

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วพวพว

(รองศาสตราจารย์ ดร. รสขงพร โกมลเสวิน)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร. ศรีสุดา จงสิทธิผล)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2554

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. รสขงพร โกมลเสวิน ที่ปรึกษาในการทำวิจัย พร้อมทั้งได้ให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิจัยฉบับนี้ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนทำให้การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร. อัญภักร์ ประพันธ์เนติวุฒิ และดร. ภัณฑิรา เลิศเดชเดชา อาจารย์มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการตอบแบบสอบถาม

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน



ณัฐพร แซ่แห้ว

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่
ผู้ศึกษาค้นคว้า	ณัฐพร แซ่แห้ว
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. รสชงพร โกมลเสวิน
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553
คำสำคัญ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ การตัดสินใจ

บทคัดย่อ

การศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำนวน 200 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ค่า F- test (ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe (Scheffe Method)

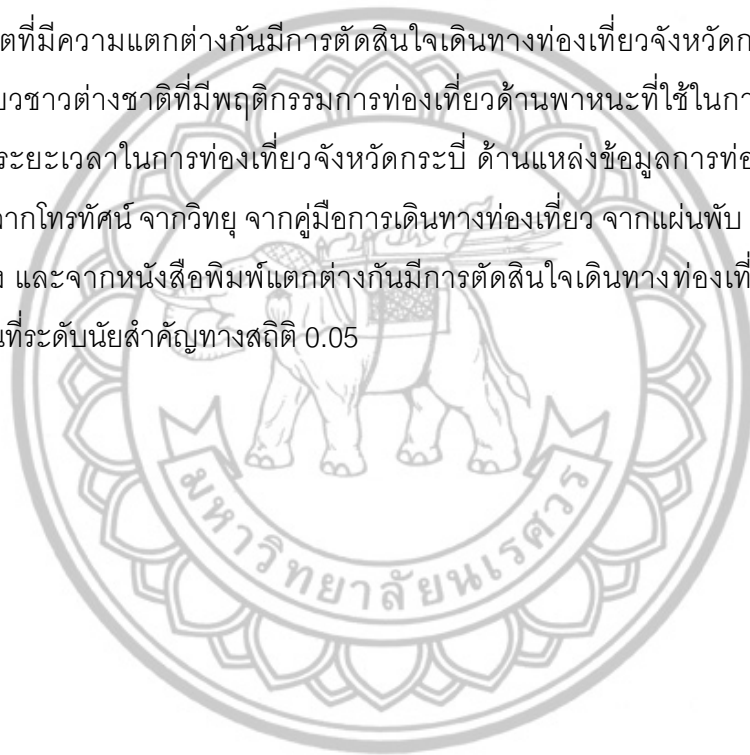
ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงาม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านการขนส่งไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ และปัจจัยด้านการขนส่งกับปัจจัยด้านราคาไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการรับรู้แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ จากเพื่อน / ญาติ จากอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์หลักในการ

เดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมาจังหวัดกระบี่ ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารท่องเที่ยว จากวิทยุ จากคู่มือการเดินทางท่องเที่ยว จากแผ่นพับ / ใบปลิว และจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตที่มีความแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารท่องเที่ยว จากโทรทัศน์ จากวิทยุ จากคู่มือการเดินทางท่องเที่ยว จากแผ่นพับ / ใบปลิว จากเพื่อน / ญาติพี่น้อง และจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	9
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
สมมติฐานของการวิจัย.....	11
กรอบแนวคิดของงานวิจัย.....	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	42
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	42
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	45
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ไทยที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่.....	49
ส่วนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด กระบี่.....	55
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	57
ส่วนที่ 6 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	58
ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ....	61
ส่วนที่ 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ย วต่างชาติที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่.....	64
ส่วนที่ 9 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่.....	71
ส่วนที่ 10 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	73
การวิเคราะห์เชิงอนุมาน.....	74
5 บทสรุป.....	85
สรุปผลการวิจัย.....	85
อภิปรายผลการวิจัย.....	87
ข้อเสนอแนะ.....	89
บรรณานุกรม.....	91
ภาคผนวก.....	96

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	108



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ปี 2551-2552.....	1
2	แสดงอัตรารายได้เฉลี่ยจากการท่องเที่ยวภายในประเทศระหว่างปี 2546-2552..	2
3	แสดงร้อยละของภาคที่คนต้องการไปท่องเที่ยวมากที่สุด.....	3
4	แสดงอัตราร้อยละอันดับของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปมากที่สุด.....	4
5	แสดงรายได้จากการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดของภาคใต้ ปี 2550-2551.....	5
6	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่ใน ปี 2551-2553.....	6
7	แสดงสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ทุกปี ประจำปี พ.ศ. 2553.....	37
8	แสดงจำนวนและร้อยละของคุณลักษณะพื้นฐานทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย.....	43
9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดกระบี่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา.....	46
10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดกระบี่ จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทาง.....	46
11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดกระบี่ จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง.....	47
12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดกระบี่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมา.....	47
13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดกระบี่ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว.....	47
14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดกระบี่ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	48
15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดกระบี่ จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว.....	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	49
17	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	50
18	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	51
19	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	52
20	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านการขนส่งของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	53
21	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านราคาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	54
22	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	55
23	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	56
24	แสดงปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่.....	57
25	แสดงข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	58
26	แสดงจำนวนและร้อยละของคุณลักษณะพื้นฐานทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ.....	59
27	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา.....	61
28	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทาง.....	62
29	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง.....	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมา.....	63
31	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว.....	63
32	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	63
33	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว.....	64
34	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	65
35	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	66
36	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	67
37	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	68
38	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านการขนส่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	69
39	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านราคาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	70
40	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	71
41	แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่.....	72
42	แสดงปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่..	73
43	แสดงข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
44	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่.....	75
45	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่.....	76
46	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่แตกต่างกัน จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ.....	78
47	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่แตกต่างกัน จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ.....	81
48	แสดงค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่.....	84

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	12
2	องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	14



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ ด้านการขนส่ง ที่พัก อาหาร และธุรกิจนำเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ นอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศ ยังช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ขณะที่ด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียด พร้อมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551)

จากการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ปี 2550 – 2552 (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552) พบว่า ในปี 2550 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 10,370,486 คน ส่วนในปี 2551 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 9,854,672 คน หรือลดลงกว่าปี 2550 ประมาณร้อยละ 4.97 ส่วนในปี 2552 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามรายเดือน ดังตาราง 1 (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2553)

ตาราง 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ปี 2551 - 2552

เดือน	จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าทางด่าน		Δ%
	สุวรรณภูมิ	2551	
มกราคม	841,340	1,047,662	-19.69
กุมภาพันธ์	780,848	1,050,828	-25.69
มีนาคม	831,560	1,001,172	-16.94
ไตรมาสที่ 1	2,453,748	3,099,662	-20.84
เมษายน	731,505	868,178	-15.74
พฤษภาคม	606,533	821,601	-26.18
มิถุนายน	642,732	833,678	-22.90

ตาราง 1 (ต่อ)

เดือน	จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าทางด้าน สุวรรณภูมิ		Δ%
	2552	2551	
ไตรมาสที่ 2	1,980,770	2,523,457	-21.51
กรกฎาคม	777,451	923,171	-15.78
สิงหาคม	803,844	853,080	-5.77
กันยายน	729,231	625,396	16.60
ไตรมาสที่ 3	2,310,526	2,401,647	-3.79
ตุลาคม	862,263	749,976	14.97
รวมมกราคม – ตุลาคม	7,607,307	8,774,742	-13.30

หมายเหตุ: Δ% คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันที่แล้ว

การเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศทำให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล จึงทำให้เศรษฐกิจภายในประเทศดีขึ้น ซึ่งรายได้เฉลี่ยของปี 2546 คือ 2.35 แสนล้านบาท ปี 2547 คือ 2.90 แสนล้านบาท ปี 2548 คือ 3.22 แสนล้านบาท ปี 2549 คือ 3.47 แสนล้านบาท ส่วนปี 2550 มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นกว่าปี 2549 ถึง 1.83 แสนล้านบาท ซึ่งมีรายได้คือ 2.90 แสนล้านบาท และในปี 2551 มีรายได้เฉลี่ย 5.40 แสนล้านบาท แต่ในปี 2552 มีรายได้เฉลี่ยลดลง คือ 4.60 แสนล้านบาท (ตาราง 2) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

ตาราง 2 แสดงอัตรารายได้เฉลี่ยจากการท่องเที่ยวภายในประเทศระหว่างปี 2546-2552

ปี	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552
รายได้เฉลี่ย (แสนล้านบาท)	2.35	2.90	3.22	3.47	5.30	5.40	4.60

จากการสำรวจภาคที่คนต้องการไปท่องเที่ยวมากที่สุด (ศรัณย์ทัศน์ ตั้งคุณานนท์, 2553) พบว่า ภาคใต้ได้รับความนิยมไปท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 คือ ร้อยละ 21.53 รองจากภาคเหนือที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ร้อยละ 42.36 (ตาราง 3)

ตาราง 3 แสดงร้อยละของภาคที่คนต้องการไปท่องเที่ยวมากที่สุด

อันดับ	รายละเอียด	ร้อยละ
1	ภาคเหนือ อากาศหนาว มีหมอกบางในตอนเช้า	42.36
2	ภาคใต้ ทะเลใส คลื่นสงบ ลมกำลังดี	21.53
3	ภาคอีสาน แหล่งวัฒนธรรม และศิลปะพื้นฐาน ที่พักตากอากาศ	11.81
4	ภาคตะวันออก เดินทางใกล้ ทราขายาว ทะเลสวย	11.11
5	ภาคกลาง และกรุงเทพฯ มากไปด้วยศิลปะและศูนย์กลางความเจริญ ของเมืองไทย	8.33
6	อื่นๆ	4.86

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าภาคใต้จะได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 แต่ภาคใต้ก็มีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย เช่น อาหารของภาคใต้ การละเล่นพื้นเมือง เครื่องดนตรีพื้นบ้าน ประเพณี การแต่งกาย และสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนั้น สถานที่ท่องเที่ยวของภาคใต้มีมากมาย เนื่องจากภาคใต้มีลักษณะภูมิประเทศเป็นคาบสมุทรที่มีทะเลขนานอยู่ 2 ด้าน คือ ตะวันออกด้านอ่าวไทย และตะวันตกด้านทะเลอันดามัน มีจังหวัดทั้งหมด 14 จังหวัด ซึ่งทุกจังหวัดมีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลอันดามัน ยกเว้นจังหวัดพัทลุงกับจังหวัดยะลาเท่านั้นที่ไม่ติดชายฝั่งทะเล จึงทำให้ 12 จังหวัดที่เหลือเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางด้านความสวยงามของทะเล ได้แก่ จังหวัดชุมพร จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดสงขลา จังหวัดปัตตานี จังหวัดนราธิวาส จังหวัดระนอง จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ จังหวัดตรังและจังหวัดสตูล ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในภาคใต้ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2553) ได้แก่ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เกาะสมุย เกาะพะงัน น้ำตกริวภาวดี เขื่อนรัชชประภา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) ในจังหวัดพังงา คือ ชายทะเลเขาหลัก อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน อุทยานแห่งชาติเขาลำปี ในจังหวัดภูเก็ต คือ แหลมพรหมเทพ วัดฉลอง หาดราไวย์ ตึกสมัยเก่า ในจังหวัดตรัง คือ เกาะกระดาน เกาะไหง เกาะเชือก-เกาะแหวน (ไทยทัวร์, 2552) และจังหวัดกระบี่มีสถานที่ที่น่าสนใจ คือ เกาะพีพี เกาะลันตา อ่าวนาง (บอยสบาย, 2552) และทะเลแหวกซึ่งติด 1 ใน 10 ของสิ่งมหัศจรรย์ของประเทศไทย (คนไทย, 2552)

จากการสำรวจ พบว่า สถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปท่องเที่ยวเกาะพีพี จังหวัดกระบี่ เป็นอันดับ 2 คือ ร้อยละ 11.35 รองจากอำเภอปาย จังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1

ถึงร้อยละ 24.82 ถึงแม้ว่าเกาะพีพีนั้น จะได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 แต่เกาะพีพีก็ได้ชื่อว่าเป็นสวรรค์ของนักดำน้ำ เพราะอุดมไปด้วยสัตว์น้ำนานาชนิด ประการัง และดอกไม้ทะเล (ศรีนัยทัศน์ ตั้งคุณานนท์, 2553)

ตาราง 4 แสดงอัตราร้อยละอันดับของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปมากที่สุด

อันดับ	สถานที่ท่องเที่ยว	ร้อยละ
1	ปาย	24.82
2	เกาะพีพี	11.35
3	อื่นๆ โปรดระบุ	9.93
4	เกาะภูเก็ต	8.51
5	ภูกระดึง	7.09
6	หมู่เกาะสุรินทร์ / ภูสอยดาว	6.38
7	ไหว้พระธาตุ 9 วัด ที่เชียงใหม่	5.67
8	หัวหิน	4.26
9	เขาใหญ่ / เกาะช้าง	3.55
10	สามพันโบก	2.84
11	เกาะหลีเป๊ะ	2.13
12	เกาะเต่า	1.42
13	ปราณบุรี / อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย / วัดพระแก้ว	0.71

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวภาคใต้ในจังหวัดต่างๆ มีการใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ายานพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวรายจังหวัดของภาคใต้ คือ รายได้จากการท่องเที่ยวของทุกจังหวัดในปี 2550 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2551 มีจำนวนสูงขึ้น โดยจังหวัดภูเก็ตมีรายได้สูงสุดในภาคใต้ รองลงมา คือ จังหวัดกระบี่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสงขลา (อำเภอหาดใหญ่) จังหวัดพังงา จังหวัดตรัง จังหวัดสตูล จังหวัดชุมพร จังหวัดระนอง จังหวัดยะลา จังหวัดพัทลุงและจังหวัดปัตตานี ตามลำดับ (ตาราง 5)

ตาราง 5 แสดงรายได้จากการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดของภาคใต้ ปี 2550-2551

ลำดับ	จังหวัด	รายได้จากการท่องเที่ยว		ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	Δ %
1	ชุมพร	n/a (1,469.08)	1,351.50	-
2	สุราษฎร์ธานี	n/a (23,784.67)	21,901.19	-
	อำเภอเมือง	n/a (3,234.10)	2,978.00	-
	เกาะสมุย	n/a (15,279.10)	14,069.16	-
	เกาะพะงัน	n/a (2,791.66)	2,570.59	-
	เกาะเต่า	n/a (2,479.81)	2,283.44	-
3	นครศรีธรรมราช	n/a (4,719.94)	4,370.32	-
4	สงขลา (อำเภอหาดใหญ่)	n/a (13,780.02)	12,842.52	-
5	ปัตตานี	n/a (190.68)	177.38	-
6	นราธิวาส	n/a (683.83)	633.77	-
7	ระนอง	n/a (1,210.71)	1,105.68	-
8	พังงา	n/a (4,225.25)	3,901.44	-
9	ภูเก็ต	n/a (101,684.44)	94,239.52	-
10	กระบี่	n/a (26,806.16)	24,728.93	-
11	ตรัง	n/a (3,306.85)	3,059.07	-
12	สตูล	n/a (1,949.24)	1,798.20	-
13	พัทลุง	n/a (535.30)	497.96	-
14	ยะลา	n/a (726.71)	663.06	-

ที่มา: (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

หมายเหตุ: 1. ผู้เยี่ยมชมเยือนเท่ากับนักท่องเที่ยว รวมกับนักท่องเที่ยว

2. n/a (not applicable) เนื่องจากข้อมูลไม่สมบูรณ์ และขอใช้ข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2550 บวกกับ (รายได้จากการท่องเที่ยวคูณด้วย อัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภครายจังหวัด ปี 2551) เป็นตัวแทน

แม้ว่าการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ในช่วงปี 2548 ลดลงจากปี 2547 เล็กน้อยโดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดกระบี่ในปี 2548 จำนวน 1,027,072 คน ลดลงจากปี 2547 จำนวน 769,519 คน หรือร้อยละ 42.83 ทั้งนี้เนื่องมาจากผลกระทบในด้านภัยพิบัติธรรมชาติ สึนามิ และความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ส่วนในปี 2549 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดกระบี่ มีจำนวน 1,732,951 คน และในปี 2550 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดกระบี่ มีจำนวนประมาณ 2.4 ล้านคน สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดกระบี่ประมาณ 24,000 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 4 จังหวัดภูเก็ต, 2549) รวมทั้ง ปี 2551 ก็มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (กระบี่อยู่ในเต็ดนิวส์, 2552) ส่วนในช่วงเดือนมิถุนายน ปี 2552 นางสาวอรุณ สว่างศิลป์อธิบดีฯ คลังจังหวัดกระบี่ ระบุว่า เศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดกระบี่ในเดือนมิถุนายน 2552 นั้น มีการชะลอตัวลดลงในด้านเศรษฐกิจของจังหวัดกระบี่แต่การท่องเที่ยวนอกฤดูกาลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากกว่าปี 2551 (คลองม่วง, 2552) รวมทั้งในเดือนมกราคม 2553 จนถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2553 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เพิ่มขึ้น (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่, 2553)

ตาราง 6 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่ในปี 2551 – 2553

เดือน	จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าทางด่านตรวจคนเข้าเมือง					
	2551	%y-o-y	2552	%y-o-y	2553	%y-o-y
มกราคม	9,176	-7.13	11,242	22.52	14,022	24.73
กุมภาพันธ์	10,641	-10.74	10,030	-5.74	14,639	45.95
มีนาคม	9,166	6.40	70,750	17.28	14,028	30.49
เมษายน	3,376	-25.59	4,043	19.76	7,140	76.60
พฤษภาคม	2,575	-13.39	2,606	0.97	7,158	175.31
มิถุนายน	1,837	-52.82	3,307	80.02	5,580	68.73
กรกฎาคม	2,252	-31.51	3,058	35.79	6,800	122.37
สิงหาคม	3,782	3.82	3,483	-7.91	-	-
กันยายน	2,296	-43.39	2,632	14.63	-	-

ตาราง 6 (ต่อ)

เดือน	จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าทางด้านตรวจคนเข้าเมือง					
	2551	%y-o-y	2552	%y-o-y	2553	%y-o-y
ตุลาคม	4,843	-8.81	3,414	-29.51	-	-
พฤศจิกายน	8,858	31.09	10,255	15.77	-	-
ธันวาคม	10,922	-8.44	14,348	31.37	-	-

