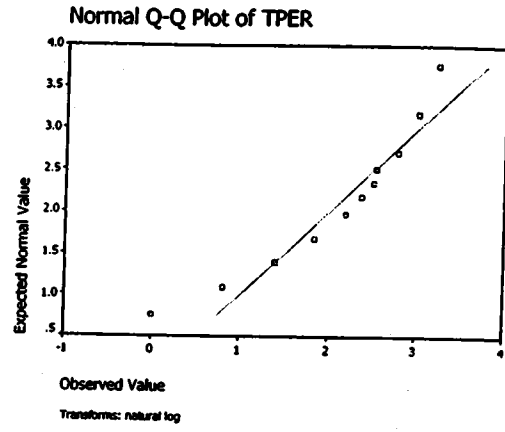
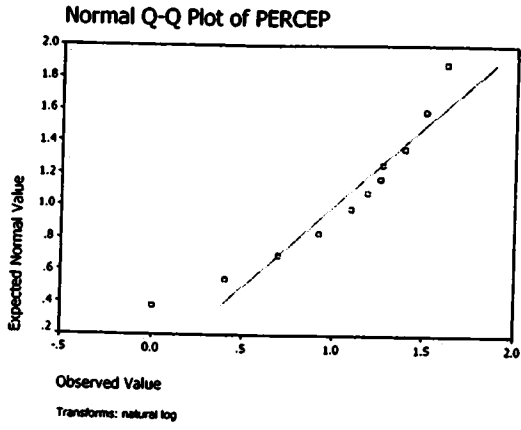
**ภาคผนวก ฉ**  
**ค่าทางสถิติ**



**ก่อนยกกำลัง**

**หลังยกกำลัง**

**กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ**  
**ตัวแปรอิสระ : ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อ**  
**ระบบประชาธิปไตยของประเทศไทย**

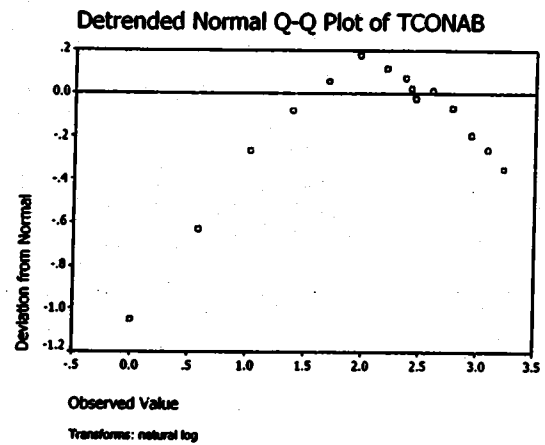
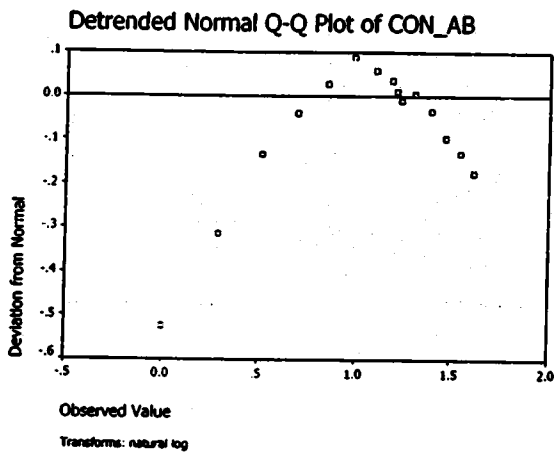
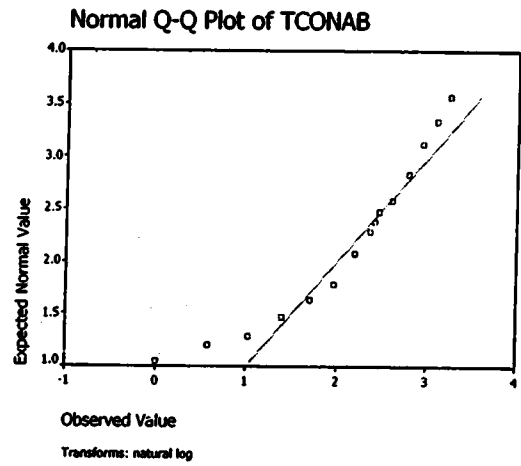
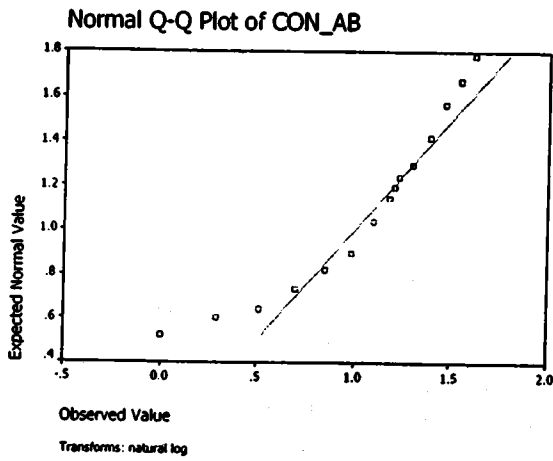


ก่อนยกกำลัง

หลังยกกำลัง

กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ

ตัวแปรอิสระ : การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความรุนแรงของความขัดแย้งทางด้าน  
การเมืองในประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553