หมายเหตุ: %y-o-y คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับเดือนเดียวปีที่แล้ว

จังหวัดกระบี่ ตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอันดามัน มีเนื้อที่ 4,708.51 ตารางกิโลเมตร กระบี่แบ่งเขตการปกครอง ออกเป็น 8 อำเภอ ดังนี้คือ อำเภอเมืองกระบี่ อำเภอเขาพนม อำเภอคลองท่อม อำเภอปลายพระยา อำเภอลันตา อำเภออ่าวลึก อำเภอลำทับ และอำเภอเหนือคลอง สภาพอากาศแบบมรสุมในเขตร้อนได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้มีเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเมษายน และฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงธันวาคม สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นเทือกเขาทอดตัวยาวตามแนวเหนือใต้และเป็นภูเขาสูงต่ำสลับกับพื้นที่แบบลูกคลื่น มาจนถึงที่ราบป่าชายเลนมีชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 160 กิโลเมตร และเกาะน้อยใหญ่กว่า 130 เกาะ ซึ่งในจังหวัดกระบี่มีที่ท่องเที่ยวมากมาย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ในอำเภอเมืองมีทั้งหมด 28 แห่ง ได้แก่ เขาขนานน้ำ หาดนพรัตน์ธารา หมู่เกาะพีพี ถ้ำเสด็จ ถ้ำเสือเขาแก้ว เป็นต้น ในอำเภอเกาะลันตามีทั้งหมด 11 แห่ง ได้แก่ หมู่เกาะลันตา เกาะรอก เกาะไหง เกาะตะละเบ็ง แหลมธง เป็นต้น ในอำเภออ่าวลึกทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ ธารโบกขรณี ถ้ำผีหัวโต และเกาะห้อง ในอำเภอคลองท่อมทั้งหมด 5 แห่ง ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานวัดคลองท่อม น้ำตกหินเพลิง น้ำตกร้อน เขตพันธุ์สัตว์ป่าเขาปะ (บางคราม) และสระมรกต (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ สามารถแยกเป็น 3 ประเภท คือ

1. กีฬาทางน้ำ ได้แก่ ดำน้ำ พายเรือแคนู พายเรือคายัค
2. กิจกรรมทางธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งดูนกในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สำนวณถ้ำเขาขนานน้ำ เป็นต้น
3. กีฬาทำทาย ได้แก่ ปีนผาที่ไร่เลย์ เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

ถึงแม้ว่า จังหวัดกระบี่จะเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว แต่รองจากจังหวัดภูเก็ต และเมื่อนำข้อมูลของจังหวัดกระบี่เปรียบเทียบกับจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ คือ เกาะสมุย พบที่สังเกตต่อไปนี้

1. จังหวัดกระบี่ มีสนามบินที่เป็นนานาชาติเหมือนกันกับจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่จังหวัดภูเก็ตมีสายการบินที่เปิดให้บริการระหว่างประเทศถึง 35 สายการบิน และเปิดให้บริการสายการบินภายในประเทศ 5 สายการบิน ส่วนจังหวัดกระบี่มีสายการบินที่เปิดให้บริการระหว่างประเทศเพียง 3 สายการบิน และเปิดให้บริการสายการบินภายในประเทศ 3 สายการบิน และจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสายการบินที่เปิดให้บริการระหว่างประเทศเพียง 1 สายการบิน และเปิดบริการสายการบินภายในประเทศ 4 สายการบิน แต่จังหวัดกระบี่ก็มีความพิเศษตรงที่มีสายการบินเช่าเหมาลำด้วย 4 สายการบิน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2553) เนื่องจากจังหวัดกระบี่และจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสายการบินให้บริการน้อยกว่าสนามบินของจังหวัดภูเก็ต จึงอาจทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกเดินทางไปยังสนามบินภูเก็ตมากกว่า

2. การประชาสัมพันธ์ของจังหวัดกระบี่และจังหวัดสุราษฎร์ธานีอยู่ในระดับต่ำกว่าจังหวัดภูเก็ต โดยนายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ กล่าวว่า ปัจจุบันตลาดทางด้านท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากนัก โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ถึงแม้ว่าขณะนี้การเดินทางไปมาระหว่างจังหวัดกระบี่ และประเทศมาเลเซียค่อนข้างจะสะดวกก็ตาม (กระบี่อยู่ในเต็ดนิวส์, 2553)

3. จังหวัดกระบี่มีร้านอาหารที่แบ่งตามประเภทอาหารเพียง 3 ประเภท คือ อาหารไทย อาหารญี่ปุ่น และอาหารซีฟู้ด แต่ไม่มีร้านอาหารจีน อาหารนานาชาติ อาหารฝรั่งเศส อาหาร อิตาลี และอาหารอินเดีย ในขณะที่จังหวัดภูเก็ตมีร้านอาหารทุกประเภทที่กล่าวมา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) จึงสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากกว่า และโดยนายธรรมศักดิ์ ภูพันธ์วิวัฒน์ ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ขณะนี้จะมาจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย คือ ประเทศสวีเดน นอร์เวย์ เดนมาร์ก และชาวเอเชีย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน หากเรามีอาหารจีนให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้เดินทางเข้ามาจังหวัดกระบี่เพิ่มขึ้น (กระบี่อยู่ในเต็ดนิวส์, 2553)

4. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวด้วยกันเองในจังหวัดกระบี่ทำการขายโปรแกรมนำเที่ยวโดยแข่งกันลดราคาและไม่บอกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับโปรแกรมนำเที่ยวกับนักท่องเที่ยวอย่าง

ละเอียด เมื่อนักท่องเที่ยวซื้อโปรแกรมนำเที่ยวในราคาถูกแล้วไม่ได้เดินทางไปตามสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปอย่างที่เคยคาดหวัง อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ในระยะยาวได้ (กระบี่อยู่ในเต็ดนิวส์, 2553)

5. เนื่องจากจังหวัดกระบี่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก จึงเกิดการเสื่อมโทรมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้ นายศิริเสาวลักษณ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดกระบี่ได้จัดทำแผนพัฒนาจังหวัดกระบี่ขึ้นในปี 2553 – 2556 โดยกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวฝั่งทะเลอันดามัน เชียงอนุรักษศิลปวัฒนธรรมและสุขภาพ โดยกำหนดกลยุทธ์หลัก คือ การฟื้นฟู พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 6 กลุ่ม ประกอบด้วย เกาะลันตาและหมู่เกาะบริวาร หมู่เกาะพีพี อ่าวนาง ไร่เลย์ หาดนพรัตนธารา หาดทับแขก หาดคลองม่วง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปา น้ำพุร้อนเค็ม สระมรกต อ่าวท่าเลน – อ่าวลึก – อ่าวพังงา และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (กระบี่อยู่ในเต็ดนิวส์, 2553)

จากปัญหาต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ตลอดจนปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสนอแนะผู้ประกอบการและผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลวิจัยนี้ไปใช้ได้เพื่อปรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตนเองเข้ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาเฉพาะจังหวัดกระบี่
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่
3. ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเดือนพฤศจิกายน-เดือนธันวาคม 2553 เป็นเวลา 2 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง ประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางจากที่หนึ่งมาจังหวัดกระบี่ แล้วมาพักอาศัยอย่างน้อยหนึ่งคืนหรือทำกิจกรรมต่างๆ ในจังหวัดกระบี่ หรือเดินทางไปชมสถานที่ท่องเที่ยวและทำกิจกรรมต่างๆ ในจังหวัดกระบี่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวกระตุ้น หรือผลักดันให้เกิดการตัดสินใจในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยต่างๆ (Philip Kotler, 2000; J Bowen and J Makens, 1999) ดังนี้

1. ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
2. ด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ป้ายบอกทางในจังหวัดกระบี่
3. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ มีกิจกรรมที่หลากหลายและมีความปลอดภัย
4. ก) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึง อุปกรณ์หรือเครื่องใช้ต่างๆ ในที่พัก
5. ข) ด้านการขนส่ง หมายถึง ภาระในการเดินทางไปท่องเที่ยวภายในจังหวัดกระบี่
6. ค) ด้านราคา หมายถึง ราคาของที่พัก ราคาของอาหาร ราคาของสินค้าของที่ระลึก
7. ด้านสินค้าที่ระลึก หมายถึง สินค้ามีให้เลือกหลายหลาย บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติในช่วงการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ในด้านต่างๆ เช่น วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางมา พาหนะที่ใช้ในการเดินทางจำนวนครั้งที่เดินทางมา ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว

การตัดสินใจ หมายถึง ความต้องการหรือมีปัญหาค่าที่จะเดินทางมาจังหวัดกระบี่ แล้วมีการหาข้อมูลของจังหวัดกระบี่ เกิดทางเลือกโดยมีตัวเปรียบเทียบ จากนั้นเกิดการตัดสินใจและสุดท้ายเมื่อเดินทางมาแล้วพอลกลับไปก็เกิดการประเมินผลว่าคุ้มค่าหรือไม่กับเงินที่จ่ายไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

2. สามารถประยุกต์ผลวิจัยกับผู้ประกอบการ เพื่อประยุกต์ใช้กับกิจการของตนให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ได้

3. สามารถนำผลวิจัยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวไปใช้ในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ได้

สมมติฐานของการวิจัย

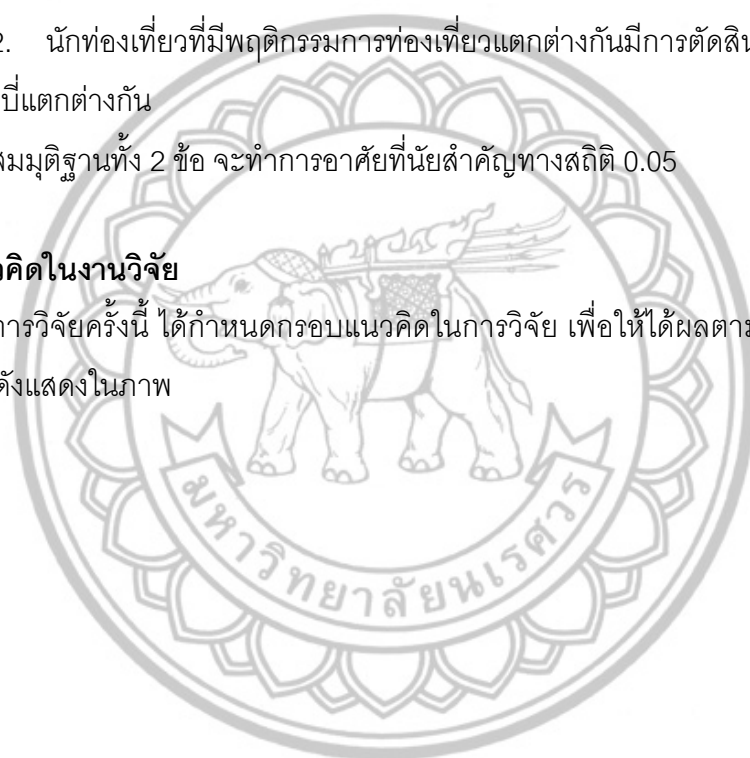
1. ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่

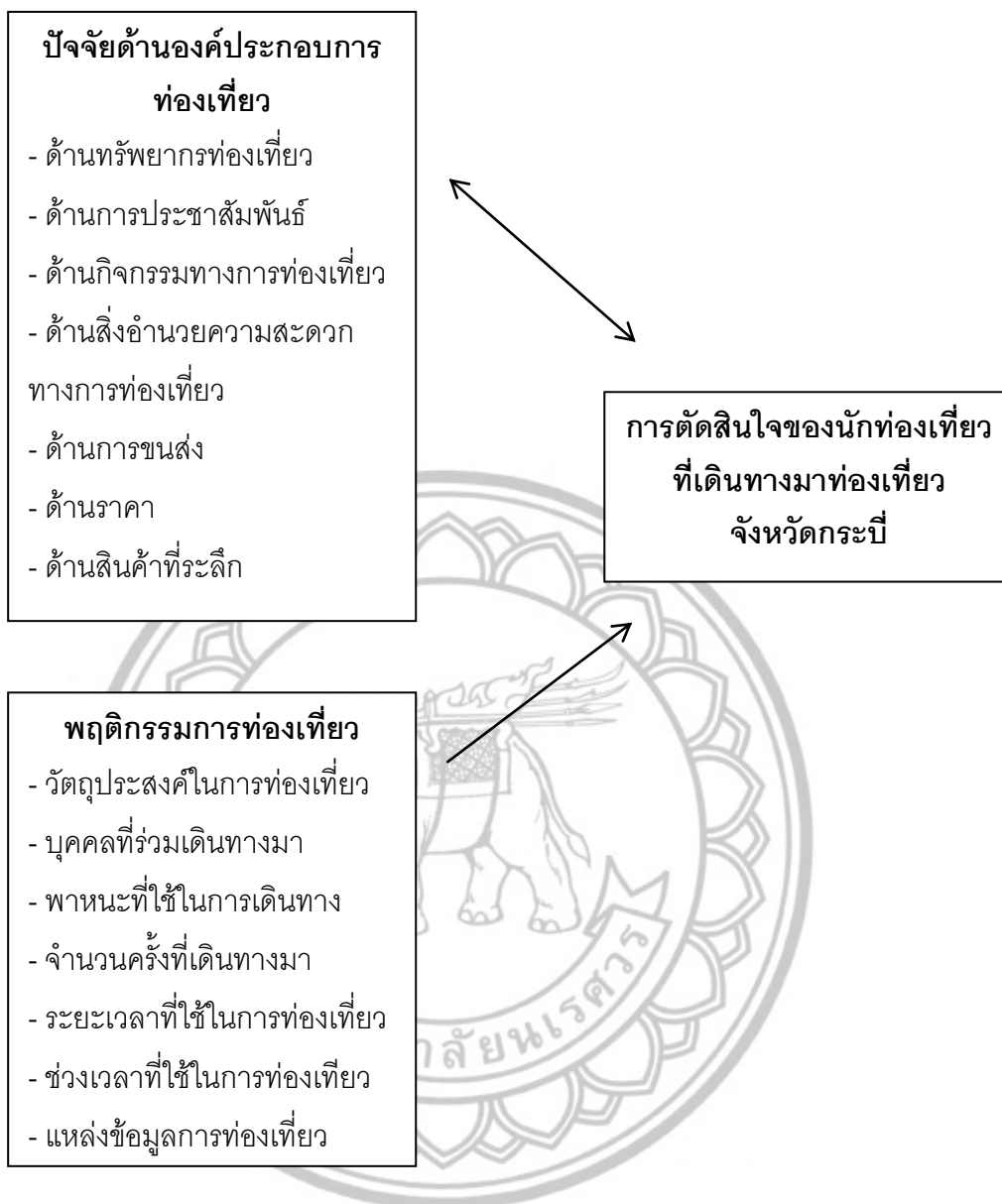
2. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน

สมมติฐานทั้ง 2 ข้อ จะทำการอาศัยที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กรอบแนวคิดในงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยดังแสดงในภาพ





ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดในงานวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ได้มีการนำทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ประกอบในการศึกษาวิจัย เป็นการสนับสนุนและสร้างความชัดเจนในกรอบวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

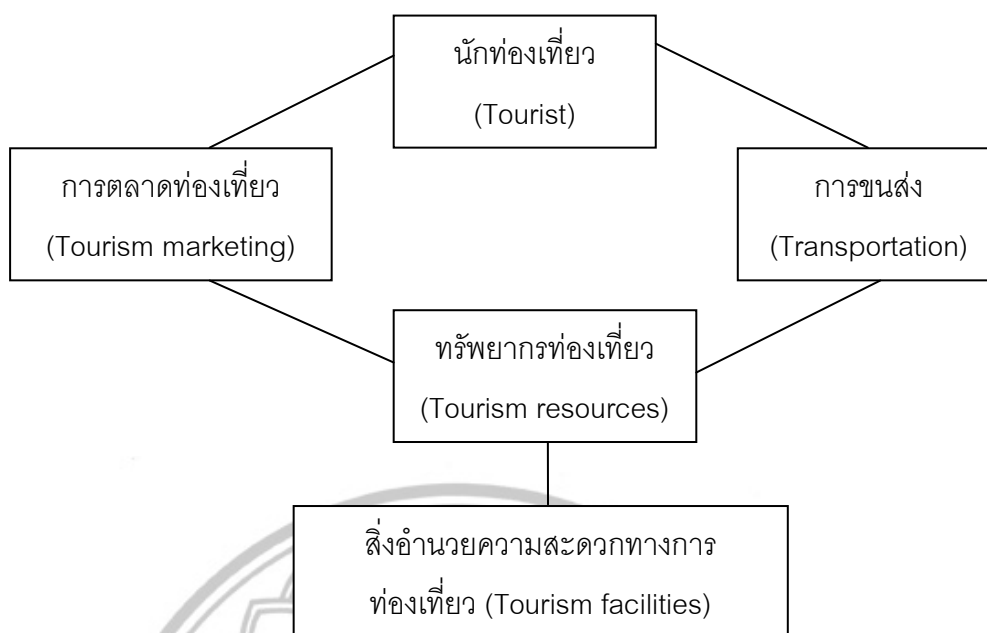
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นสินค้าหลักในปัจจุบันที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมหาศาล ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้น โดยทั่วไปเรียกว่า สินค้าบริการ นักท่องเที่ยวนั้นไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าได้ ความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจในบริการนั้นขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจในการซื้อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของผู้ที่เลือกซื้อบริการของการท่องเที่ยวด้วย (อารณีย์ วิวัฒน์ภรณ์ , 2546, หน้า 9)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

แนวคิดขององค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีผู้กล่าวไว้มากมาย แต่ผู้วิจัยขอนำเสนอเพียง 3 แนวคิด ดังนี้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์เป็นวงจร ดังภาพ 2 (อารณีย์ วิวัฒน์ภรณ์, 2546, หน้า 9)



ภาพ 2 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

จากภาพ 2 สามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย ลักษณะของการท่องเที่ยว การกระจายของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว

2. การตลาดท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาที่ท่องเที่ยว นั้น จะต้องมีการตลาดเกิดการชักนำให้เข้ามาที่ท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งที่อยู่นั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี

2.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จุดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น เร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

3. การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ก็ต้องมีบริการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งการขนส่ง หมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