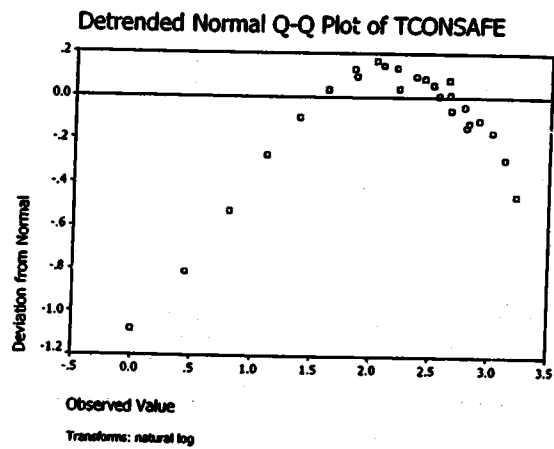
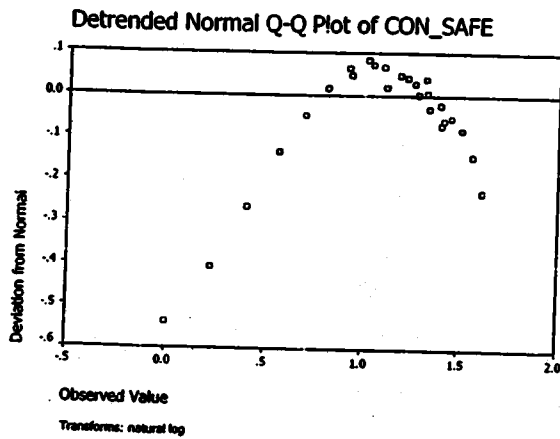
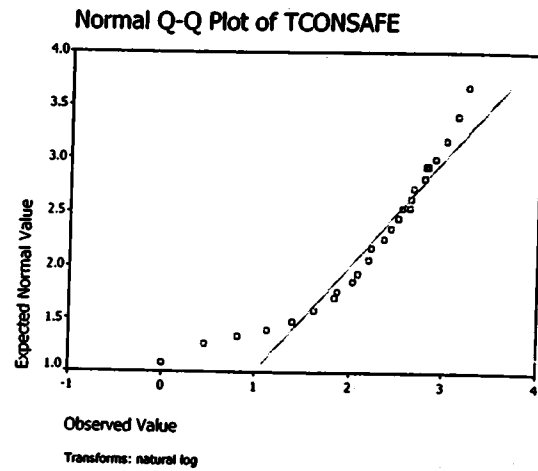
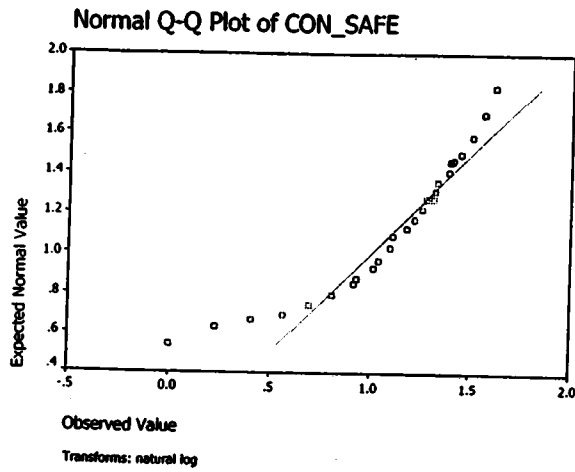


ก่อนยกกำลัง

หลังยกกำลัง

**กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ**

**ตัวแปรอิสระ : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความ  
ขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553**

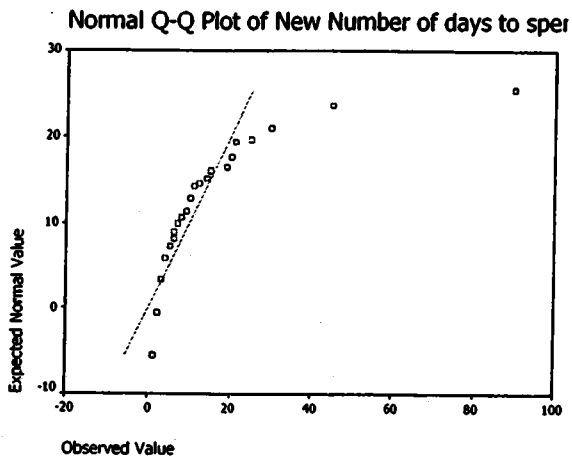


ก่อนยกกำลัง

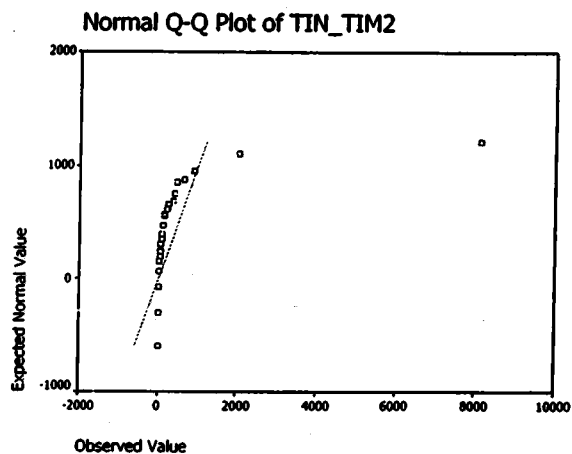
หลังยกกำลัง

กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ  
ตัวแปรอิสระ : ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย  
เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553

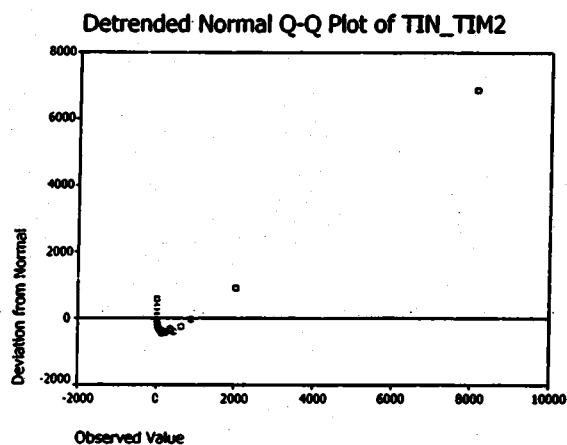
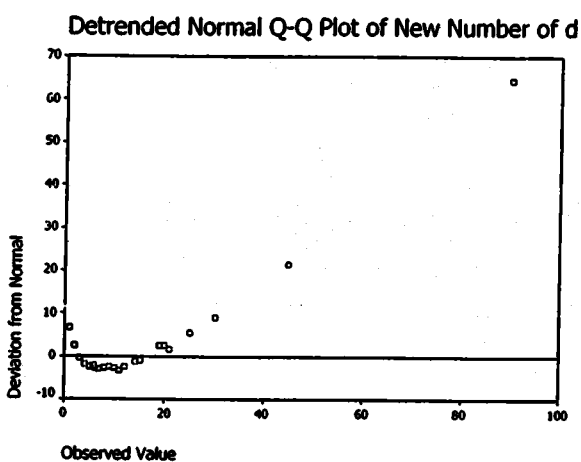