3.1 การขนส่งทางรถยนต์

3.2 การขนส่งทางรถไฟ

3.3 การขนส่งทางเรือ

3.4 การขนส่งทางเครื่องบิน

4. ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว

5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและความปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

ก) 5.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น เพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ประกอบด้วย 2 อย่าง คือ

2) 5.1.1 การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าและออกประเทศของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว การต่อวีซ่า เป็นต้น

5.1.2 การให้บริการท่องเที่ยว เป็นการให้ความสะดวกในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่ การให้บริการ 5 ประเภท คือ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

5.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยวรัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นผลพลอยได้ ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ

5.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายในความเป็นอยู่ และส่งผลเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขภาพ การศึกษาและการสาธารณสุข เป็นต้น

5.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน และการเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมและความเดือดร้อนต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้นจี้ ชิงทรัพย์ การก่อความไม่สงบ และความปลอดภัยจากบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

5.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสนอหรือสนับสนุนเพิ่มความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงาม และการบริการรักษาพยาบาล เป็นต้น

และแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ที่สามารถจะส่งเสริมหรือพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์ควรต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญอย่างน้อย 5 องค์ประกอบ หรือที่รู้และเรียกโดยทั่วไปในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่า 5As (อนูรักษ์ ปัญญาวิวัฒน์, 2541) ซึ่ง 5As ประกอบด้วย

- สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจนั้นเป็นองค์ประกอบแรกที่มุ่งบอกศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของสถานที่ สิ่งดึงดูดใจมีความหมายครอบคลุมค่อนข้างกว้างขวาง แต่น้อยที่สุดต้องมีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวกับความมีชื่อเสียง สุนทรียภาพ ความสวยงาม คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี ทั้งนี้อาจหมายรวมถึง คุณค่าเชิงวิชาการ การถ่ายทอดประสบการณ์และการเรียนรู้

- การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าถึงเป็นองค์ประกอบที่จะเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมสถานที่ หากขาดองค์ประกอบส่วนนี้หรือมีองค์ประกอบนี้ แต่มีสภาพไม่สมบูรณ์อาจทำให้ศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวลดน้อยลง ทั้งนี้การเข้าถึงส่วนใหญ่หมายถึงเส้นทางคมนาคมต้องมีความเหมาะสมกับสภาพหรือลักษณะของสถานที่/แหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้หมายรวมถึง การเข้าถึงแนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการเข้าถึงของวัฒนธรรมของชุมชน

- สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) องค์ประกอบส่วนนี้ จัดเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการของสถานที่ ก่อนการตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยว นอกเหนือจากปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่จะเดินทาง เช่น เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ

ยานพาหนะ วันหยุด และอื่นๆ แล้ว ปัจจัยเชิงพื้นที่ในด้านสิ่งแวดล้อมระดับพื้นฐาน เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและอื่นๆ ล้วนมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น ทำนองเดียวกันหรือคล้ายกับการเข้าถึงสิ่งแวดล้อมระดับสูงต้องมีความเพียงพอและเหมาะสมกับประเภทหรือลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้หมายรวมถึง ความปลอดภัยในชีวิตของนักท่องเที่ยว และขณะเดียวกันก็หมายรวมถึงความปลอดภัยของสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศด้วยความสำนึก

- กิจกรรม (Activity) เป็นกิจกรรมและกระบวนการที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

- ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation) ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่า ให้ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยมีให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวยังมี 4 ประการ (ฐิติศัพท์ ภักชูชาติ, 2538, หน้า 40-43) ได้แก่

1. การดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามน่าประทับใจ ซึ่งเกิดจากลักษณะทางธรรมชาติ เช่น หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศ ภูเขา และป่าไม้ เป็นต้น สภาพธรรมชาติเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

1.2 วัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่นั้นๆ ซึ่งอาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกในรูปแบบศาสนา จารีต ประเพณี วิถีชีวิตของคนทั้งในอดีตและปัจจุบัน

1.3 ชาติพันธุ์ เป็นอีกหนึ่งเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวของประชาชน เพื่อต้องการเยี่ยมเพื่อนญาติมิตร มนุษย์มีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมเยือนแผ่นดินเกิดของตนเอง

1.4 แหล่งบันเทิง แหล่งบันเทิงในที่นี้ไม่ใช่หมายถึง สถานเริงรมย์ยามราตรีเพียงอย่างเดียว แต่อาจหมายถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา ซึ่งแหล่งบันเทิงเหล่านี้ เป็นส่วนหนึ่งที่ดึงดูดผู้เยี่ยมชมไปยังประเทศนั้นๆ

2. สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งดึงดูดในด้านการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยชักนำประชาชนไปยังแหล่งท่องเที่ยว เมื่อผู้เยี่ยมชมเยือนไปถึงสถานที่ดังกล่าวแล้วสิ่งจำเป็นที่จะต้องตามมา คือ การอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เพราะว่าผู้เยี่ยมชมเยือนยามเดินทางห่างไกลจากบ้านก็ย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองของความต้องการของชีวิตสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการและปัจจัยพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยว

3. การขนส่ง การท่องเที่ยวเกิดจากการที่ประชาชนต้องเดินทางไปสู่สถานที่หนึ่งซึ่งมีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศและภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งที่แปลกออกไปจากประสบการณ์เดิม ดังนั้นการขนส่งจึงเป็นสิ่งสำคัญ ในการนำผู้เยี่ยมชมเยือนไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ผู้เยี่ยมชมเยือนก็พร้อมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว

4. การต้อนรับ เป็นสิ่งสำคัญมากที่จะทำให้ผู้เยี่ยมชมเยือนเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่เดิมนั้น เกิดความประทับใจในการต้อนรับของประชาชนหรือพนักงานบริการในพื้นที่ไม่น้อยไปกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

สรุป องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวผู้วิจัยขอกล่าวความหมายของการท่องเที่ยว ดังนี้

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย แต่ผู้วิจัยจะขอนำเสนอความหมายการท่องเที่ยวเพียง 2 ความหมาย ดังนี้

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ กล่าวไว้โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก ดังนี้คือ (World Tourism Organization, 2547)

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร

2. การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมชมญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิง เจริญย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้และติดต่อธุรกิจ

การท่องเที่ยว ยังหมายถึง การเดินทางของคนจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งเป็นการชั่วคราวโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อนหรือหาความรู้ ซึ่งครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจ ทัศนาที่ผู้เดินทางยังมิได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทาง โดยการท่องเที่ยวยังเป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพซึ่งเกิดจากการเดินทาง และการพักผ่อนต่างถิ่นเป็นการชั่วคราว โดยมีได้ประกอบอาชีพ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ (เบญจมาศ อุทกศิริ, 2549)

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปที่อื่นเป็นการชั่วคราว
 2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
 3. เป็นการเดินทางโดยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม เพื่อมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้
- สรุปความหมายการท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยมีจุดประสงค์ในการเดินทางและเป็นการเดินทางชั่วคราว เมื่อเดินทางไปที่ใดที่หนึ่งแล้วก็ต้องกลับสู่ภูมิลำเนาเดิม ซึ่งการเดินทางไปไม่ว่าจะไปเยี่ยมญาติ ไปประชุมสัมมนา ไปพักผ่อนหย่อนใจจะต้องเดินทางด้วยความสมัครใจทั้งสิ้น

ดังนั้น เมื่อทราบความหมายของการท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อประเทศอีกด้วย ดังต่อไปนี้

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง และถือว่ามีมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วย ธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวย่อมมีความสำคัญ และส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม การเมือง (กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 23-24)

1. มาตรฐานการครองชีพดีขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการกระจายรายได้และกระจายโอกาสการจ้างงานไปสู่คนในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ทั้งทางตรง เช่น การจ้างงานบุคลากรในโรงแรม การขนส่ง บริการนำเที่ยว บริการให้เช่าสินค้าและบริการต่างๆ หรือทางอ้อม เช่น คนส่งหนังสือพิมพ์โรงแรม คนงานทอผ้า เกษตรกรผู้ผลิตอาหาร คนงานชุดท้อ พนักงานธนาคาร เป็นต้น บุคคลเหล่านี้เมื่อมีอาชีพ มีรายได้ ย่อมมีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นเพื่อการดำรงชีวิตที่ดีขึ้นได้
2. ความสะดวกสบายจากสาธารณูปโภคที่รัฐจัดทำขึ้น ในแหล่งท่องเที่ยวคนในท้องถิ่นย่อมได้รับประโยชน์จากกิจการน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และอื่นๆ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เหล่านี้ ย่อมส่งผลดีแก่สภาพความเป็นอยู่ที่สะดวกสบายในท้องถิ่นได้ทั้งสิ้น

3. การเดินทางท่องเที่ยวจะทำให้เกิดสันติภาพแห่งมวลมนุษย สหประชาชาติได้เคยประกาศในปี ค.ศ. 1967 (พ.ศ. 2510) เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวสากลและกำหนดคำขวัญว่า การท่องเที่ยวเป็นหนทางไปสู่สันติภาพ เพราะเมื่อมีการเดินทางไปยังท้องถิ่นต่างๆ ผู้คนมีโอกาสสังสรรค์ร่วมกิจกรรมกัน ได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ได้เห็นและมีโอกาสใช้ชีวิตความเป็นอยู่บนขนบธรรมเนียมประเพณีร่วมกันและกัน ต่างฝ่ายต่างมีโอกาสถ่ายทอด และรับความรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน และกลับไปเผยแพร่ยังภูมิภาคของตนเอง

4. การท่องเที่ยว ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากร นันทนาการ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่น ฯลฯ ของท้องถิ่น ทำให้เกิดความต้องการที่จะค้นคว้าอนุรักษ์ และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเอาไว้ได้

5. การท่องเที่ยวให้ประโยชน์ทางการศึกษา คือ ช่วยให้ผู้คนมีโลกทัศน์ที่กว้าง ความรู้ และประสบการณ์ที่พบเห็นด้วยตนเองมีประโยชน์สามารถนำมาปรับใช้กับวิถีชีวิตในสังคมได้

6. การท่องเที่ยวจะช่วยลดการอพยพเข้าไปแออัดในเมืองหลวง เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่น ประกอบอาชีพรายย่อยหรือทำอุตสาหกรรมภายในครอบครัว เมื่อคนเหล่านี้มีงานทำย่อมไม่อพยพเข้าไปในเมืองหลวง และอาจจะก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมได้

7. การใช้ทรัพยากรไร้ค่าให้เกิดประโยชน์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นที่จะนำเอาทรัพยากรส่วนเกินหรือไร้ค่ามาประดิษฐ์คิดค้นเป็นของใช้ ของที่ระลึกในรูปแบบของสินค้าพื้นเมืองจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เช่น เอาเปลือกหอยมาประดิษฐ์เป็นของประดับบ้าน ก่อให้เกิดรายได้และใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ เพิ่มคุณค่า

8. เกิดทัศนคติที่ดี ความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวจะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ ยามเมื่อมีโอกาสและช่องทางที่ให้ความช่วยเหลือ ก็จะกระตุ้นให้ตัดสินใจในด้านที่เป็นทุนได้

9. การท่องเที่ยวจะช่วยป้องกันการแทรกซึม บ่อนทำลายจากฝ่ายตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อสถานที่นั้นผู้คนมีงานทำมีความเป็นอยู่ที่ดี และมีคนอยู่พลุกพล่านนั้นจะทำให้ผู้ก่อการร้ายไม่มีโอกาสโจมตีรัฐบาล

10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรการช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปที่ได้ต้องมั่นใจว่ามีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

ดังนั้น เมื่อทราบความสำคัญของการท่องเที่ยวแล้ว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวต่างๆ ของนักท่องเที่ยวก็มีความสำคัญเช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวมีหลายประการ (สุดาพร ชูติธรานนท์, 2542, หน้า 39 อ้างอิงใน อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์, 2546, หน้า10) ได้แก่

1. เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์
2. เดินทางเพื่อมาร่วมการประชุมสัมมนา
3. เดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้
4. เดินทางเพื่อการศึกษา
5. เดินทางเพื่อการติดต่อธุรกิจ
6. เดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง
7. เดินทางเพื่อประกอบศาสนกิจ
8. ก. เดินทางเพื่อทัศนศึกษา
9. ก. เดินทางเพื่อสุขภาพ หรือพักผ่อน

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกันในหลายๆ ประการ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ สรุปได้ ดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2531, หน้า 88-90 อ้างอิงใน อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์, 2546, หน้า 33)

1. เงิน หรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกล จำเป็นต้องมีเงินหรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น
2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น
3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงินและมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ได้ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นจากสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม

เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และ ภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกระตุ้นใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เหมือนกัน ประกอบด้วย องค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ (สุวีรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545, หน้า 71) คือ

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวหรือช่วงเวลาที่ยังใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้

2. สิ่งกลั่นกรองความต้องการ คือ สิ่งต่างๆ ที่ทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลง เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (รายได้ลดน้อยลง ค่าเงินที่เปลี่ยนแปลงไป) ปัจจัยทางสังคม (กลุ่มอ้างอิง ทัศนคติทางวัฒนธรรม) ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว)

3. สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ ทัศนคติและมุมมองภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป

4. กบพบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันใน สถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมกระตุ้นใจหรือรูปแบบการ ท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยวนักศึกษา นักท่องเที่ยวหัวหน้าครอบครัว

รวมทั้งยังมีปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้นได้ หมายถึง ส่วนประสม การตลาดด้านการท่องเที่ยว กล่าวไว้โดย (Philip Kotler, 2000; J Bowen and J Makens, 1999) คือ

1. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Tourism Products) ได้แก่ สินค้าและบริการทางการ ท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวต้องจัดให้มี เพื่อสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวหรือดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยส่วนประกอบหลักๆ ดังนี้

1.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่เกิดจากชื่อเสียง และความสวยงามของสถานที่ หรือแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจที่เกิดจากการจัดกิจกรรม (Activities) และเหตุการณ์ (Events) ที่น่าประทับใจให้เลือกหลายประเภท เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญๆ ของท้องถิ่น เป็นต้น

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ (Facilities) เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก การเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว ระบบการสื่อสาร ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น

1.3 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ สิ่งที่มีผลต่อความสะดวก รวดเร็วและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งหมายรวมถึงสิ่งต่อไปนี้

1.3.1 ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ถนน รางรถไฟ สนามบิน ท่าเรือ สถานีรถ

1.3.2 พาหนะประจำทาง ได้แก่ รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบินโดยสาร เรือข้ามฟาก

1.3.3 ปัจจัยการดำเนินการ เช่น เส้นทางเดินรถ ความสะดวกของการให้บริการ ราคาตั๋ว เป็นต้น

1.4 ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Images) ภาพลักษณ์ที่ดี เช่น ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว การรักษาสภาพแวดล้อม และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

1.5 อธิปไตยและความเป็นมิตรของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว (Hospitality)

2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Tourism Price) คือ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ในการเดินทาง การพักค้าง และการร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว

3. สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย (Tourism Placement) คือ การจำหน่าย บริการทางการท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว ในสถานที่หรือช่องทางที่เหมาะสม และในเวลาที่ถูกต้อง รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลายรูปแบบตามความต้องการและงบประมาณ

4. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Tourism Promotion) ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน และสังคมการขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย เช่น การแจกของแถม การลดราคาในช่วงนอกฤดูตุลาคม

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยหรือสิ่งกระตุ้นด้านอื่นๆ (Other stimuli) ซึ่งเป็นสภาวะแวดล้อม ด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถควบคุมได้ ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของนักท่องเที่ยว

2. สิ่งกระตุ้นทางด้านเทคโนโลยี (Technological) ได้แก่ ระบบการโอนเงินด่วนของธนาคารพาณิชย์ ระบบการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต เช่น การจองตั๋วเครื่องบิน การจองที่พัก การใช้บัตรเครดิตแทนเงินสดในการชำระค่าบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น การยกเลิกภาษีการเดินท่างไปต่างประเทศ การลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล สภาวะการเมืองที่สงบ เป็นต้น

สรุป ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเดินท่างท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง ความปลอดภัย 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านกฎหมายและการเมือง ด้านเวลา

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย แต่ผู้วิจัยขอนำเสนอความหมายการตัดสินใจเพียง 5 ความหมาย ดังนี้

ความหมายของการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจได้มีผู้เชี่ยวชาญกล่าวถึงไว้มากมาย แต่ผู้วิจัยขอเสนอความหมายของการตัดสินใจไว้เพียง 4 ความหมาย ดังนี้

การตัดสินใจ คือ กระบวนการเลือกที่เหมาะสมกับการจัดการปัญหา (Clark, Copcutt and Lynn., 1997, p. 102)

และการตัดสินใจ เป็นวิธีการที่จะลดจำนวนทางเลือกลงมา โดยใช้เทคนิคใดก็ตามที่จะเลือกทางเลือกเหล่านั้นมาให้เหลือทางเลือกเดียว (Barnard, 1983, pp. 135-136)

รวมทั้ง การตัดสินใจเกิดมาจากสิ่งเร้าอันเป็นปัญหาที่จะต้องตัดสินใจ จึงต้องอาศัยประสบการณ์ การรับรู้ การเรียนรู้ และข้อมูลข่าวสารต่างๆ มาประกอบ เมื่อได้ข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ และประเมินทั้งข้อดี ข้อเสีย แล้วกำหนดทางเลือกหลายๆ วิธีคาดคะเนผลที่ได้จากการเลือกแต่ละวิธี แล้วจึงเลือกวิธีที่คิดว่า เหมาะสมที่สุดเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจ (กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 32)

นอกจากนี้ การตัดสินใจยังเป็นการเลือก ทางเลือกมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งต้องมีทางเลือกหลายๆ ทางเกิดขึ้นก่อน แล้วนำมาเปรียบเทียบจนได้ทางเลือกที่เหมาะสมมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่อไป (ทิพวัลย์ และคณะ, 2546, หน้า 110)

สรุป ความหมายของการตัดสินใจ คือ เป็นกระบวนการเลือกที่เป็นแนวทางในการแก้ปัญหา จากทางเลือกหลายๆ ทาง นำทางเลือกต่างๆ มาวิเคราะห์ และประเมินข้อดี ข้อเสีย จนได้ทางเลือกที่เหมาะสม

ทฤษฎีการตัดสินใจ

ทฤษฎีทางการตัดสินใจ ได้แบ่งเป็น 3 ทฤษฎี กล่าวไว้โดย เฟลด์แมน และอาร์โนลด์ (Fledmand and Arnold, 1983, pp. 210-216 อ้างอิงใน รุจิรา อินทรตุล, 2531) คือ

1. ทฤษฎีการตัดสินใจแบบดั้งเดิม (Traditional Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีสมมติฐานว่า การตัดสินใจนั้นเป็นกระบวนการที่เป็นเหตุเป็นผล ผู้ทำการตัดสินใจต้องพยายามสรรหาหรือคัดสรรทางเลือกที่ดีที่สุด เพื่อจะนำไปสู่ความสำเร็จให้มากที่สุด ซึ่งการตัดสินใจมีขั้นตอน คือ มีการรู้ปัญหา มีการตั้งจุดมุ่งหมาย การสรรหาทางเลือก การประมวลข้อมูล ประเมินทางเลือกที่ดีที่สุด ลงมือปฏิบัติตามทางเลือกและประเมินผลของทางเลือก ซึ่งจะกระทำเป็นวงจรไม่จบสิ้น จนกว่าการประเมินผลออกมาว่า ทางเลือกที่นำไปปฏิบัตินั้น สามารถแก้ปัญหาหรือทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. ทฤษฎีพฤติกรรมในการตัดสินใจ (Behavioral Theory) คือ ความสามารถของมนุษย์ในการแก้ปัญหาที่มีมากน้อย เมื่อเทียบกับปัญหาที่ต้องการแก้ไขอย่างมีเหตุผล ฉะนั้นในการตัดสินใจของคนนั้น จะต้องอยู่ในสภาพที่มีข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์และไม่สามารถหาทางเลือก รวมทั้งไม่สามารถประเมินทางเลือกได้ทุกทาง และไม่สามารถบอกได้ว่าทางเลือกไหนจะให้ประโยชน์สูงสุด กล่าวคือ มีข้อจำกัดทางการให้เหตุผล ซึ่งได้รับการสนับสนุนอย่างกว้างขวางด้วยเหตุนี้คนจึงจะประเมินทางเลือกต่างๆ ไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งมีทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่พอใจและยอมรับได้

3. ทฤษฎีความขัดแย้งในการตัดสินใจ (Conflict Theory of Decision Making) คือ การตัดสินใจโดยธรรมชาติแล้วจะก่อให้เกิดความกดดันและความขัดแย้งเกิดขึ้น ซึ่งถ้าความกดดันและความขัดแย้งอยู่ระดับสูงมาก ก็จะใช้กระบวนการต่อต้านเกิดขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดผลดี ส่วนการตัดสินใจที่เป็นกระบวนการนั้น จะสามารถเลือกทางเลือกได้เหมาะสม และคุณภาพการตัดสินใจขึ้นอยู่กับกระบวนการในการประมวลและการประเมินข้อมูล ความกดดันเกิดได้หลายระดับ และกระบวนการในการประมวลผลและประเมินข้อมูลจะเกิดขึ้นต่อเมื่อความกดดันอยู่ในระดับดีเท่านั้น

กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ เป็นวิธีการหรือเป็นการเรียงลำดับความสำคัญของทางเลือก ซึ่งมีผู้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจต่างๆ มากมาย แต่ผู้วิจัยขอเสนอกระบวนการตัดสินใจเพียง 3 คน ดังนี้

กระบวนการตัดสินใจสั่งการจะประกอบด้วย 3 ขั้นตอน กล่าวไว้โดยเฮอริเบิร์ต ไชมอน (Herbert Simon, 1976, p. 6) ดังนี้

1. การศึกษาสถานะแวดล้อมต่างๆ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ

2. การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของข้อมูลนั้น เพื่อกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจ
 3. การตัดสินใจเลือกทางที่เห็นว่าดีที่สุด
- และกระบวนการตัดสินใจ มี 4 ขั้นตอน (เพ็ญจันทร์ แสนประสาน, 2538, หน้า 25-26)

ดังนี้

1. วินิจฉัยปัญหาหรือประเด็นที่ต้องตัดสินใจให้ได้ สามารถกำหนดตัวปัญหา และเป็นปัญหาอะไร โดยการสังเกต ข้อมูล การสัมภาษณ์ ประชุม รายงาน โดยการค้นหาปัญหาต้องมึใจเป็นกลาง และมองปัญหาได้กว้าง

2. วิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

3. ตั้งเป้าหมายปัญหาที่จะตัดสินใจนั้นสอดคล้องกับเป้าหมายหรือไม่ โดยเปรียบเทียบทางเลือกการแก้ปัญหาความเสี่ยงและความเป็นไปได้ของทางเลือก และทางเลือกที่ดีที่สุดวิเคราะห์แล้ว

4. วางแผนดำเนินการ โดยนำวงจรเดมมิงมาใช้ ได้แก่ การวางแผน (Plan) ลงมือปฏิบัติ (Do) ภาตรวจสอบ (Check) และดำเนินการแก้ไขปรับปรุง (Action)

นอกจากนี้ กระบวนการตัดสินใจ ยังแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน กล่าวไว้โดยแดเนียล กริฟฟิธส์ (Danial Griffiths, 1959, p. 94) ได้แก่

1. ระบุปัญหาให้คำจำกัดความ

2. กำหนดขอบเขตของปัญหา

3. วิเคราะห์

4. ประเมินผลปัญหา

5. สร้างเกณฑ์และมาตรฐานเพื่อประเมินผลทางเลือก หรือการตัดสินใจรวบรวมข้อมูลหาทางเลือกหรือวิธีแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

6. เริ่มปฏิบัติทางเลือก

สรุป กระบวนการตัดสินใจ จะต้องประกอบด้วยขั้นตอนอย่างน้อย 3 ขั้นตอน คือ ต้องกำหนดปัญหา วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นทางเลือกในการตัดสินใจ และเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

แนวคิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย แต่ผู้วิจัยขอนำเสนอความหมายของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวไว้เพียง 2 ความหมาย ดังนี้

ศิริ ฮามสุโพธิ์ ได้กล่าวถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นแง่สังคมวิทยา เพราะพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันเนื่องจากสาเหตุที่ต่างกัน เช่น การอบรมเลี้ยงดู การศึกษา เพศ ธรรมเนียม วัย เชื้อชาติ ศาสนาและประสบการณ์ เป็นต้น (ศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543, หน้า 63)

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภคนั้นๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหาหรือวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมการซื้อก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542, หน้า 33)

สรุป ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมามีความแตกต่างกัน และการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็เพื่อจะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจมากที่สุดของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ได้กล่าวไว้โดยกองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543)

ปัจจัยภายใน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง สิ่งดึงดูดใจ ให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1.1 ประเภทธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติ หาดทราย เกาะ เขื่อน เป็นต้น
- 1.2 ประเภทศิลปวัฒนธรรม เช่น งานประเพณี วิถีชนบท ชาวเขา สินค้าพื้นเมือง

เป็นต้น

2. ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน เป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัย จึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงแหล่งท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐจะเป็นผู้ลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นยังเป็นผู้ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนนี้ด้วย เช่น การคมนาคม พิธีการเข้าเมือง และบริการข่าวสาร ที่พัก ร้านอาหาร บริการนำเที่ยว เป็นต้น

5. สินค้าของระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จัก และสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

7. ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

ปัจจัยภายนอก

1. ภาวะเศรษฐกิจ และการเมืองของโลก

เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยการเดินทางระยะทางไกล

2. ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่

ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จในระบบประหยัด ทำให้มีผู้รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวดีขึ้น ความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้คนจ่ายเงินใช้เพื่อการท่องเที่ยว

3. การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่การคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อการเดินทางด้วยรถยนต์ ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านท่าอากาศยาน เครื่องบิน เส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

ระบบการคมนาคมขนส่ง ที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวเล็กลง รัฐบาลของทุกประเทศต่างให้ความสนใจ ขอความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขัน ทั้งในแง่การส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548, หน้า 4) ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น

1.1 เพศ

ผู้หญิงกับผู้ชายจะมีพฤติกรรมในการซื้อแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้หญิงส่วนใหญ่จะมีความละเอียดในการซื้อมากกว่าผู้ชาย สินค้าบางชนิดจะจำหน่ายให้เฉพาะเพศเท่านั้น

1.2 อายุ

เด็กจะซื้อสินค้าเพราะต้องการของแถม วัยรุ่นจะซื้อสินค้าตามแฟชั่นในช่วงเวลานั้น ผู้ใหญ่จะซื้อสินค้าโดยเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพกับราคา ในขณะที่คนชราจะซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพ

1.3 สถานภาพ

คนโสดจะซื้อสินค้าโดยใช้เหตุผลส่วนตัวเป็นหลัก ในขณะที่คนมีครอบครัวแล้ว จะคำนึงถึงความต้องการของสมาชิกในครอบครัวด้วย จนบางครั้งล้มเลิกคำนึงถึงความต้องการของตน

1.4 การศึกษา

ระดับการศึกษาแสดงถึงระดับความรู้ของบุคคล คนที่มีการศึกษาสูงกว่ามักจะพิจารณาหลายๆ ปัจจัยก่อนการตัดสินใจซื้อ ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาน้อยอาจจะใช้ประสบการณ์หรือความต้องการส่วนตัวเป็นหลัก

1.5 อาชีพ

การประกอบอาชีพที่ต่างกัน ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อได้เช่นกัน โดยเฉพาะสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับอาชีพ เช่น บุคคลที่ประกอบอาชีพเป็นช่าง จะซื้อเครื่องมือช่างเพื่อการประกอบอาชีพ ในขณะที่ครูจะซื้ออุปกรณ์หรือสื่อที่จะใช้สำหรับการสอนหนังสือ

1.6 รายได้

รายได้ของผู้บริโภคแสดงถึงอำนาจในการซื้อสินค้าหรือบริการ คนที่มีรายได้นั้นมากกว่าย่อมมีความสามารถในการจ่ายมากกว่า เพราะฉะนั้นสินค้าคุณภาพดี ราคาสูง ควรจะเจาะจงไปยังกลุ่มที่มีรายได้สูง ในขณะที่คนที่มีรายได้น้อย ควรจะเสนอสินค้าที่คุณภาพไม่สูงนัก และราคาควรจะถูกเป็นพิเศษ

2. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ประกอบด้วย

2.1 การจูงใจ (Motivation)

ผู้บริโภคซื้อสินค้าอันเนื่องมาจากแรงจูงใจที่แตกต่างกันหลายๆ อย่าง หากพิจารณาจากทฤษฎีแรงจูงใจตามลำดับขั้นตอนของมาสโลว์ จะพบว่า ความต้องการของมนุษย์มี 5 ระดับด้วยกัน คือ

2.1.1 ความต้องการด้านร่างกาย (หิว กระหาย)

2.1.2 ความต้องการด้านความปลอดภัย

2.1.3 ความต้องการด้านสังคม (ความผูกพัน ความรัก)

2.1.4 ความต้องการได้รับการยอมรับ และ

2.1.5 ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต เพราะฉะนั้นความต้องการเหล่านี้ จะนำมาสู่การสร้างแรงจูงใจของนักการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อ

2.2 การรับรู้ (Perception)

ผู้บริโภคจะมีการรับรู้เรื่องราวต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกัน เรื่องราวที่รับรู้มาจะถูกเก็บสะสมไว้เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ สิ่งที่ได้รับรู้ได้ อาจจะมาจากการโฆษณา คำบอกเล่า การได้ยิน การอ่าน เมื่อผู้บริโภครับรู้แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

2.3 การเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ผลของการเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้รถยนต์ยี่ห้อหนึ่งย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ครั้งต่อไป หากรถยนต์ยี่ห้อนั้นสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อผู้ใช้ ย่อมส่งผลต่อการซื้อซ้ำในโอกาสต่อไป

2.4 ความเชื่อ (Belief)

ความเชื่อของบุคคล หมายถึง การยึดถือในบางสิ่งบางอย่าง เช่น ความเชื่อตามหลักศาสนา ความเชื่อเกี่ยวกับโชคลาง ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารให้แก่ ผู้บริโภคมุสลิม (ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม) จำเป็นต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามขั้นตอนของศาสนาอิสลาม มิฉะนั้น ผู้บริโภคจะไม่ซื้ออาหารของผู้ผลิตรายนั้น

2.5 ทักษะคติ (Attitude)

ทักษะคติเป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความรู้สึกจะมีทั้งด้านบวกและด้านลบ หากผู้บริโภคมีทักษะคติที่ไม่ดีต่อสินค้าหรือบริการย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว ในทางตรงข้ามหากผู้บริโภคมีทักษะคติที่ดีย่อมนำมาสู่การซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านั้น

3. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) สังคมแวดล้อมที่อยู่รอบๆ ผู้บริโภคมีผลต่อการซื้อสินค้า สิ่งแวดล้อมด้านสังคมประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546)

3.1 ครอบครัว (Family) สมาชิกในครอบครัวก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น

3.1.1 ครอบครัวเดิม (Family of Orientation) ที่ประกอบด้วย พ่อ แม่ บุคคลนั้น จะได้รับอิทธิพลจากครอบครัวเดิมในเรื่องของศาสนา การเมือง และเศรษฐกิจ ความทะเยอทะยาน ความรัก

3.1.2 ครอบครัวใหม่ (Family of Procreation) ประกอบด้วย สามี ภรรยา และลูก ลักษณะของครอบครัวนี้ได้รับความสนใจจากนักการตลาดมากเพราะเกี่ยวข้องกับ การซื้อสินค้าและบริการจำนวนมาก โดยถือว่าภรรยาเป็นหน่วยการซื้อของครอบครัว โดยเฉพาะสินค้าพวกอาหารแห้ง เสื้อผ้า แต่ต่อมาสามีได้มีบทบาทในการซื้อด้วย เช่น สินค้าคงทนถาวรและในกรณีการซื้อสินค้าราคาแพงจะเป็นการตัดสินใจร่วมกันนักการตลาดต้องการจะทราบว่า ใครมีอิทธิพลมากกว่ากันในการซื้อ ซึ่งผลออกมาดังนี้

- สามีมีอิทธิพล (Husband-dominant) ต่อการซื้อประกันชีวิต
รถยนต์ โทรทัศน์

- ภรรยาที่มีอิทธิพล (Wife-dominant) ต่อการซื้อเครื่องซักผ้า พรม เฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว
- สามีและภรรยาที่มีอิทธิพลเท่ากัน (Equal) ต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ นั้งเล่น การพักผ่อน บ้าน ความบันเทิงนอกบ้าน

3.2 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) กลุ่มอ้างอิงจะประกอบด้วยกลุ่มต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ในทางตรงหรือทางอ้อม กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติแลพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมของบุคคลสามารถแบ่งได้เป็น

3.2.1 กลุ่มที่บุคคลนั้นเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์และเป็นสมาชิกมีผลกระทบซึ่งกันและกัน (Membership Groups)

3.2.2 เป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันต่อเนื่อง ได้แก่ กลุ่มเพื่อน ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน (Primary Groups)

3.2.3 เป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์แบบเป็นทางการ มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันน้อย เช่น องค์กรต่างๆ สถาบันทางศาสนา สหพันธ์ (Secondary Groups)

3.2.4 เป็นกลุ่มที่บุคคลนั้นอยากเป็น อยากจะเลียนแบบ เช่น ดารานักร้อง (Aspirations Groups)

3.2.5 เป็นกลุ่มที่บุคคลปฏิเสธในพฤติกรรม เช่น พวกอันธพาล (Dissociative Groups)

นักการตลาดพยายามจะระบุถึงกลุ่มอ้างอิงทั้งหลายให้กับผู้บริโภค เพราะว่าผู้ซื้อจะได้ อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงอย่างน้อย 3 ลักษณะ คือ

1. กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและแบบการดำรงชีวิตแบบใหม่ของผู้ซื้อ
2. กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้ซื้อที่มีต่อสินค้าและความนึกคิดส่วนตัว เพราะว่าผู้ซื้อต้องการจะเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่ม
3. กลุ่มอ้างอิงก่อให้เกิดแนวร่วมเดียวกัน และจะมีผลกระทบต่อการเลือกสินค้าและตรายี่ห้อ

3.3 บทบาทและสถานภาพ (Roles and Statuses) บุคคลต่างๆ จะมีส่วนร่วมในกลุ่มต่างๆ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ เช่น ครอบครัว สโมสร องค์กร ตำแหน่งของบุคคลต่างๆ ในแต่ละกลุ่มเหล่านี้ จะเรียกว่า บทบาท และในขณะที่เดียวกันจะมีสถานภาพควบคู่เสมอ

4. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture) แต่ละสังคมจะมีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง วัฒนธรรมของสังคมอาจจะมาจากประเพณี กิจกรรมประจำท้องถิ่น ผู้บริโภคที่มักจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของตน ตัวอย่างเช่น การซื้อเสื้อผ้าเพื่อใช้ในชีวิตรประจำวันของประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย จะแตกต่างจากการซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคในภาคเหนือของประเทศไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัลยา สมมาตย์ (2541) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเล ในเขตจังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว รวมทั้งเปรียบเทียบปัญหาและโอกาสทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชายทะเล 3 แห่งในจังหวัดเพชรบุรี คือ ชายหาดชะอำ ชายหาดปึกเตียนและหาดเจ้าสำราญ จำนวน 450 ชุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ กับค่าไค-สแควร์ในการทดสอบ ผลการศึกษาพบว่า

1. นักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย ร้อยละ 49.6 และเพศหญิง ร้อยละ 50.4 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนมาก รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 35,000 บาท อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และมีภูมิลำเนาในภาคกลาง

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาเพื่อการพักผ่อน / พักผ่อน ใช้เวลาพำนักเฉลี่ย 1-2 คืน การเดินทางมักไปด้วยตนเองหรือกลุ่มคนเฉพาะครอบครัวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนสื่อที่มีผลต่อการมาเที่ยวมากที่สุด คือ สื่อบุคคล ในการมาเที่ยวจะพักแรมที่บังกาลี รับประทานอาหารที่ร้านอาหาร

3. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวด้านชายทะเลมากที่สุด รองลงมา คือ การคมนาคมขนส่ง

4. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ เพศ อาชีพ การศึกษา และภูมิลำเนาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

พัฒนาพงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 200 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาจากภาคกลาง และกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน ทำบุญและไหว้พระ ถ้าพักแรมจะนิยมพักตามบ้านเพื่อนหรือบ้านญาติ