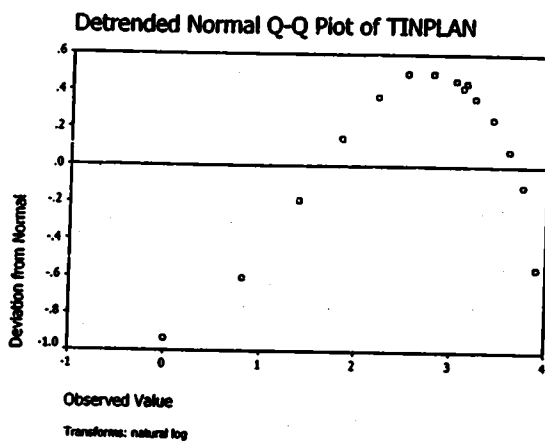
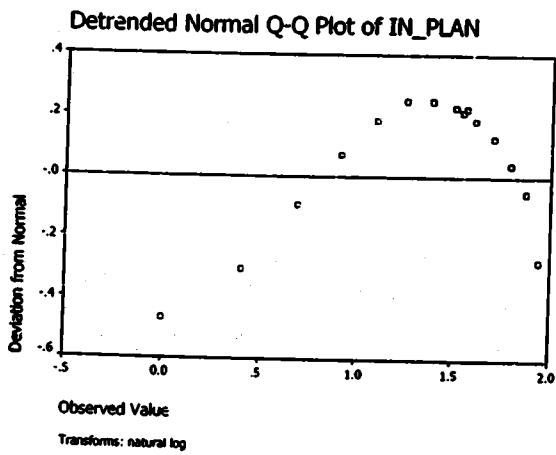
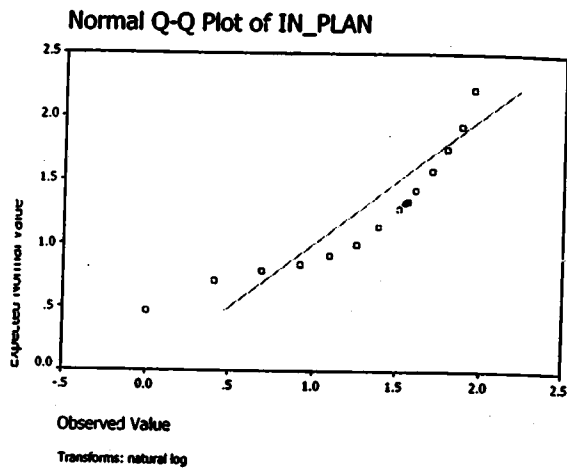
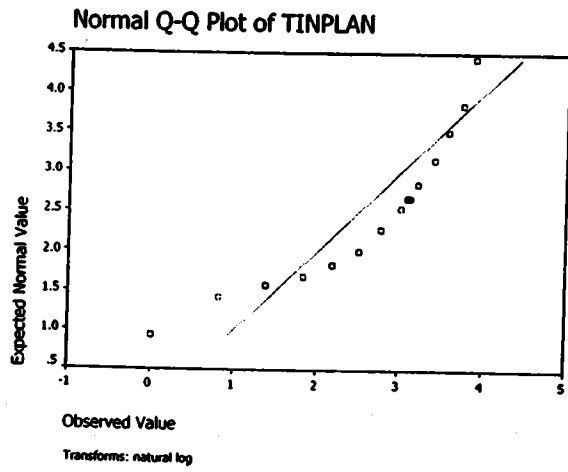
ก่อนยกกำลัง



หลังยกกำลัง



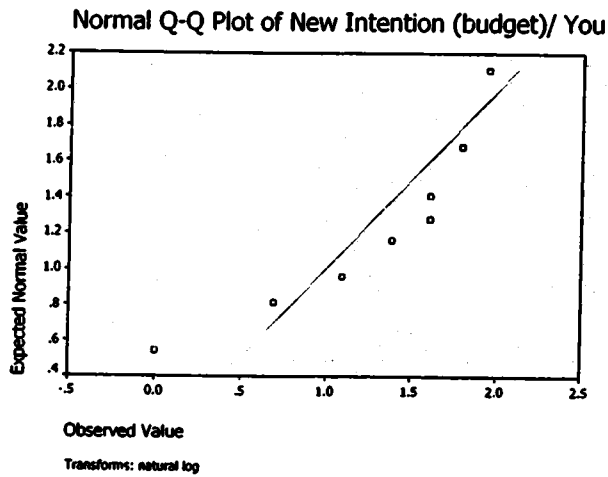
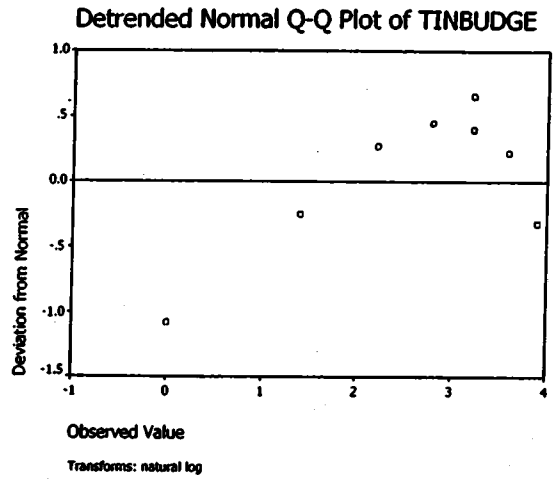
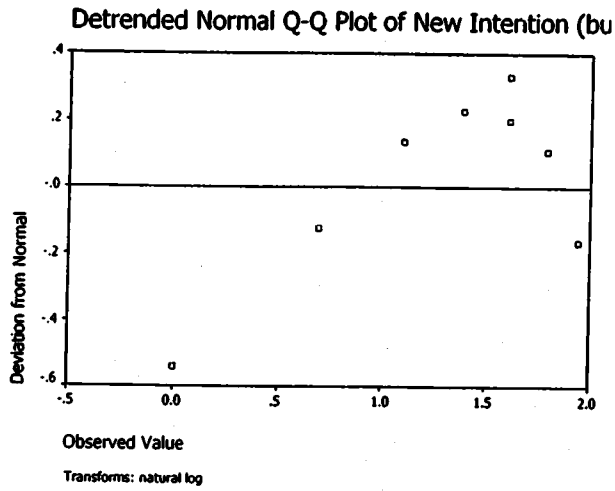
กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ  
 ตัวแปรตาม : ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่นักท่องเที่ยว  
 ใช้ท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร



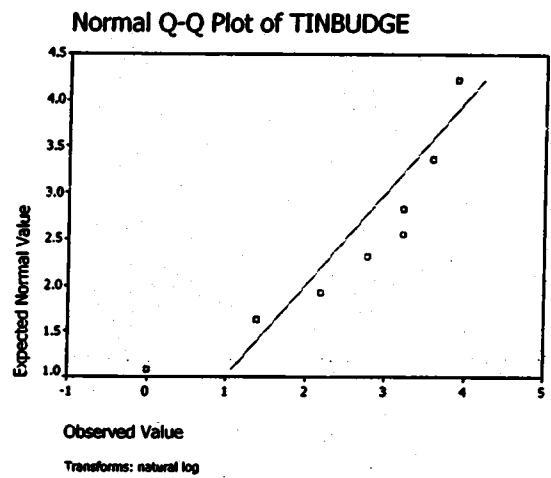
ก่อนยกกำลัง

หลังยกกำลัง

กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ  
 ตัวแปรตาม : ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการวางแผนท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร



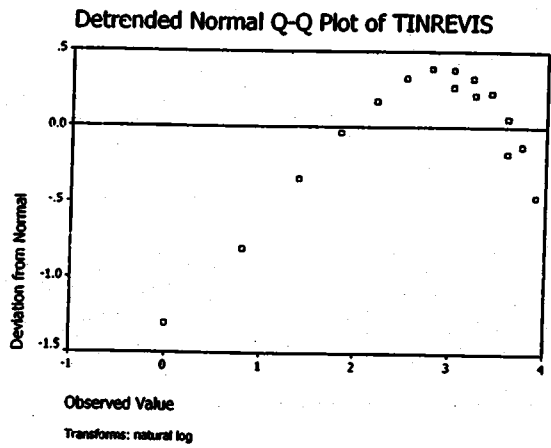
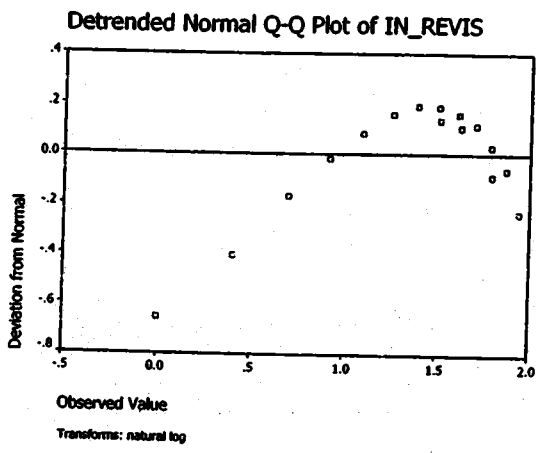
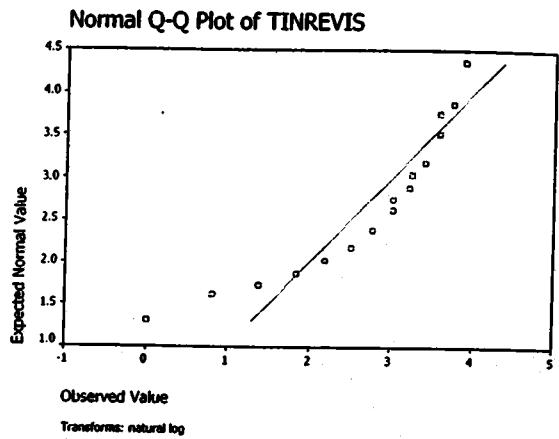
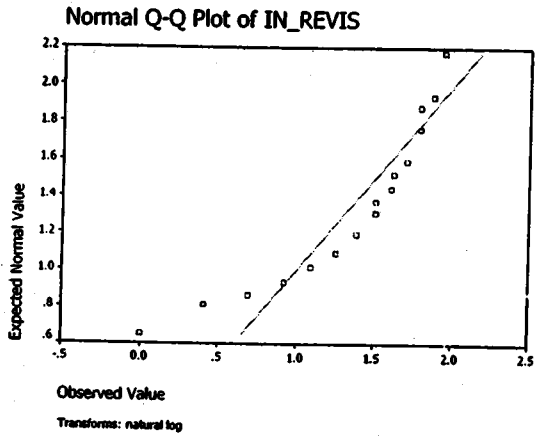
ก่อนยกกำลัง



หลังยกกำลัง

**กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ**

**ตัวแปรตาม : ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านงบประมาณท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร**

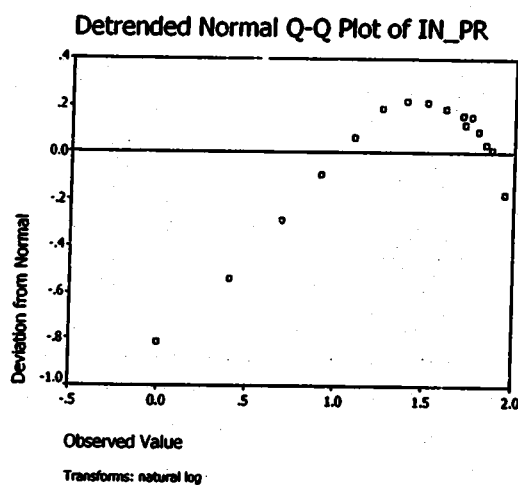
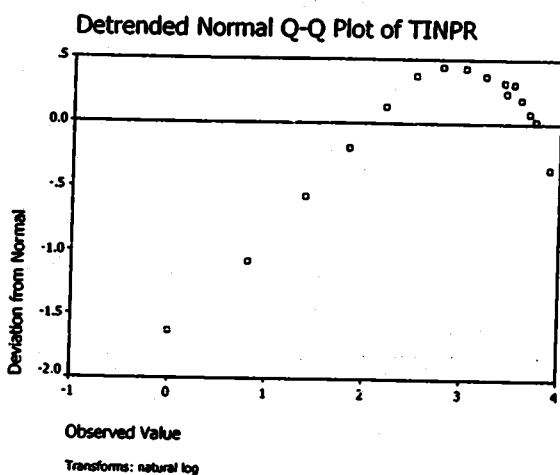
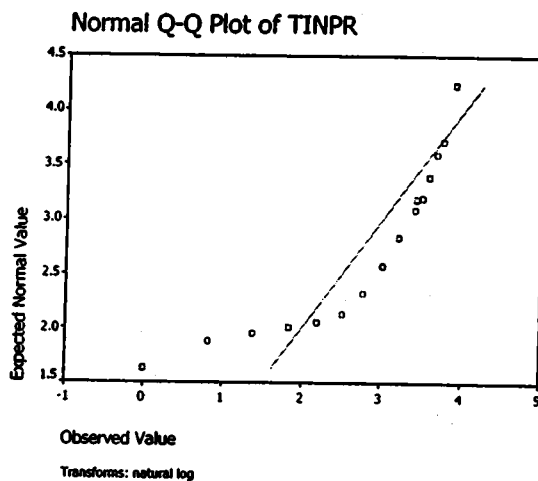
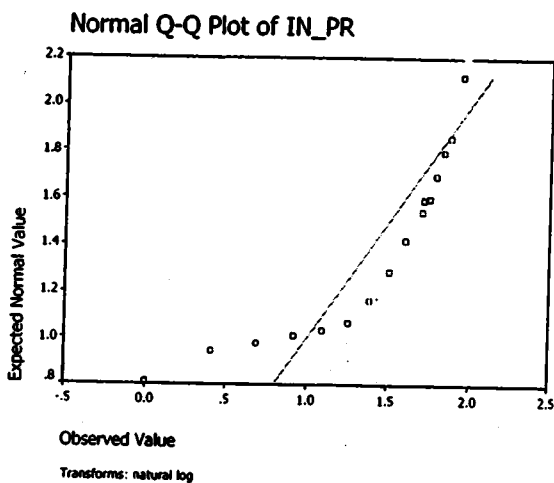


ก่อนยกกำลัง

หลังยกกำลัง

กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ

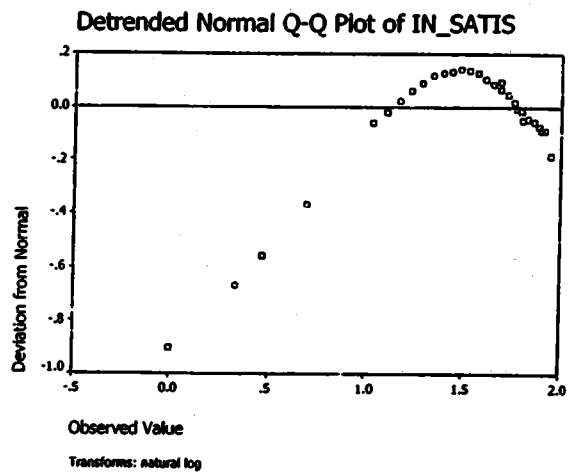
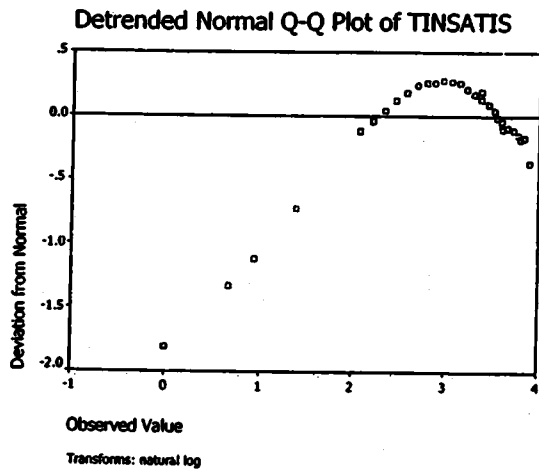
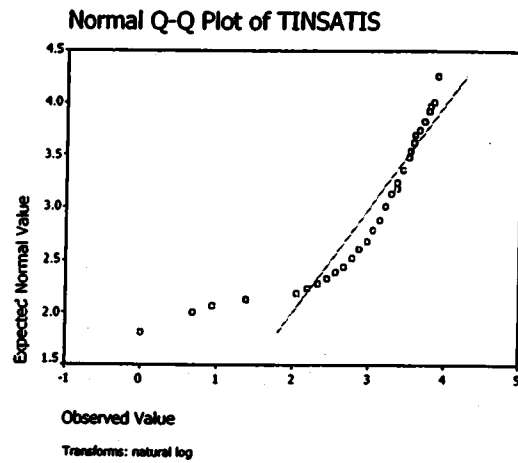
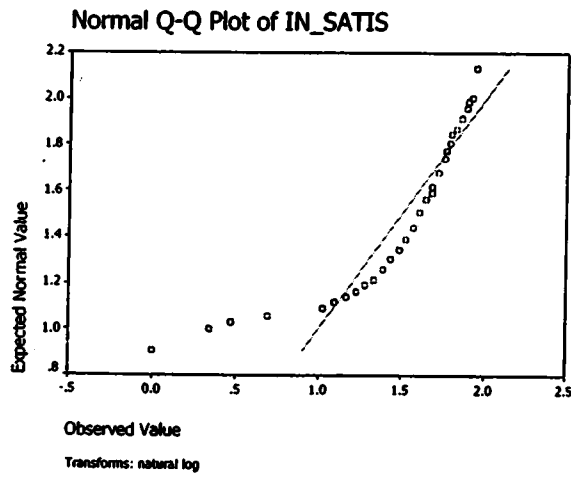
ตัวแปรตาม : ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กรุงเทพมหานคร



ก่อนยกกำลัง

หลังยกกำลัง

กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ  
 ตัวแปรตาม : ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์และบอกต่อผู้อื่น  
 ให้มาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

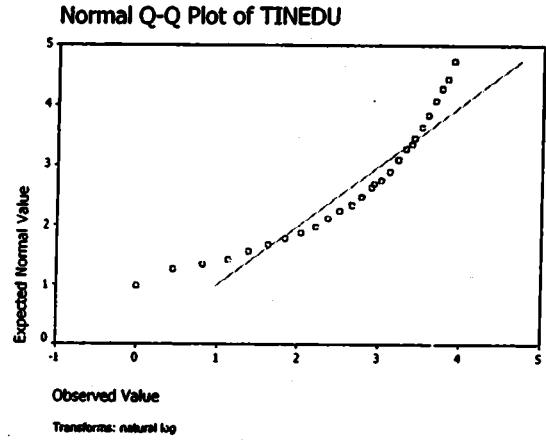
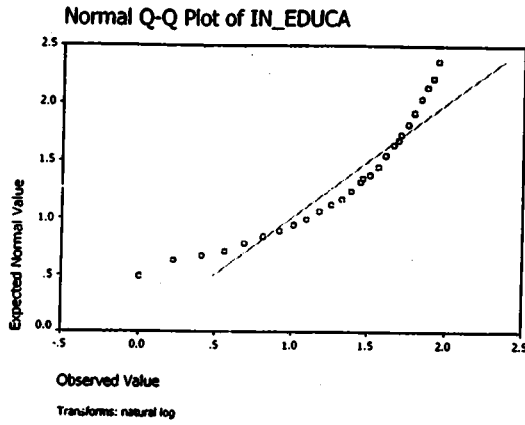