และโรงแรม พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ได้แก่ รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถไฟตามลำดับ

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นมากที่สุดในเรื่องความงดงามทางด้านสถาปัตยกรรมของแหล่งโบราณสถาน ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ การมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ควรค่าแก่การสักการะ การได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลก

ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การมีพาหนะเดินทางที่หลากหลายและเพียงพอ จะเป็นปัจจัยเสริมที่จะช่วยให้คนประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวมากขึ้น

ฉันทิช วรรณถนอม (2544) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ ผลการวิจัย พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเพื่อพักผ่อนเป็นเหตุผลสำคัญที่สุด และเห็นว่า ประเทศไทยมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในลำดับมาก คือ งบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อม ระยะทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ

ศักดิ์ชัย เอ่งฉ้วน (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประทับใจในจังหวัดกระบี่ เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ธรรมชาติที่สวยงาม อากาศดี และกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ ปีนผา ดำน้ำ พายเรือพายัค และอื่นๆ ตามลำดับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสิ่งที่ควรปรับปรุง เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ค่าครองชีพราคาแพง การคมนาคมและการขนส่งภายในจังหวัด และข้อมูลการท่องเที่ยวไม่เพียงพอตามลำดับ ส่วนที่สอง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ความคิดเห็นต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศประทับใจในจังหวัดกระบี่ เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ธรรมชาติที่สวยงาม ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น และอากาศดี ตามลำดับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยต่อสิ่งที่ควรปรับปรุง เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาด้าน สาธารณูปโภค ปัญหาด้านภาษา และปัญหาการเอาตัวเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

ทิพย์วรรณ ชาติภูวภัทร (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ของจังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบ บังเอิญ จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศ ชาย ร้อยละ 54.0 และเพศหญิง ร้อยละ 46.0 ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี มี สถานภาพสมรสแล้ว มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีระดับรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท และที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดภาคเหนือ

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยว และ ตัวแปรส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ มีความสัมพันธ์ กับตัวแปรระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง ส่วนตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรความหลากหลายของ สถานที่ท่องเที่ยว โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ดังกล่าว ตัวแปรมีระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95

นีลวัจน์ อังศุภนมาลี (2551) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อทราบถึงพฤติกรรม การท่องเที่ยว ได้แก่ จุดประสงค์หลักของการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ประสบการณ์เดินทาง และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยเก็บ รวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบไคสแควร์ ผล การศึกษา พบว่า

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการท่องเที่ยวทุกด้าน ส่วนภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม และด้านสินค้าของที่ระลึก ส่วน อายุมีความสัมพันธ์กับด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสภาพแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ส่วนระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วน

อาชีพมีความสัมพันธ์กับด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสภาพแวดล้อม ส่วนรายได้มีความสัมพันธ์กับด้านความปลอดภัย

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพียงด้านเดียว คือ บุคคลที่ร่วมเดินทาง ส่วนภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจุดประสงค์หลักของการเดินทาง บุคคลที่เดินร่วมทาง พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการเดินทาง

3. การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อองค์ประกอบในการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยองค์ประกอบในการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลมาก ส่วนด้านสินค้าของที่ระลึกมีอิทธิพลปานกลาง

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า อายุมีอิทธิพลปานกลางต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี และรองลงมา คือ รายได้

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีงานวิจัยในประเทศไทยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตามจังหวัดต่างๆ มากพอสมควร แต่ผู้วิจัยเลือกศึกษาจังหวัดกระบี่ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีความสวยงามทางทะเล และต้องการจะศึกษาปัจจัยต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้เข้าใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่มากยิ่งขึ้น โดยอาศัยกรอบการศึกษา แนวคิดและทฤษฎีในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการศึกษาอีกด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัยที่ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ในเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2553 โดยเลือกศึกษาข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจทั้งสิ้น 3 แห่ง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มประชากรจากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าด่านตรวจคนเข้าเมืองจากการคลังจังหวัดกระบี่ ประจำปีเดือนกรกฎาคม 2553 ที่ระบุว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ในไตรมาส 2 (เม.ย.-มิ.ย. 2553) 19,878 คน (การคลังจังหวัดกระบี่, 2553)

ตาราง 7 แสดงสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ประจำปี พ.ศ. 2553

เดือน พ.ศ. 2553	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)
ไตรมาส 2 (เม.ย.-มิ.ย. 2553)	19,878
ก.ค.	6,800

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ จำนวน 3 แห่ง ซึ่งจะแยกเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คน และเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 200 คน โดยคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างตาม

วิธีการของ Taro Yamane ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 % โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถคำนวณได้ 397 ~400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling)

1. ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งในจังหวัดกระบี่ อันได้แก่ 1) เกาะพีพี 2) เกาะลันตา 3) อ่าวพระนาง เนื่องจากจังหวัดกระบี่มีสถานที่ท่องเที่ยวตามเกาะต่างๆ ที่สวยงามจึงเลือกเก็บแบบสอบถามตามเกาะต่างๆ

2. เลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบโควตา (Quota sampling)

เกาะพีพี จำนวน 150 คน

อ่าวพระนาง จำนวน 150 คน

เกาะลันตา จำนวน 100 คน

รวม 400 คน

3. เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ด้านการขนส่ง ด้านราคา ด้านสินค้าที่ระลึก

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว จำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกัน จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ตัวแปรตาม คือ

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่งเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่งเที่ยว จำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกัน จำนวนวันที่มาท่งเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆในการตัดสินใจของนักท่งเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรกรท่งเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรมกรท่งเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่งเที่ยว ด้านการขนส่ง ด้านราคา และด้านสินค้าของที่ระลึก โดยลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนนที่ได้
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ได้คะแนนเท่ากับ 5 คะแนน
เห็นด้วย	ได้คะแนนเท่ากับ 4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	ได้คะแนนเท่ากับ 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ได้คะแนนเท่ากับ 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยที่สุด	ได้คะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

ซึ่งสามารถแปลความหมายจากเกณฑ์อันตรภาคชั้นได้ ดังนี้

1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นของนักท่งเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่งเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับต่ำมาก

1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นของนักท่งเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่งเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับต่ำ

2.60 - 3.40 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นของนักท่งเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่งเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับปานกลาง

3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นของนักท่งเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่งเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับสูง

4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นของนักท่งเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่งเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับสูงมาก

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนนที่ได้
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ได้คะแนนเท่ากับ 5 คะแนน
เห็นด้วย	ได้คะแนนเท่ากับ 4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	ได้คะแนนเท่ากับ 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ได้คะแนนเท่ากับ 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยที่สุด	ได้คะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

ซึ่งสามารถแปลความหมายจากเกณฑ์อันตรภาคชั้นได้ ดังนี้

1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับต่ำมาก

1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับต่ำ

2.60 - 3.40 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับปานกลาง

3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับสูง

4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับสูงมาก

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questions)

การตรวจสอบเครื่องมือ

เครื่องมือและขั้นตอนที่ใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง คือ แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เอกสารต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดเนื้อหาของคำถาม

2. ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ แบบสอบถามเพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ว่า ครบคลุมหรือไม่ จากนั้นผู้วิจัยนำมาแก้ไข ปรับปรุง
3. นำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบเกี่ยวกับเนื้อหา ของคำถามว่าสามารถสื่อได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยต้องการไหม
4. นำแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างทำแล้ว มาตรวจสอบ และคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น(Reliability) ได้เท่ากับ 0.8 แสดงว่า แบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูง ซึ่งวัดจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ตามสถานที่ทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ เกาะพีพี อ่าวพระนาง และเกาะลันตา ในจังหวัดกระบี่ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกระจายแบบสอบถาม ได้แก่ เกาะพีพี อ่าวพระนาง เกาะลันตา

ขั้นที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2553 เป็นระยะเวลา 2 เดือน ทั้งนี้ผู้วิจัยจะแจกใบสอบถามให้นักท่องเที่ยวแล้วรอเก็บจากนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยเรียงตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมมารท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่

สมมติฐานข้อ 1 วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

สมมติฐานข้อ 2 วิเคราะห์ค่า F- test (ANOVA) ใช้ในกรณีที่เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมมารท่องเที่ยวในหัวข้อต่างๆ เช่น จำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกัน จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และใช้วิธี Post Hoc เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe (Scheffe Method) ในกรณีที่ใช้ F- test แล้วพบค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ มีผลการวิจัยนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างชาวไทยและกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติในเรื่องต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฯลฯ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย

กลุ่มตัวอย่างเป็นชายและหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ชาย 46.5% หญิง 53.5% โดยเก็บข้อมูลแบบสะดวก จังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่จะมีอายุ 21- 30 ปี (43%) ซึ่งระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (64.5%)

อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นอาชีพ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา (26.5%) รองลงมา คือ พนักงานบริษัท (19.0%) ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดกรุงเทพฯ (14.5%) จังหวัดสงขลา (8.0%) จังหวัดตรัง (6.5%) (ตาราง 8)

ตาราง 8 แสดงคุณลักษณะพื้นฐานทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย

	ลักษณะของประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	93	46.5
	หญิง	107	53.5
	รวม	200	100.0
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	19	9.5
	21-20 ปี	86	43.0
	31-40 ปี	63	26.8
	41-50 ปี	22	11.0
	50-60 ปี	10	5.0
	61 ปี ขึ้นไป	-	-
	รวม	200	100.0
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ปวช.	9	4.5
	ปวส./เทียบเท่าอนุปริญญา	20	10.0
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	129	64.5
	ปริญญาโท	41	20.5
	ปริญญาเอก	1	0.5
	อื่นๆ	-	-
รวม	200	100.0	
อาชีพ	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	53	26.5
	พนักงานบริษัท	38	19.0
	เจ้าของธุรกิจ	33	16.5
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	31	15.5
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	12.0
	ลูกจ้างประจำ/ลูกจ้างชั่วคราว	12	6.0
	รับจ้างทั่วไป	5	2.5
	อื่นๆ	3	1.5
	ผู้สื่อข่าว/สื่อมวลชน	1	0.5
	นักการเมือง	-	-

ตาราง 8 (ต่อ)

	ลักษณะของประชากร	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ	นักวิชาการอิสระ	-	-
	รวม	200	100.0
ภูมิภาค	จังหวัดกรุงเทพมหานคร	29	14.5
	จังหวัดสงขลา	16	8.0
	จังหวัดตรัง	13	6.5
	จังหวัดภูเก็ต	11	5.5
	จังหวัดพังงา	10	5.0
	จังหวัดสุราษฎร์ธานี	10	5.0
	จังหวัดยะลา	9	4.5
	จังหวัดสมุทรปราการ	8	4.0
	จังหวัดระนอง	7	3.5
	จังหวัดนครศรีธรรมราช	7	3.5
	จังหวัดฉะเชิงเทรา	6	3.0
	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	5	2.5
	จังหวัดชุมพร	5	2.5
	จังหวัดปัตตานี	5	2.5
	จังหวัดราชบุรี	5	2.5
	จังหวัดอยุธยา	5	2.5
	จังหวัดเชียงใหม่	4	2.0
	จังหวัดเพชรบุรี	4	2.0
	จังหวัดชลบุรี	4	2.0
	จังหวัดเชียงราย	3	1.5
	จังหวัดนราธิวาส	3	1.5
	จังหวัดขอนแก่น	3	1.5
	จังหวัดลำปาง	3	1.5
	จังหวัดระยอง	3	1.5
	จังหวัดพัทลุง	2	1.0

ตาราง 8 (ต่อ)

	ลักษณะของประชากร	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิลำเนา	จังหวัดสตูล	2	1.0
	จังหวัดนนทบุรี	2	1.0
	จังหวัดกาญจนบุรี	2	1.0
	จังหวัดพิษณุโลก	2	1.0
	จังหวัดอุดรธานี	2	1.0
	จังหวัดสุโขทัย	2	1.0
	จังหวัดแม่ฮ่องสอน	1	0.5
	จังหวัดนครสวรรค์	1	0.5
	จังหวัดสุพรรณบุรี	1	0.5
	จังหวัดสมุทรสาคร	1	0.5
	จังหวัดจันทบุรี	1	0.5
	จังหวัดเพชรบูรณ์	1	0.5
	จังหวัดตราด	1	0.5
	รวม	200	100.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างชาวไทยระบุว่าวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน / บันเทิง (73%) ซึ่งบุคคลที่ร่วมเดินทางมาจังหวัดกระบี่ด้วย คือ ครอบครัว (50.5%) รองลงมา คือ เพื่อน (40.5%) โดยกลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (38.5%) และรองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง (26.0%) และเครื่องบิน (18.5%) ตามลำดับ และส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่เป็นครั้งที่ 2-3 (39%) รองลงมา คือ ครั้งที่ 4-5 (23%) (ตาราง 9 – 12)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ 1-3 วัน / ครั้ง (43%) มากที่สุด รองลงมา คือ 4-6 วัน / ครั้ง (38%) ซึ่งเดินทางในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ (66.5%) มากที่สุด รองลงมา คือ ช่วงวันเสาร์-วันอาทิตย์ (19.5%) และน้อยที่สุดในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ (14%) และกลุ่มตัวอย่างชาวไทยสามารถทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (23.4%) รองลงมา คือ ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารท่องเที่ยว (21.67%) จากเพื่อน

/ ญาติพี่น้อง (20.99%) จากโทรทัศน์ (12.11%) จากคู่มือการท่องเที่ยว (10.58%) จากหนังสือพิมพ์ (6.65%) จากแผ่นพับ/ใบปลิว (3.58%) และน้อยที่สุด คือ จากวิทยุ (1.02%) ตามลำดับ (ตาราง 13 – 15)

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยวพักผ่อน / บันเทิง	146	73.0
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	37	18.0
การศึกษา / ทัศนศึกษา	8	4.0
ประชุม/ สัมมนา	7	3.5
อื่นๆ	2	1.0
รวม	200	100

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทาง

บุคคลที่ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว	101	50.5
เพื่อน	81	40.5
สถานศึกษา	8	4.0
บริษัทนำเที่ยว	6	3.0
คนเดียว	3	1.5
อื่นๆ	1	0.5
รวม	200	100

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	77	38.5
รถโดยสารประจำทาง	52	26.0
เครื่องบิน	37	18.5
รถตู้ / รถเช่า	22	11.0
รถของบริษัททัวร์	12	6.0
อื่นๆ	-	-
รวม	200	100

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่

จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
2-3 ครั้ง	78	39.0
4-5 ครั้ง	46	23.0
ครั้งแรก	38	19.0
6 ครั้ง ขึ้นไป	38	19.0
รวม	200	100

ตาราง 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1-3 วัน / ครั้ง	86	43.0
4-6 วัน / ครั้ง	76	38.0
1 สัปดาห์ / ครั้ง	24	12.0
มากกว่า 1 สัปดาห์ ขึ้นไป	14	7.0
รวม	200	100

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุดนักขัตฤกษ์	133	66.5
วันเสาร์-วันอาทิตย์	39	19.5
วันจันทร์-วันศุกร์	28	14.0
รวม	200	100

ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	137	23.4
นิตยสารการท่องเที่ยว	127	21.67
เพื่อน / ญาติพี่น้อง	123	20.99
โทรทัศน์	71	12.11
คู่มือการเดินทางท่องเที่ยว	62	10.58
หนังสือพิมพ์	39	6.65
แผ่นพับ / โบปปลิว	21	3.58
วิทยุ	6	1.02
อื่นๆ	-	-
รวม	586	100

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดกระบี่

ปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ด้านการขนส่ง ด้านราคา และด้านสินค้าของที่ระลึก

1. ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรื่องแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสวยงาม (Mean = 4.82) และมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยใน เรื่องจังหวัดกระบี่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน (Mean = 4.05) (ตาราง 16)

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความสวยงาม	81.5	18.5	-	-	-	4.82	0.389	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
จังหวัดกระบี่มีประวัติศาสตร์ ความเป็นมาอันยาวนาน	14.0	77.5	7.5	1.0	-	4.05	0.504	เห็นด้วย
ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีความน่าสนใจ	9.0	49.0	11.5	3.05	-	3.37	1.013	ไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	4.28	0.339	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

หมายเหตุ: 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 2.60 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรื่องมีการแจกเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้นักท่องเที่ยว เห็นด้วย (Mean = 3.74) (ตาราง 17)

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
มีการแจกเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้นักท่องเที่ยว	13.5	61.0	11.5	16.5	0.5	3.74	0.877	เห็นด้วย
ข้อมูลข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่มีความสมบูรณ์และทันสมัย	-	25.5	12.0	58.5	4.0	2.59	0.914	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.16	0.649	ไม่แน่ใจ

หมายเหตุ:	1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1.81 - 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
	2.60 - 3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
	3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
	4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย (Mean = 4.21) (ตาราง 18)

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านการ กิจกรรมการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
กิจกรรมการท่องเที่ยว ความหลากหลาย	25.5	70.5	3.0	1.0	-	4.21	0.533	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
กิจกรรมการท่องเที่ยว ความปลอดภัย	8.5	78.0	11.0	1.5	-	3.96	0.514	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	4.08	0.424	เห็นด้วย

หมายเหตุ: 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
2.60 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรื่องที่พักมีให้เลือกอย่างหลากหลาย (Mean = 4.34) รองลงมา คือ เรื่องร้านอาหารมีให้เลือกมากมายและมีความสะอาด (Mean = 4.05) (ตาราง 19)

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
ที่พักมีให้เลือกอย่างหลากหลาย	35.0	64.0	1.0	-	-	4.34	0.496	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ร้านอาหารมีให้เลือกมากมายและมีความสะอาด	14.5	76.5	8.0	1.0	-	4.05	0.514	เห็นด้วย
มีศูนย์รับแจ้งเหตุของนักท่องเที่ยว (แจ้งได้ตลอด 24 ชั่วโมง)	5.0	32.0	33.0	29.5	1.0	3.10	0.919	ไม่แน่ใจ
ระบบบริการมีความมาตรฐาน เช่น ที่จอดรถเพียงพอ ห้องน้ำ มีความสะอาด และมีบริการถึงขยะให้เพียงพอ	2.0	16.0	17.5	53.5	11.0	2.45	0.955	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.71	0.515	เห็นด้วย

หมายเหตุ: 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 2.60 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

5. ปัจจัยด้านการขนส่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรื่องการขนส่งในการเดินทางมีให้เลือกหลากหลาย (Mean = 3.86) รองลงมา คือ เรื่องการขนส่งมีความปลอดภัย (Mean = 3.72) (ตาราง 20)

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านการขนส่งของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านการขนส่ง	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
การขนส่งในการเดินทางมีให้เลือกหลากหลาย	9.0	74.0	10.5	6.5	-	3.86	0.660	เห็นด้วย
การขนส่งมีความปลอดภัย	3.5	68.0	25.0	3.5	-	3.72	0.588	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.79	0.485	เห็นด้วย

หมายเหตุ: 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 2.60 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

6. ปัจจัยด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ เรื่องราคาของสินค้าของที่ระลึกที่มีความเหมาะสม (Mean = 3.04) รองลงมา คือ เรื่องราคาของอาหารที่มีความเหมาะสม (Mean = 2.69) (ตาราง 21)

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านราคาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านราคา	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
ราคาของสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสม	2.5	39.5	22.5	30.0	5.5	3.04	1.009	ไม่แน่ใจ
ราคาของอาหารที่มีความเหมาะสม	1.5	24.5	24.0	41.0	9.0	2.69	0.990	ไม่แน่ใจ
ราคาของห้องพักมีความเหมาะสม	3.0	23.0	16.5	43.5	14.0	2.58	1.082	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	2.77	1.007	ไม่แน่ใจ

หมายเหตุ:	1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1.81 - 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
	2.60 - 3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
	3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
	4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

7. ปัจจัยด้านสินค้าของที่ระลึก พบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรื่องสินค้ามีบรรจุหีบห่อ สวยงามและปลอดภัย (Mean = 4.12) รองลงมา คือ เรื่องสินค้าของที่ระลึกมีให้เลือกหลากหลาย (Mean = 4.08) (ตาราง 22)

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้าน สินค้าของที่ระลึก	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
สินค้ามีบรรจุหีบห่อ สวยงาม และปลอดภัย	28.5	58.0	10.5	3.0	-	4.12	0.706	เห็นด้วย
สินค้าของที่ระลึกมีให้ เลือกหลากหลาย	22.5	65.5	9.0	3.0	-	4.08	0.657	เห็นด้วย
ร้านจำหน่ายของที่ระลึก มีความเพียงพอเหมาะสม	6.5	80.0	8.5	5.0	-	3.88	0.581	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	4.02	0.532	เห็นด้วย

หมายเหตุ:	1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1.81 - 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
	2.60 - 3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
	3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
	4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีความคิดเห็นในการตัดสินใจ เรื่องก่อนการเดินทางว่า ท่านจะต้องเกิดปัญหาหรือมีความต้องการเดินทางมาก่อนอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (Mean = 4.64) รองลงมา คือ เรื่องจะตัดสินใจเลือกเดินทางมาจังหวัดกระบี่ เพราะปัจจัยทางด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต่างๆ (Mean = 4.32) (ตาราง 23)

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นหัวข้อการตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
- ก่อนการเดินทางท่านมีปัญหาก็หรือมีความต้องการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ เช่น								
1. ต้องการชมความสวยงามของทะเลจังหวัดกระบี่								
2. ต้องการมาพักผ่อน								
3. ต้องการมาเยี่ยมญาติ								เห็นด้วย
4. ต้องการมาประชุม	65.5	33.0	1.5	-	-	4.64	0.512	อย่างยิ่ง
- ท่านตัดสินใจเลือกเดินทางมาจังหวัดกระบี่ เพราะ								
1. ความสวยงามทางทะเล								
2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวมากมาย								
3. ที่พัก อาหารและร้านจำหน่ายของที่ระลึกให้เลือกมากมาย	32.5	67.0	-	0.5	-	4.32	0.497	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
- เมื่อท่านเดินทางกลับ ท่านมีการประเมินผลการท่องเที่ยวครั้งนี้ เช่น								
1. ค่าใช้จ่ายที่เสียไปคุ้มค่ากับการเดินทางมาจังหวัดกระบี่								
2. ความสะดวกสบายที่ได้รับคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	15.0	76.0	8.5	-	-	4.06	0.503	เห็นด้วย
- ก่อนการเดินทางท่านมีการประเมินทางเลือกโดยการเปรียบเทียบข้อมูลของจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลเหมือนกันว่าจะเลือกเดินทางไปที่ใด	22.0	60.5	1.5	15.0	1.0	3.88	0.956	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	4.22	0.38	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

หมายเหตุ: 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 2.60 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ มีปัญหาและข้อเสนอแนะ ดังนี้

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่มีปัญหามากที่สุดคือ เรื่องป้ายบอกทางในการเดินทางไม่ชัดเจน อาจเป็นเพราะมีการจัดทำป้ายมาเป็นเวลานานระยะหนึ่งแล้ว รongลงมา คือ เรื่องราคาของที่พักรและราคาอาหารสูงเกินไป อาจเป็นช่วงที่ไปเก็บข้อมูลเป็นช่วง high season และช่วงเทศกาลปีใหม่ จึงทำให้มีราคาแพงทั้งอาหารและที่พัก (ตาราง 24)

ตาราง 24 แสดงปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ป้ายบอกทางในการเดินทางไม่ชัดเจน	60	33.33	1
ราคาของที่พักรและราคาอาหารสูงเกินไป	45	25.00	2
เศษขยะเยอะ	30	16.67	3
สินค้ามีราคาแพงเกินไปสำหรับขายนักท่องเที่ยวชาวไทย	15	8.33	4
พนักงานเลือกปฏิบัติกับนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย	13	7.22	5
การเดินทางไปสู่เกาะลันตาใช้เวลาสูงเกินไป	12	6.67	6
ถนนแคบทำให้เกิดการจราจรติดขัด	5	2.78	7
รวม	180	100	-

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ในการเชิญชวนหรือการประชาสัมพันธ์การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ให้มากขึ้น เนื่องจากจังหวัดกระบี่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม เช่น บริเวณอ่าวนางมีทะเลที่สวยงาม และอากาศดี รองลงมา คือ ป้ายบอกทางควรมีให้มากขึ้น เพื่อสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ (ตาราง 25)

ตาราง 25 แสดงข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ให้มากขึ้น	115	35.17	1
ป้ายบอกทางควรมีให้มากขึ้น	65	19.87	2
ควรมีการรณรงค์เรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ	48	14.68	3
ควรมีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	45	13.76	4
ควรมีการลดราคาที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย	34	10.4	5
ควรมีการปรับปรุงราคาสินค้าที่วางขายให้เหมาะสมเนื่องจากมีราคาแพงเกินไปสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย	20	6.12	6
รวม	327	100	-

ส่วนที่ 6 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ

กลุ่มตัวอย่างเป็นชายและหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ชาย 53% หญิง 47% โดยเก็บข้อมูลแบบสะดวก ส่วนใหญ่จะมีอายุ 21- 30 ปี (43%) ซึ่งระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่จบปริญญาโท (33.5%) รองลงมา คือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (33.0%)

อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัท (29.5%) รองลงมา คือ อาชีพนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา (20.0%) ส่วนใหญ่มีเชื้อชาติเป็นคน สวีเดน (16.0%) ฝรั่งเศส (14.5%) เยอรมัน (12.5%) (ตาราง 26)

ตาราง 26 แสดงคุณลักษณะพื้นฐานทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ

	ลักษณะของประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	106	53.0
	หญิง	94	47.0
	รวม	200	100.0
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	5	2.5
	21-20 ปี	107	53.5
	31-40 ปี	47	23.5
	41-50 ปี	33	16.5
	50-60 ปี	8	4.0
	61 ปี ขึ้นไป	-	-
	รวม	200	100.0
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ปวช.	23	11.5
	ปวส. / เทียบเท่าอนุปริญญา	40	20.0
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	66	33
	ปริญญาโท	67	33.5
	ปริญญาเอก	2	1.0
	อื่นๆ	2	1.0
	รวม	200	100.0
อาชีพ	พนักงานบริษัท	59	29.5
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	40	20.0
	เจ้าของธุรกิจ	29	14.5
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	27	13.5
	อื่นๆ	14	7.0
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	11	5.5
	นักวิชาการอิสระ	8	4.0
	ลูกจ้างประจำ/ลูกจ้างชั่วคราว	5	2.5
	รับจ้างทั่วไป	5	2.5
	นักการเมือง	2	1.0

ตาราง 26 (ต่อ)

	ลักษณะของประชากร	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ	ผู้สื่อข่าว/สื่อมวลชน	-	-
	รวม	200	100.0
ภูมิสำเนา	สวีเดน	32	16.0
	ฝรั่งเศส	29	14.5
	เยอรมัน	25	12.5
	แคนาดา	16	8.0
	สเปน	13	6.5
	อเมริกาใต้	12	6.0
	นอร์เวย์	11	5.5
	อังกฤษ	10	5.0
	เบลเยียม	7	3.5
	โปแลนด์	6	3.0
	อิตาลี	5	2.5
	อเมริกา	4	2.0
	ลัตเวีย	4	2.0
	เนเธอร์แลนด์	4	2.0
	มาเลเซีย	3	1.5
	เดนมาร์ก	3	1.5
	สิงคโปร์	2	1.0
	ญี่ปุ่น	2	1.0
	สโลวีเนีย	2	1.0
	สวีตเซอร์แลนด์	2	1.0
อาเจนติน่า	2	1.0	
อิสราเอล	2	1.0	
โรมาเนีย	2	1.0	
ฟินแลนด์	2	1.0	
	รวม	200	100.0

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติระบุว่าวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน / บันเทิง (90.5%) ซึ่งมีบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย คือ เพื่อน (40.5%) รองลงมา คือ ครอบครัว (32.5%) และกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง (42.0%) รองลงมา คือ เครื่องบิน (37.5%) และส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวกระบี่เป็นครั้งแรก (55.5%) รองลงมา คือ ครั้งที่ 2-3 (24.5%) (ตาราง 27 – 30)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มากกว่า 1 สัปดาห์ขึ้นไป (50.5%) และกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ (67.0%) มากที่สุด รองลงมา คือ วันจันทร์-วันศุกร์ (24.0%) และกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติสามารถทราบข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ได้จากคู่มือการเดินทางท่องเที่ยว (26.28%) มากที่สุด (68.5%) รองลงมา คือ ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต (21.39%) จากเพื่อน /ญาติพี่น้อง (20.88%) จากนิตยสารการท่องเที่ยว (14.69%) จากโทรทัศน์ (7.22%) จากหนังสือพิมพ์ (3.61%) จากแผ่นพับ/ใบปลิว (10.5%) จากวิทยุ (3.35%) และน้อยที่สุด คือ อื่นๆ เช่น เดินทางมากับคนรัก ตามลำดับ (ตาราง 31 - 33)

ตาราง 27 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยวพักผ่อน / บันเทิง	181	90.5
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	15	7.5
การศึกษา / ทัศนศึกษา	4	2.0
ประชุม/ สัมมนา	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	200	100

ตาราง 28 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทาง

บุคคลที่ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	72	36.0
ครอบครัว	65	32.5
บริษัทนำเที่ยว	25	12.5
คนเดียว	24	12.0
อื่นๆ	11	5.5
สถานศึกษา	3	1.5
รวม	200	100

ตาราง 29 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถโดยสารประจำทาง	84	42.0
เครื่องบิน	75	37.5
รถของบริษัททัวร์	18	9.0
รถตู้ / รถเช่า	17	8.5
รถยนต์ส่วนตัว	6	3.0
อื่นๆ	-	-
รวม	200	100

ตาราง 30 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมา

จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	111	55.5
2-3 ครั้ง	49	24.5
4-5 ครั้ง	20	10.0
6 ครั้ง ขึ้นไป	20	10.0
รวม	200	100

ตาราง 31 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 สัปดาห์ ขึ้นไป	101	50.5
1 สัปดาห์ / ครั้ง	38	19.0
1-3 วัน / ครั้ง	31	15.5
4-6 วัน / ครั้ง	30	15.0
รวม	200	100

ตาราง 32 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุดนักขัตฤกษ์	134	67.0
วันจันทร์-วันศุกร์	48	24.0
วันเสาร์-วันอาทิตย์	18	9.0
รวม	200	100

ตาราง 33 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
คู่มือการเดินทางท่องเที่ยว	102	26.28
อินเทอร์เน็ต	83	21.39
เพื่อน / ญาติพี่น้อง	81	20.88
โทรทัศน์	28	7.22
หนังสือพิมพ์	14	3.61
แผ่นพับ / โบปลิว	13	3.35
วิทยุ	9	2.32
อื่นๆ	1	0.26
รวม	388	100

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ส่วนที่ 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่

ปัจจัยต่างๆในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ด้านการขนส่ง ด้านราคา และด้านสินค้าของที่ระลึก

1. ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรื่องแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสวยงาม (Mean = 4.82) รองลงมา คือ เรื่องจังหวัดกระบี่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน (Mean = 4.05) (ตาราง 34)

ตาราง 34 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ								เห็นด้วย
มีความสวยงาม	37.5	55.5	5.5	1.5	-	4.82	0.389	อย่างยิ่ง
จังหวัดกระบี่มีประวัติศาสตร์								
ความเป็นมาอันยาวนาน	2.5	33.0	44.0	14.5	6.0	4.05	0.504	เห็นด้วย
ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น								
มีความน่าสนใจ	6.0	45.5	25.5	21.0	2.0	3.99	0.496	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.58	0.616	เห็นด้วย

หมายเหตุ: 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 2.60 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรื่องมีการแจกเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้แก่นักท่องเที่ยว (Mean = 3.82) (ตาราง 35)

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
ข้อมูลข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่มีความสมบูรณ์และทันสมัย	22.5	52.5	24.5	15.5	-	3.82	0.995	เห็นด้วย
มีการแจกเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้แก่นักท่องเที่ยว	8.0	46.5	32.0	11.5	2.0	3.47	0.873	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.64	0.821	เห็นด้วย

หมายเหตุ:	1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1.81 - 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
	2.60 - 3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
	3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
	4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยทั้ง 2 เรื่อง คือ เรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายและกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (Mean = 3.76) (ตาราง 36)

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านการ กิจกรรมการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
กิจกรรมการท่องเที่ยว มีความหลากหลาย	20.0	51.5	14.5	12.5	1.5	3.76	0.963	เห็นด้วย
กิจกรรมการท่องเที่ยว มีความปลอดภัย	16.5	55.5	15.0	13.0	-	3.76	0.883	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.76	0.824	เห็นด้วย

หมายเหตุ: 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
2.60 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย คือ เรื่องที่พักมีให้เลือกอย่างหลากหลาย (Mean = 3.98) รองลงมา คือ เรื่องร้านอาหารมีให้เลือกมากมายและมีความสะอาด (Mean = 3.95) และมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วย เรื่องมีศูนย์รับแจ้งเหตุของนักท่องเที่ยว (แจ้งได้ตลอด 24 ชั่วโมง) (ตาราง 37)

ตาราง 37 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
ที่พักมีให้เลือกอย่างหลากหลาย	18.5	65.0	12.5	4.0	-	3.98	0.687	เห็นด้วย
ร้านอาหารมีให้เลือกมากมายและมีความสะอาด	15.0	67.5	14.5	3.0	-	3.95	0.643	เห็นด้วย
มีศูนย์รับแจ้งเหตุของนักท่องเที่ยว (แจ้งได้ตลอด 24 ชั่วโมง)	7.5	35.0	20.0	35.5	2.0	3.11	1.039	ไม่แน่ใจ
ระบบบริการมีความมาตรฐาน เช่น ที่จอดรถเพียงพอ ห้องน้ำ มีความสะอาด และมีบริการถึงขยะให้เพียงพอ	4.0	23.0	18.0	34.5	20.5	2.56	1.168	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.54	0.548	เห็นด้วย

หมายเหตุ: 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 2.60 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

5. ปัจจัยด้านการขนส่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรื่องการขนส่งมีความปลอดภัย (Mean = 3.55) และมีความคิดเห็นไม่แน่ใจใน เรื่องการขนส่งในการเดินทางมีให้เลือกหลากหลาย (Mean = 3.38) (ตาราง 38)

ตาราง 38 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านการขนส่งของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านการขนส่ง	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
การขนส่งมีความปลอดภัย	9.5	53.0	20.0	17.5	-	3.55	0.890	เห็นด้วย
การขนส่งในการเดินทางมีให้เลือกหลากหลาย	9.0	47.5	15.5	28.0	-	3.38	0.990	ไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.46	0.626	เห็นด้วย

หมายเหตุ: 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 2.60 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

6. ปัจจัยด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรื่องราคาของอาหารมีความเหมาะสม (Mean = 3.81) รองลงมา คือ เรื่องราคาของสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสม (Mean = 3.47) (ตาราง 39)

ตาราง 39 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านราคาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้านราคา	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
ราคาของสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสม	6.5	53.5	21.0	18.0	1.0	3.47	0.896	เห็นด้วย
ราคาของอาหารมีความเหมาะสม	14.0	65.0	9.5	11.0	0.5	3.81	0.829	เห็นด้วย
ราคาของห้องพักมีความเหมาะสม	0.5	40.5	12.5	45.0	1.5	2.94	0.967	ไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.41	0.559	เห็นด้วย

หมายเหตุ:	1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1.81 - 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
	2.60 - 3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
	3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
	4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

7. ปัจจัยด้านสินค้าของที่ระลึก พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรื่องร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีความเพียงพอเหมาะสม (Mean = 3.76) รองลงมา คือ เรื่องสินค้าของที่ระลึกมีให้เลือกหลากหลาย (Mean = 3.64) (ตาราง 40)

ตาราง 40 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นด้าน สินค้าของที่ระลึก	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
ร้านจำหน่ายของที่ระลึก								
มีความเพียงพอเหมาะสม	8.0	68.0	15.5	8.5	-	3.76	0.719	เห็นด้วย
สินค้าของที่ระลึกมีให้								
เลือกหลากหลาย	3.5	67.0	20.5	8.0	1.0	3.64	0.723	เห็นด้วย
สินค้ามีบรรจุหีบห่อ								
สวยงาม และปลอดภัย	6.5	58.5	27.5	6.5	1.0	3.63	0.746	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.67	0.561	เห็นด้วย

หมายเหตุ:	1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1.81 - 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
	2.60 - 3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
	3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
	4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 9 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในการตัดสินใจ เรื่องก่อนการเดินทางท่านมีปัญหาก็มีความต้องการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวว่า เห็นด้วย (Mean = 4.18) รองลงมา คือ เรื่องท่านตัดสินใจเลือกเดินทางมาจังหวัดกระบี่ เพราะปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว (Mean = 4.06) (ตาราง 41)