ก่อนยกกำลัง

หลังยกกำลัง

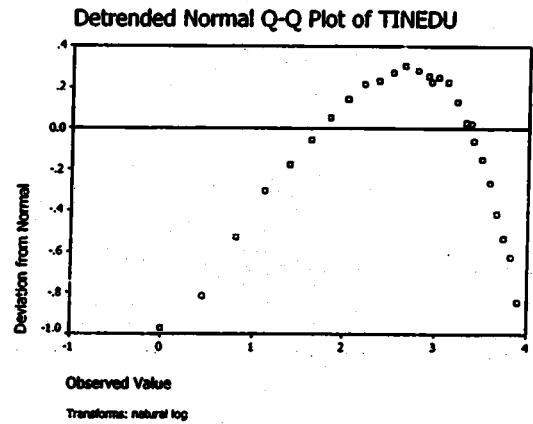
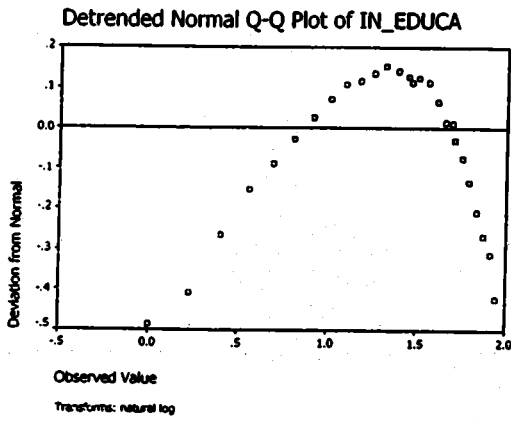
**กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ**

**ตัวแปรตาม : ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร**



ก่อนยกกำลัง

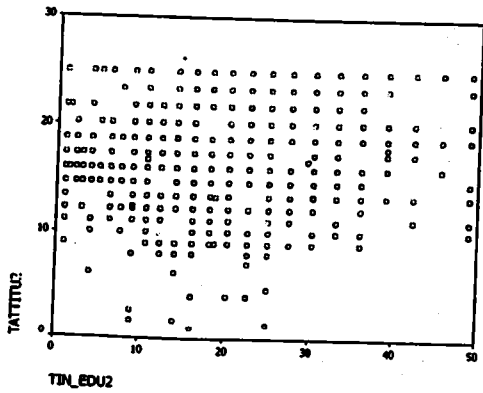
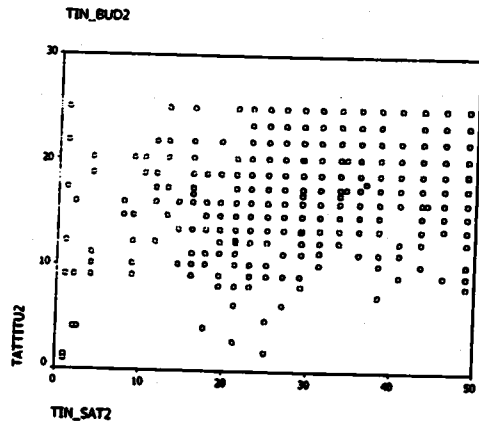
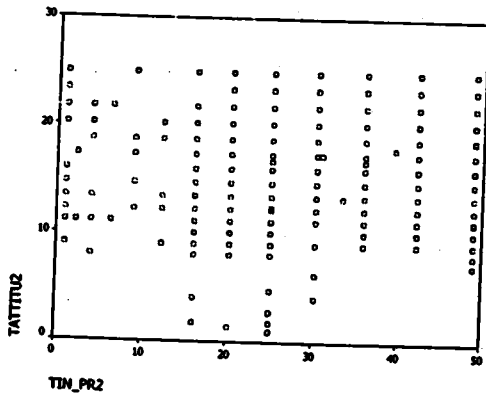
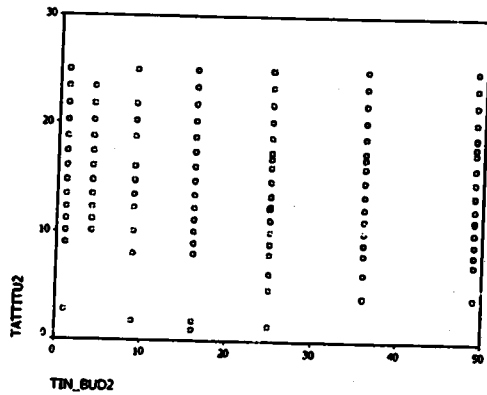
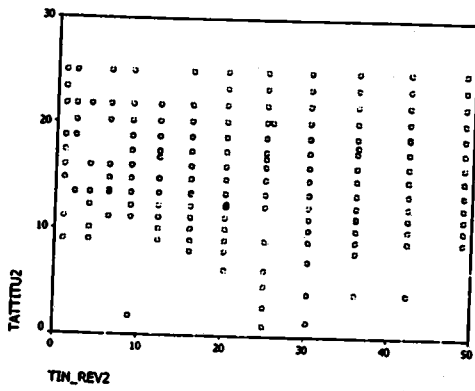
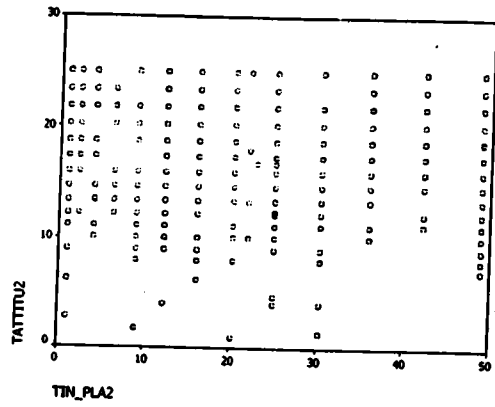
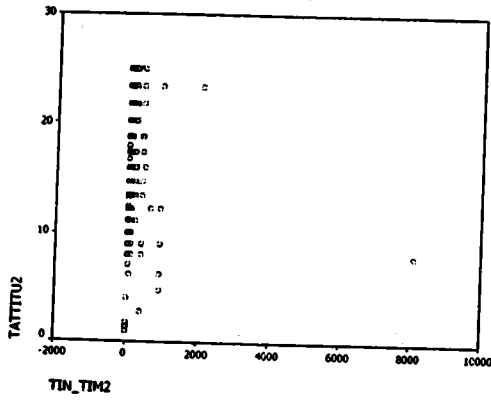
หลังยกกำลัง



กราฟ Q-Q Plot แสดงการแจกแจงปกติ

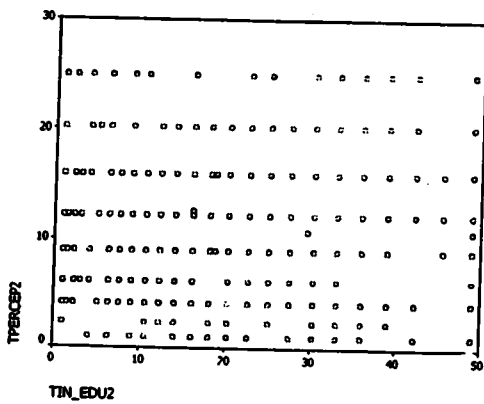
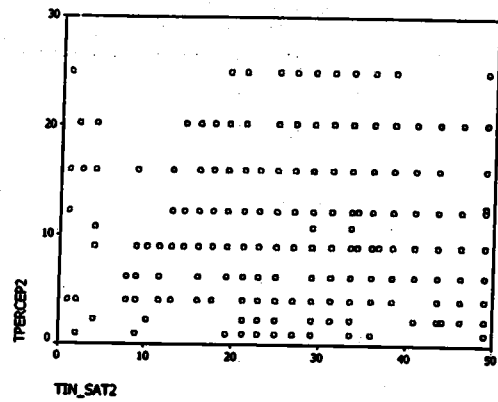
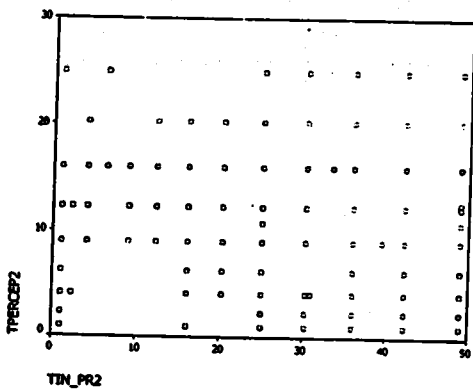
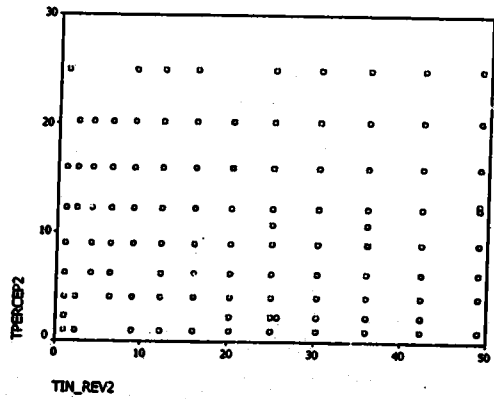
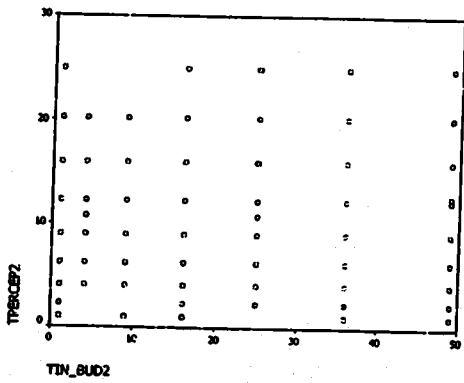
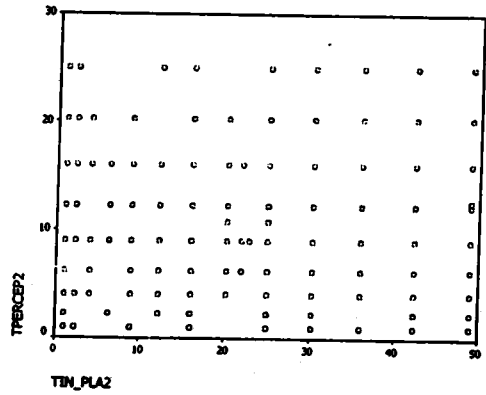
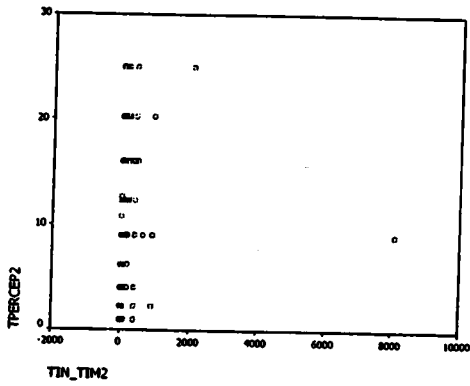
ตัวแปรตาม : ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวด้านการศึกษามูลของประเทศไทย

ก่อนมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

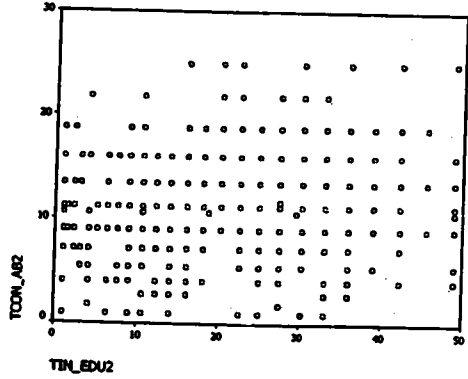
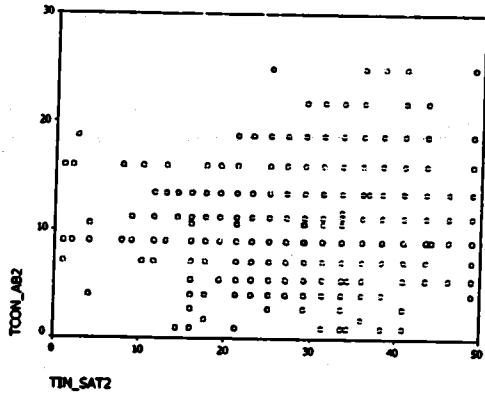
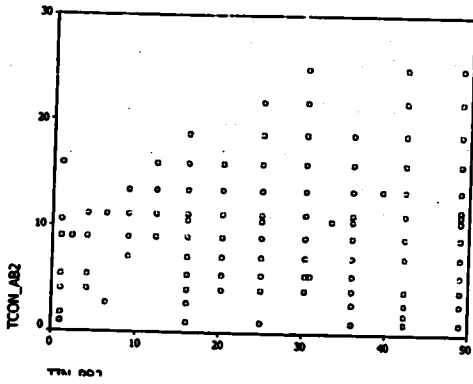
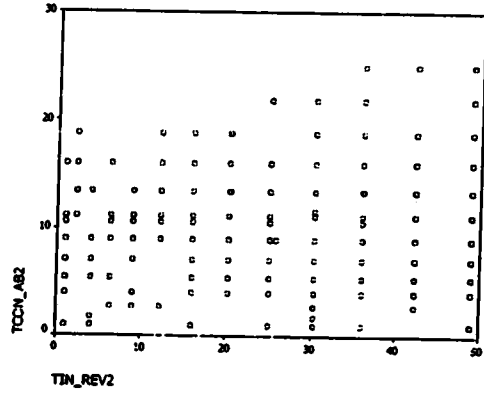
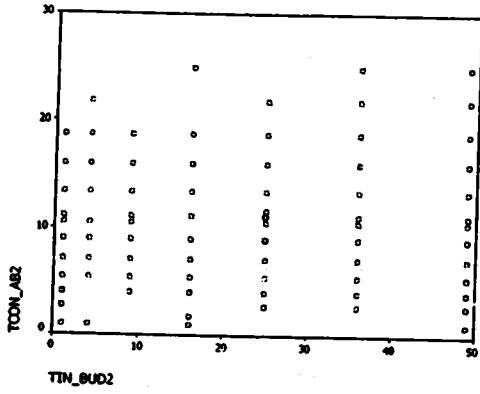
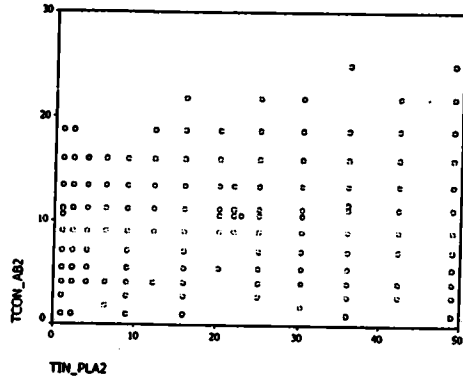
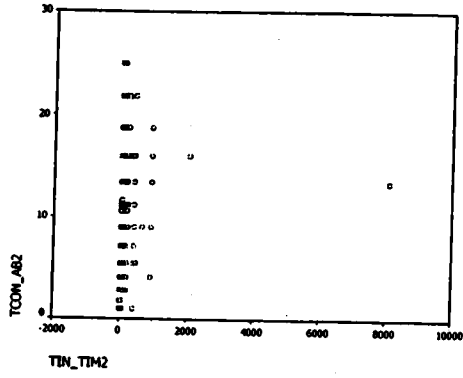


กราฟ Scatter Plot แสดงการเกาะกลุ่มระหว่าง  
ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคือ  
ระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย  
กับตัวแปรตาม

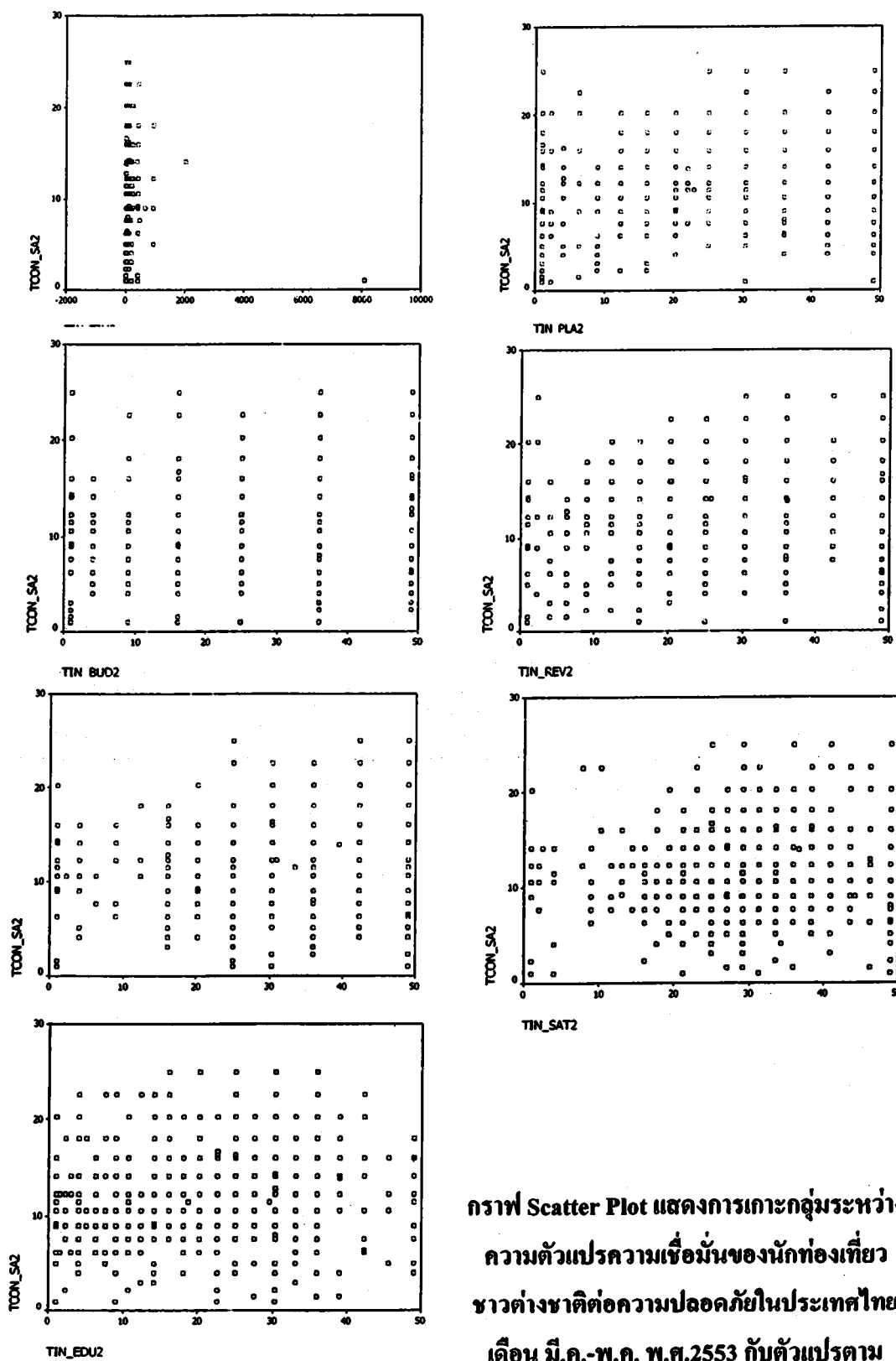




กราฟ Scatter Plot แสดงการเกาะกลุ่มระหว่าง  
 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อความ  
 รุนแรงของความขัดแย้งทางการเมืองของ  
 ประเทศไทย เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553  
 กับตัวแปรตาม



กราฟ Scatter Plot แสดงการเกาะกลุ่มระหว่าง  
ตัวแปรความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติต่อความสามารถในการจัดการความ  
ขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย เดือน  
มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553 กับตัวแปรตาม



กราฟ Scatter Plot แสดงการเกาะกลุ่มระหว่าง  
 ความตัวแปรความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว  
 ชาวต่างชาติต่อความปลอดภัยในประเทศไทย  
 เดือน มี.ค.-พ.ค. พ.ศ.2553 กับตัวแปรตาม



## ประวัติผู้เขียน

นางสาวนลินทิพย์ เงินสูงเนิน เกิดเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2527 เกิดที่จังหวัดนครราชสีมา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง) สาขาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล ปีพุทธศักราช 2550 และศึกษาต่อระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เมื่อปีพุทธศักราช 2552