ตาราง 41 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ความคิดเห็นหัวข้อ การตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					Mean (Std.)	S.D.	เกณฑ์
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
- ก่อนการเดินทางท่านมีปัญหาก็หรือมีความ ต้องการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ เช่น								
1. ต้องการชมความสวยงามของทะเล จังหวัดกระบี่								
2. ต้องการมาพักผ่อน								
3. ต้องการมาเยี่ยมญาติ								
4. ต้องการมาประชุม	30.5	62.0	3.0	4.0	0.5	4.18	0.714	เห็นด้วย
- ท่านตัดสินใจเลือกเดินทางมาจังหวัด กระบี่ เพราะ								
1. ความสวยงามทางทะเล								
2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวมากมาย								
3. ที่พัก อาหารและร้านจำหน่ายของที่ระลึก ให้เลือกมากมาย	18.0	73.5	5.0	3.0	0.5	4.06	0.628	เห็นด้วย
- เมื่อท่านเดินทางกลับ ท่านมีการ ประเมินผลการท่องเที่ยวครั้งนี้ เช่น								
1. ค่าใช้จ่ายที่เสียไปคุ้มค่ากับการเดินทาง มาจังหวัดกระบี่								
2. ความสะดวกสบายที่ได้รับคุ้มค่ากับการ มาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	11.5	68.5	14.5	5.5	-	3.86	0.680	เห็นด้วย
- ก่อนการเดินทางท่านมีการประเมิน ทางเลือกโดยการเปรียบเทียบข้อมูลของ จังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล เหมือนกันว่าจะเลือกเดินทางไปที่ใด	9.0	68.5	6.5	16.0	-	3.71	0.844	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	-	-	-	-	-	3.95	0.502	เห็นด้วย

หมายเหตุ: 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 2.60 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 10 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ มีปัญหาและข้อเสนอแนะดังนี้

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่มีปัญหามากที่สุด คือ เรื่องราคาห้องพักแพง รองลงมา คือ เรื่องศูนย์รับแจ้งเหตุของนักท่องเที่ยว (แจ้งได้ตลอด 24 ชั่วโมง) มีน้อย (ตาราง 42)

ตาราง 42 แสดงปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ราคาห้องพักแพง	50	37.04	1
ศูนย์รับแจ้งเหตุของนักท่องเที่ยว(แจ้งได้ตลอด 24 ชั่วโมง) มีน้อย	35	25.93	2
ถนนแคบทำให้เกิดการจราจรติดขัด	30	22.22	3
ยานพาหนะในการเดินทางไปสู่เกาะลันตาตลอด 24 ชั่วโมง	15	11.11	4
คนไทยไม่ต้อนรับสำหรับการเดินทาง	5	3.7	5
รวม	135	100	-

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังมีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีการทำความสะอาดชายทะเลให้มากขึ้น เนื่องจากจังหวัดกระบี่มีชายทะเลที่สวยงามและเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ รองลงมา คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ให้มากขึ้น (ตาราง 43)

ตาราง 43 แสดงข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ควรมีการทำความสะอาดชายทะเล	110	68.75	1
ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ให้มากขึ้น	35	21.88	2
ควรมียานพาหนะในการเดินทางไปสู่เกาะลันตาตลอด 24 ชั่วโมง	15	9.37	3
รวม	160	100	-

การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (การทดสอบสมมติฐาน)

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ซึ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการขนส่ง ด้านราคา และด้านสินค้าของที่ระลึก รวมทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เราทำการเก็บข้อมูล มี 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผู้วิจัยใช้สถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกทั้ง 4 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีดังต่อไปนี้ ด้านทรัพยากรทาง

ธรรมชาติ ($r = 0.177, p > .05$) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($r = 0.146, p > .05$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($r = 0.257, p > .05$) ด้านราคา ($r = 0.282, p > .05$) และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางลบ 1 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านสินค้าของที่ระลึก ($r = 0.263, p > .05$)

และเมื่อพิจารณาในด้านที่มีความสัมพันธ์ทิศทางบวก พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ไม่มีความสัมพันธ์กัน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($r = 0.038, p > .05$) และด้านการขนส่ง ($r = 0.000, p > .05$) (ตาราง 44)

ตาราง 44 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่

หัวข้อ	ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว		Pearson Correlation r	2-tailed Sig.
	การตัดสินใจ x	การตัดสินใจ x		
ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ	4.28	4.22	0.177*	0.012
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.16	4.22	0.146*	0.039
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.08	4.22	0.038	0.596
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.71	4.22	0.257**	0.000
ด้านการขนส่ง	3.79	4.22	0.000	0.996
ด้านราคา	2.77	4.22	0.282**	0.000
ด้านสินค้าของที่ระลึก	4.02	4.22	-0.263**	0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกทั้ง 5 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีดังต่อไปนี้ ด้านทรัพยากรทางการ

ท่องเที่ยว ($r = 0.149, p > .05$) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($r = 0.182, p < 0.05$) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($r = 0.189, p < 0.05$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($r = 0.225, p < 0.05$) และด้านสินค้าของที่ระลึก ($r = 0.345, p < 0.05$)

และเมื่อพิจารณาในด้านที่มีความสัมพันธ์ทิศทางบวก พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ไม่มีความสัมพันธ์กัน 2 ด้าน มีดังต่อไปนี้ ด้านราคา ($r = 0.022, p < 0.05$) และด้านการขนส่ง ($r = 0.37, p < 0.05$) (ตาราง 45)

ตาราง 45 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่

หัวข้อ	ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว		Pearson Correlation r	2-tailed Sig.
	x	การตัดสินใจ x		
ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.58	4.22	0.149*	0.035
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.64	4.22	0.182**	0.010
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.76	4.22	0.189**	0.007
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.54	4.22	0.225**	0.010
ด้านการขนส่ง	3.77	4.22	0.37	0.605
ด้านราคา	3.41	4.22	0.022	0.753
ด้านสินค้าของที่ระลึก	3.67	4.22	0.345**	0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน ซึ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา บุคคลที่ร่วมเดินทางมา พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมา ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่

นิตยสารท่องเที่ยว โทรทัศน์ วิทยุ คู่มือการเดินทางท่องเที่ยว แผ่นพับ / โบปปลิว เพื่อน / ญาติพี่น้อง อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance – ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทยกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัย พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพียงด้านเดียว คือ แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว แต่ในด้านนี้มี 3 แหล่งที่พบความแตกต่าง ได้แก่ 1. ทางกรรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ ($F = 5.139, p < 0.05$) ซึ่งการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จากโทรทัศน์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ($x = 4.38$) มากกว่าการไม่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จากโทรทัศน์ ($x = 4.13$) และไม่สามารถหาค่า Post-hoc ได้ เนื่องจากข้อมูลที่ใช้หาค่ามีเพียง 2 ตัวซึ่งน้อยเกินไปไม่สามารถหาค่าได้ 2. ทางกรรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน / ญาติ ($F = 2.933, p < 0.05$) ซึ่งการไม่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จากเพื่อน / ญาติ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ($x = 4.33$) มากกว่าการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จากโทรทัศน์ ($x = 4.15$) 3. ทางกรรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ($F = 2.178, p < 0.05$) ซึ่งการไม่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จากอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ($x = 4.26$) มากกว่าการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จากอินเทอร์เน็ต ($x = 4.20$)

นอกจากนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ไม่แตกต่างกัน บุคคลที่ร่วมเดินทางมาจังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่ไม่แตกต่างกัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางจังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่ไม่แตกต่างกัน จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่ไม่แตกต่างกัน และช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่ไม่แตกต่างกัน (ตาราง 46)

ตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัด กระบี่แตกต่างกัน จำแนกตามพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ

พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว		การตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว	สถิติ	Sig. F
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา	X	1.56	1.809	0.087
	S.D.	0.976		
บุคคลที่ร่วมเดินทางมา	X	2.69	0.455	0.866
	S.D.	0.779		
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	X	2.28	1.406	0.205
	S.D.	1.248		
จำนวนครั้งที่เดินทางมา	X	2.42	1.181	0.315
	S.D.	1.004		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	X	1.83	1.615	0.970
	S.D.	0.897		
ช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	X	1.49	1.326	0.241
	S.D.	0.750		
แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว				
1.นิตยสารท่องเที่ยว	X	0.64	1.831	0.083
	S.D.	0.438		
/2.โทรทัศน์	X	0.36	5.139	0.000
	S.D.	0.480		
- รับข้อมูล	X	4.38	0.313	
	S.D.	0.313		
- ไม่รับข้อมูล	X	4.13	0.387	
	S.D.	0.387		
3.วิทยุ	X	0.03	2.045	0.051
	S.D.	0.157		

ตาราง 46 (ต่อ)

พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว		การตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว	สถิติ	Sig. F
4.คู่มือการเดินทางท่องเที่ยว	X	0.31	1.564	0.148
	S.D.	0.464		
5.แผนพับ / ใบปลิว	X	0.11	0.937	0.479
	S.D.	0.307		
/6.เพื่อน /ญาติ	X	0.62	2.933	0.006
	S.D.	0.488		
- รับข้อมูล	X	4.15		
	S.D.	0.379		
- ไม่รับข้อมูล	X	4.33		
	S.D.	0.355		
/7.อินเตอร์เน็ต	X	0.69	2.178	0.038
	S.D.	0.466		
- รับข้อมูล	X	4.20		
	S.D.	0.379		
- ไม่รับข้อมูล	X	4.26		
	S.D.	0.323		
8.หนังสือพิมพ์	X	0.20	0.643	0.720
	S.D.	0.397		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: หน้าข้อที่มี / แสดงว่า ข้อมูลมีความแตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance – ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า มีความแตกต่างกัน 5 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังต่อไปนี้ 1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา (F = 2.715, p < 0.05) ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเยี่ยมญาติ/เพื่อน ($\bar{x} = 4.02$) มีผลกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่มากกว่าวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อน/บันเทิง ($\bar{x} = 3.94$) และมากกว่าวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาการศึกษา/ทัศนศึกษา ($\bar{x} = 3.75$) 2. บุคคลที่ร่วมเดินทางมา (F = 2.127, p < 0.05) ซึ่งบุคคลที่ร่วมเดินทางมากับผู้อื่น เช่น เดินทางมากับแฟน ($\bar{x} = 4.09$) มีผลกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ มากกว่าบุคคลที่เดินทางมากับสถานศึกษาและครอบครัว ($\bar{x} = 4.00$) รวมทั้งมากกว่าบุคคลที่เดินทางมาคนเดียว ($\bar{x} = 3.99$) และเดินทางมากับเพื่อน ($\bar{x} = 3.91$) นอกจากนี้ ยังมากกว่าบุคคลที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ($\bar{x} = 3.83$) 3. จำนวนครั้งที่เดินทางมา (F = 3.453, p < 0.05) ดูผลจากการวิเคราะห์ Post-hoc 4. ช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว (F = 2.264, p < 0.05) ซึ่งช่วงเวลาวันจันทร์-วันศุกร์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ($\bar{x} = 3.98$) มากกว่าช่วงเวลาวันเสาร์-วันอาทิตย์ ($\bar{x} = 3.97$) และมากกว่าช่วงเวลาวันหยุดนักชดถุภษ ($\bar{x} = 3.93$) และ 5. แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จากอินเทอร์เน็ต (F = 2.902, p < 0.05) ซึ่งการไม่ได้รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จากอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ($\bar{x} = 4.05$) มากกว่าการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จากอินเทอร์เน็ต ($\bar{x} = 3.88$)

นอกจากนี้ ยังพบว่า พาหนะที่ใช้ในการเดินทางจังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่ไม่แตกต่างกัน และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ Post-hoc ผู้วิจัยพบความแตกต่างรายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในด้าน การตัดสินใจเลือกเดินทางมาจังหวัดกระบี่ โดยดูจากจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่โดยความแตกต่างรายกลุ่มที่พบ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่เป็นครั้งที่ 2-3 ($\bar{x} = 4.04$) ตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่เป็น ครั้งแรก ($\bar{x} = 3.99$) และมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่เป็น

ครั้งที่ 4-5 ($x = 3.85$) รวมทั้งมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่มากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป ($x = 3.57$) (ตาราง 47)

ตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน จำแนกตามพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ

พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว		การตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว	สถิติ	Sig. F
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา	X	1.17	2.715	0.003
	S.D.	0.541		
บุคคลที่ร่วมเดินทางมา	X	3.94		
	S.D.	0.505		
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	X	3.75		
	S.D.	0.289		
จำนวนครั้งที่เดินทางมา	X	4.02		
	S.D.	0.513		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	X	2.72	2.127	0.020
	S.D.	1.204		
ช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	X	3.99		
	S.D.	0.445		
/บุคคลที่ร่วมเดินทางมา	X	2.72	2.127	0.020
	S.D.	1.204		
- คนเดียว	X	3.99		
	S.D.	0.445		
- เพื่อน	X	3.91		
	S.D.	0.645		
- ครอบครัว	X	4.00		
	S.D.	0.411		

ตาราง 47 (ต่อ)

พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว		การตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว	สถิติ	Sig. F
- บริษัทนำเที่ยว	X	3.83		
	S.D.	0.336		
- สถานศึกษา	X	4.00		
	S.D.	0.000		
- อื่นๆ	X	4.09		
	S.D.	0.407		
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	X	2.83	0.724	0.714
	S.D.	0.957		
/จำนวนครั้งที่เดินทางมา	X	1.75	3.453	0.000
	S.D.	0.997		
- ครั้งแรก	X	3.99		
	S.D.	0.436		
- 2-3 ครั้ง	X	4.04		
	S.D.	0.394		
- 4-5 ครั้ง	X	3.85		
	S.D.	0.564		
- 6 ครั้ง ขึ้นไป	X	3.57		
	S.D.	0.795		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	X	2.25	1.615	0.970
	S.D.	1.243		
/ช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	X	1.57	2.264	0.013
	S.D.	0.854		
- วันหยุดนักขัตฤกษ์	X	3.93		
	S.D.	0.574		
- วันเสาร์-วันอาทิตย์	X	3.97		
	S.D.	0.146		

ตาราง 47 (ต่อ)

พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว		การตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว	สถิติ	Sig. F
- วันจันทร์-วันศุกร์	X	3.98		
	S.D.	0.351		
แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว				
1.นิตยสารท่องเที่ยว	X	0.29	1.254	0.254
	S.D.	0.433		
/2.โทรทัศน์	X	0.14	1.690	0.078
	S.D.	0.348		
3.วิทยุ	X	0.05	0.451	0.931
	S.D.	0.208		
4.คู่มือการเดินทางท่องเที่ยว	X	0.51	1.418	0.168
	S.D.	0.501		
5.แผ่นพับ / ใบปลิว	X	0.07	1.152	0.323
	S.D.	0.247		
/6.เพื่อน /ญาติ	X	0.41	1.674	0.082
	S.D.	0.492		
/7.อินเทอร์เน็ต	X	0.42	2.902	0.01
	S.D.	0.494		
- รับข้อมูล	X	3.88		
	S.D.	0.427		
- ไม่รับข้อมูล	X	4.05		
	S.D.	0.579		
8.หนังสือพิมพ์	X	0.07	1.312	0.220
	S.D.	0.256		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: หน้าข้อที่มี / แสดงว่า ข้อมูลมีความแตกต่างกัน

ตาราง 48 แสดงค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่		Mean Difference	Std. Error
ใช้จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่ในการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดกระบี่			
ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	-.05268	.08350
	4-5 ครั้ง	.14324	.11826
	6 ครั้ง ขึ้นไป	.41824*	.11826
2-3 ครั้ง	ครั้งแรก	.05268	.08350
	4-5 ครั้ง	.19592	.12918
	6 ครั้ง ขึ้นไป	.47092*	.12918
4-5 ครั้ง	ครั้งแรก	-.14324	.11826
	4-5 ครั้ง	-.19592	.12918
	6 ครั้ง ขึ้นไป	.27500	.15395
6 ครั้ง ขึ้นไป	ครั้งแรก	-.41824*	.11826
	2-3 ครั้ง	.47092*	.12918
	4-5 ครั้ง	.27500	.15395

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 ฉบับ โดยสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย มีดังต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างชาวไทย

กลุ่มตัวอย่างชาวไทยเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จะมีอายุ 21- 30 ปี ซึ่งระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ด้านอาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน / นิสิต / นักศึกษามากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานบริษัท และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดกรุงเทพฯมากที่สุด และพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน / บันทึง ซึ่งบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย คือ ครอบครัว รองลงมา คือ เพื่อน โดยส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่เป็นครั้งที่ 2-3 รวมทั้งส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ 1-3 วัน / ครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์มากที่สุด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่จากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมา คือ รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารท่องเที่ยว จากเพื่อน /ญาติพี่น้อง ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางมาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งจำนวน 1 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึก ด้านการขนส่ง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีความคิดเห็นระดับไม่เห็นด้วยจำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์กับด้านราคา ตามลำดับ

ด้านการตัดสินใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย 4 ข้อ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีความคิดเห็นในการตัดสินใจในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 2 เรื่อง คือ เรื่องก่อนการเดินทางว่านักท่องเที่ยวจะต้องเกิดปัญหาหรือมีความต้องการจะเดินทางมาก่อน กับเรื่องจะตัดสินใจเลือกเดินทางมาจังหวัดกระบี่ เพราะปัจจัยทางด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ และมีความคิดเห็นในการตัดสินใจในระดับเห็นด้วย จำนวน 2 เรื่อง คือ เรื่องเมื่อท่านเดินทางกลับท่านมีการประเมินผลการท่องเที่ยวครั้งนี้กับเรื่องก่อนการเดินทางท่านมีการประเมินทางเลือกโดยการเปรียบเทียบข้อมูลของจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลเหมือนกันว่าจะเลือกเดินทางไปทีใด ตามลำดับ

2. กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ

กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จะมีอายุ 21- 30 ปี ซึ่งระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่จบปริญญาโท ด้านอาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท รองลงมา คือ อาชีพนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเป็นคนเชื้อชาติสวีเดน รองลงมา คือ คนเชื้อชาติฝรั่งเศส และพบว่า มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดเกือบร้อยละ 90 คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน / บันทึง ซึ่งบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย คือ เพื่อน รองลงมา คือ ครอบครัว โดยส่วนใหญ่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง รองลงมา คือ เครื่องบิน ซึ่งเดินทางมาเที่ยวกระบี่เป็นครั้งแรกมากกว่าครึ่งหนึ่ง รวมทั้ง ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ มากกว่า 1 สัปดาห์ขึ้นไป ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์มากที่สุด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่จากคู่มือการเดินทางท่องเที่ยว จากอินเทอร์เน็ต จากเพื่อน / ญาติพี่น้องตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางมาของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยทุกด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึก ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา ตามลำดับ ซึ่งด้านราคามีคะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจมากที่สุด

ด้านการตัดสินใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย 4 ข้อ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยทุกข้อ แต่มีความคิดเห็นในเรื่องก่อนการเดินทางนักท่องเที่ยวมีปัญหาหรือมีความต้องการจะเดินทางมาจังหวัดกระบี่โดยคำนึงถึงปัจจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมากกว่าเรื่อง ท่านตัดสินใจเลือกเดินทางมา

จังหวัดกระบี่ เพราะปัจจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต่างๆ เรื่องเมื่อท่านเดินทางกลับท่านมีการประเมินผลการท่องเที่ยวครั้งนี้ เรื่องก่อนการเดินทางท่านมีการประเมินทางเลือกโดยการเปรียบเทียบข้อมูลของจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลเหมือนกันว่า จะเลือกเดินทางไปที่ได้ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้นำมาประมวลผลกับทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาอภิปรายผลได้ตามลำดับสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยว่าปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสินค้าของที่ระลึก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านการขนส่งไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ซึ่งปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงาม จะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึก ด้านการขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านราคา

ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ มีสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒนพงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นมากที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาของนักท่องเที่ยว รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สมมาตย์ (2541) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านชายทะเลมากที่สุด ซึ่งด้านชายทะเลก็เป็นด้านในทรัพยากรการท่องเที่ยวเช่นกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านสินค้าของที่ระลึก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว

จังหวัดกระบี่ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการขนส่ง และปัจจัยด้านราคา ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่

ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ มีความสัมพันธ์กับงานวิจัยของ ศักดิ์ชัย เอ่งฉ้วน (2545) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประทับใจในเรื่องธรรมชาติที่สวยงามเป็นอันดับแรก ซึ่งแสดงได้ว่า ธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการรับรู้แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ ด้านการรับรู้แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน / ญาติ ด้านการรับรู้แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมาจังหวัดกระบี่ ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากวิทยุ ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากคู่มือการเดินทางท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากแผ่นพับ / ใบปลิว และด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่ไม่แตกต่างกัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทิข วรณถนอม (2544) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ แสดงว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อโทรทัศน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความแตกต่างกันกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

2. นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่ ด้านช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจาก

อินเทอร์เน็ตที่มีความแตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดกระบี่ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากวิทยุ ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากคู่มือการเดินทางท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากแผ่นพับ / โบปปลิว ด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน / ญาติพี่น้อง และด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ที่ไม่แตกต่างกัน

ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ มีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวในช่วงนักท่องเที่ยวกำลังพักผ่อน จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสนใจในการตอบแบบสอบถามเท่าที่ควร ซึ่งผลการวิจัยอาจจะได้ผลคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยคิดว่า ควรนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือกับทางโรงแรมจะดีกว่า เพราะผู้ที่ตอบแบบสอบถามก็ต้องมีความสนใจจริงๆ

ข้อเสนอแนะ

สำหรับหน่วยงานการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่

1. จากการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อมาพักผ่อน และจุดขายของจังหวัดกระบี่ คือ ความเงียบสงบทางทะเล หาดทรายที่สวยงาม บรรยากาศ และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น เล่นน้ำทะเล อาบแดด ดำน้ำดูปะการัง และมีกิจกรรมกีฬาทางน้ำหลายประเภท เช่น บานาน่าโบ๊ท คายัค เรือสปีดโบ๊ท ดังนั้น ถ้าหากต้องการที่จะให้สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เป็นที่รู้จัก น่าสนใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวมากขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะส่งเสริมให้ชาวไทย และชาวต่างชาติรู้จักจังหวัดกระบี่มากกว่านี้
2. จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีปัญหาในด้านความสะดวกสบายของหาดทราย จึงควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาความสะดวกสบาย และมีการออกนโยบายที่ชัดเจนในเรื่องนี้ เพื่อความสะดวกสบายของสถานที่ท่องเที่ยว
3. จากผลการวิจัย พบว่า ควรมีการขยายถนนให้กว้างขึ้นบริเวณอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ เนื่องจากเมื่อคนมาเที่ยวเยอะ รถเยอะ ทำให้เกิดการจราจรที่ติดขัด หากมีการขยายถนนเพิ่มขึ้นก็จะช่วยลดปัญหาจราจรติดขัดได้

4. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น ผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ท ควรนำผลการวิจัยไปพิจารณาประกอบการปรับปรุงและกำหนดแผนการตลาด เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

5. จากผลการวิจัย พบว่า เรื่องป้ายบอกทางในการเดินทางไม่ชัดเจน อาจเป็นเพราะมีการจัดทำป้ายมาเป็นเวลานานระยะหนึ่งแล้ว จึงควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการปรับปรุงซ่อมแซมป้ายบอกทาง เพื่อนักท่องเที่ยวจะสามารถมองเห็นได้สะดวกมากขึ้น และควรเพิ่มจำนวนป้ายบอกทางในการเดินทางไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดกระบี่มากขึ้น

6. จากผลการวิจัย พบว่า เรื่องศูนย์รับแจ้งเหตุของนักท่องเที่ยว(แจ้งได้ตลอด 24 ชั่วโมง) มีน้อยอาจเป็นเนื่องจากนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเยอะเพราะเป็นช่วงเทศกาลปีใหม่ และทางศูนย์ท่องเที่ยวควรมีการเพิ่มการบริการในช่วงนี้ เพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

7. นอกจากนี้ พบว่า มีผู้ประกอบการบางส่วนถือโอกาสขึ้นราคาค่าอาหาร และค่าเช่าที่พัก ซึ่งทางราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรจะต้องมีมาตรการในการกำหนดราคาอย่างชัดเจน เพื่อมิให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเป็นอหายใจในความไม่ยุติธรรมของราคาอาหาร และที่พัก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาของนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยทำการศึกษปัจจัยส่วนบุคคลว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาของนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ด้วย เพื่อเป็นการได้เข้าใจกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ในด้านที่เกี่ยวกับความพึงพอใจและความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความงดงามของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ บรรยากาศ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายภายในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เช่น อ่าวนาง เกาะพีพี เกาะลันตา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งกว่าการวิจัยเชิงปริมาณที่ถูกจำกัด ด้วยคำถามตามแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เพื่อจะได้ทราบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีความประทับใจในประเด็นอื่นๆ นอกจากที่ศึกษาในครั้งนี้อหรือไม่ มากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะนำข้อมูลมาพัฒนาในด้านต่างๆ ซึ่งจะทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่มากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระบี่. (2553). **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2553, จาก <http://thai.tourismthailand.org/where-to-go/cities-guide/destination/krabi>
- กระบี่กำหนดยุทธศาสตร์ ปี 53-56 ศูนย์กลางการท่องเที่ยวฝั่งทะเลอันดามันเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและสุขภาพ. (7 กันยายน 2552). **กระบี่ยูไนเต็ดนิวส์**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2553, จาก <http://www.krabiunited.com/index.php?app=news&fnc=detail&newsid=2253>
- กระบี่ขยายตลาด มาเลย์-สิงคโปร์ เชิญผู้ประกอบการเจรจาธุรกิจ. (25 สิงหาคม 2553). **กระบี่ยูไนเต็ดนิวส์**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2553, จาก http://www.krabiunited.com/index.php?app=news&fnc=news_detail&newsid=4181
- กัลยา สมมาตย์. (2541). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- กิจกรรมการท่องเที่ยว. (2553). **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2553, จาก <http://thai.tourismthailand.org/where-to-go/citiesguide/activities/destination/krabi/>
- คนไทย [นามแฝง]. (3 มิถุนายน 2552). **กระบี่สวຍบวດตวรกคคบวคใจทေးวก่อน 31 ตุลาคมนี้รับส่วนลตสูงสูดถึง 80%ทันที**. สืบค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.khontai.com/?name=travel&file=readtravel&id=132>
- จังหวัดกระบี่. (2550). **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.sadoodta.com/krabi>
- ฉลองศรี วิมลสมพงษ์. (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2544). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2538). องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว. **จุลสารการท่องเที่ยว**, 2, 40-43.

- ทิพย์วรรณ ชาติภูวภัทร. (2549). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่**.
วิทยานิพนธ์ ศ.บ., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ท่าอากาศยานนานาชาติกระบี่. (12 สิงหาคม 2553). **วิกิมีเดียสารานุกรมเสรี**. สืบค้นเมื่อ 17
กันยายน 2553, จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%>
- ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต. (9 กันยายน 2553). **วิกิมีเดียสารานุกรมเสรี**. สืบค้นเมื่อ 17
กันยายน 2553, จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%>
- ไทยทัวร์ [นามแฝง]. (ม.ป.ป.). **ตั้ง สถานที่ท่องเที่ยว. ไทยทัวร์ อินโฟ**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม
2553, จาก http://www.thai-tour.com/thai-tour/South/trang/data/place_index.htm
- ไทยทัวร์ [นามแฝง]. (ม.ป.ป.). **ภูเก็ต. ไทยทัวร์ อินโฟ**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2553, จาก
http://www.thai-tour.com/thai-tour/south/Phuket/data/place_index.htm
- ไทยทัวร์ [นามแฝง]. (ม.ป.ป.). **จังหวัดพังงา. ไทยทัวร์ อินโฟ**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2553,
จาก <http://www.tour-thai.net/south/phangnga/main.html>
- นีลวัจน์ อังคฺณมาลี. (2551). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่
เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม.,
มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- เบญจมาศ อุทกศิริ. (14 กุมภาพันธ์ 2549). **ความหมายการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม
2553, จาก http://www.thaigoodview.com/library/teachershow/samutprakarn/benjamas_u/tongteaw/sec03p01.html
- พัฒน์พงษ์ พงษ์ทองเจริญ. (2541). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เพ็ญจันทร์ แสนประสาน. (2538). **เอกสารประกอบการสัมมนาทางการแพทย์เรื่องการพัฒนา
แนวทางภาวะผู้นำทางการพยาบาลในหอผู้ป่วยสู่การปฏิบัติ**. คู่มือราชธานี:
กองการพยาบาลโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์.
- ภาคใต้ (ประเทศไทย). (24 สิงหาคม 2553). **วิกิมีเดียสารานุกรมเสรี**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม
2553, จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B9%83%E0%>

- รายงานภาวะเศรษฐกิจจังหวัดกระบี่. (2553). **สำนักงานคลังจังหวัดกระบี่**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2553, จาก <http://klang.cgd.go.th/kbi/cfo/reporteconomic/indexeconomic.htm>
- รายได้จากการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัด. (2552). **สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.tourism.go.th/2009/th/statistic/tourism.php?cid=12>
- รุจิรา อินทรตุล. (2531). **ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการตัดสินใจกับการให้เหตุผลเชิงจริยธรรมของผู้บริหารการพยาบาล**. วิทยานิพนธ์ คศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศรัณย์ทัศน์ ตั้งคุณานนท์. (ม.ป.ป.). 10 สุดยอดของเมืองไทย. **เออาร์ไอพี**. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.arip.co.th/articles.php?id=407329>
- ศิริ ฮามโพธิ์. (2543). **สังคมวิทยาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธีรฟิล์มและไซเท็ก.
- เศรษฐกิจโดยรวมจังหวัดกระบี่เดือนมิถุนายน 2552 ชะลอตัวลงข่าวท่องเที่ยวกระบี่. (25 สิงหาคม 2552). **จังหวัดกระบี่**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2553, จาก <http://klongmuang.vwander.com/?krabi=Klong-MuangNews&op=viewnews&id=67>
- เว็บ ดิกชันนารี. (2540). **สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: กองบริการที่ปรึกษา.
- สมาคมท่องเที่ยวกระบี่ อบรมอาสาสมัคร. (28 สิงหาคม 2553). **กระบี่ยูไนเต็ดนิวส์**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2553, จาก http://www.krabiunited.com/index.php?app=news&fnc=news_detail&newsid=4215
- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ชีวรัฐปลดล็อค พรก.ท่องเที่ยวโลด. (28 กรกฎาคม 2553). **กระบี่ยูไนเต็ดนิวส์**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2553, จาก http://www.krabiunited.com/index.php?app=news&fnc=news_detail&newsid=3979

- สมาคมโรงแรมเผย ท.ต่ำสุดในรอบ 5 ปี. (3 มิถุนายน 2552). **กระป๋องในเต็ดนิวส์**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.krabiunited.com/index.php?app=news&fn=c=detail&newsid=1507%20%E0%B8%88%E0%B8%B3%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%99>
- สุราษฎร์ธานี. (ม.ป.ป.). **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2553, จาก <http://thai.tourismthailand.org/where-to-go/cities-guide/destination/surat-thani>
- สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ. (2545). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์. (2541). **รายงานผลการวิจัยผลกระทบของการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงธุรกิจต่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในภาคเหนือตอนบน**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์. (2546). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- อาสาสมัครนำเที่ยว. (2547). **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2553, จาก <http://203.172.161.146/%E1%CB%C5%E8%A7%C&%D2%C1%C3%D9%E9/co ursware%20nected/travel104.html>
- Bernard Chaester I. (1983). **The Function of the Executive**. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Bowen J and Makens J. (1999). **Marketing for Hospitality and Tourism** (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Clark, Jennyfer and Copcutt, and Lynn. (1997). **Management in Nursing and Health Care Professionals**. New York: Churchill Livingstone.
- Danial, Griffiths E. (1959). **Administrative Theory**. New York: Aplement.
- Herbert, Simon A. (1976). **Administrative Behavior**. New York: Macmillan.
- Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management** (10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- The World Tourism Organization. (n.d.). **Definition of Tourism**. Retrieved July 6, 2005, from www.linkbc.ca/torc/downs1/WTOdefinitiontourism.pdf



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

แบบสอบถาม (สำหรับนักท่องเที่ยวไทย)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยนิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยรัตนเศรษฐ ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ ประกอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (Independent Study) โดยข้อมูลต่างๆที่ได้รับจะถูกนำไป รวบรวมและประมวลผล เพื่อประโยชน์ในการศึกษาและวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณา จากท่านสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้มากที่สุด ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ณัฐพร แซ่แห้ว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย หน้าช่อง ที่ท่านต้องการเลือก ถ้าไม่มีข้อความที่ท่านต้องการ เลือก โปรดระบุสิ่งที่ท่านต้องการลงในข้ออื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20	<input type="checkbox"/> 21 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี
<input type="checkbox"/> 41 – 50 ปี	<input type="checkbox"/> 51 – 60 ปี	<input type="checkbox"/> มากกว่า 61 ปี
3. การศึกษา

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า ปวส.	<input type="checkbox"/> ปวส. / เทียบเท่าอนุปริญญา
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท
<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ).....
4. อาชีพ

<input type="checkbox"/> ข้าราชการ / พนักงานราชการ	<input type="checkbox"/> ลูกจ้างประจำ / ลูกจ้างชั่วคราว
<input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท
<input type="checkbox"/> เจ้าของธุรกิจ	<input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป
<input type="checkbox"/> นักวิชาการอิสระ	<input type="checkbox"/> นักการเมือง
<input type="checkbox"/> ผู้สื่อข่าว / สื่อมวลชน	<input type="checkbox"/> นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ).....	
5. ภูมิลำเนา.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว (เลือกตอบเพียงหนึ่งคำตอบ)

6. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยวพักผ่อน / บันเทิง | <input type="checkbox"/> การศึกษา / ทัศนศึกษา |
| <input type="checkbox"/> เยี่ยมญาติ / เพื่อน | <input type="checkbox"/> ประชุม / สัมมนา |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... | |

7. บุคคลที่ร่วมเดินทาง

- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> คนเดียว | <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> ครอบครัว | <input type="checkbox"/> บริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> สถานศึกษา | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |

8. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> เครื่องบิน |
| <input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง | <input type="checkbox"/> รถตู้ / รถเช่า |
| <input type="checkbox"/> รถของบริษัททัวร์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |

9. ท่านเดินทางมายังจังหวัดกระบี่เป็นครั้งที่เท่าไร

- ครั้งแรก 2-3 ครั้ง 4-5 ครั้ง 6 ครั้งขึ้นไป

10. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1-3 วัน / ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4-6 วัน / ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 1 สัปดาห์ / ครั้ง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 1 สัปดาห์ขึ้นไป |

11. ช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมากที่สุด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ | <input type="checkbox"/> วันเสาร์ - วันอาทิตย์ |
| <input type="checkbox"/> วันจันทร์ - วันศุกร์ | |

12. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> นิตยสารท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> วิทยุ |
| <input type="checkbox"/> คู่มือการเดินทางท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> แผ่นพับ/ใบปลิว | <input type="checkbox"/> เพื่อน/ญาติพี่น้อง |
| <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... |

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในตารางที่ท่านเห็นว่า เหมาะสม

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง (1)
1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว					
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสวยงาม					
- จังหวัดกระบี่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน					
- ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมีความน่าสนใจ					
2. ด้านการประชาสัมพันธ์					
- ข้อมูลข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่มีความสมบูรณ์และทันสมัย					
- มีการแจกเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้แก่นักท่องเที่ยว					
3. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
- กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
- กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย					
4. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว					
- ร้านอาหารมีให้เลือกมากมายและมีความสะอาด					
- ที่พักมีให้เลือกพักอย่างหลากหลาย					
- ระบบบริการมีความเป็นมาตรฐาน เช่น ที่จอดรถเพียงพอ ห้องน้ำมีความสะอาด และมีบริการถึงขยะให้ได้อย่างเพียงพอ					
- มีศูนย์รับแจ้งเหตุของนักท่องเที่ยว (แจ้งได้ตลอด 24 ชั่วโมง)					

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
5. ด้านการขนส่ง					
- การขนส่งในการเดินทางมีให้เลือกหลากหลาย					
- การขนส่งมีความปลอดภัย					
6. ด้านราคา					
- ราคาของที่พักรมีความเหมาะสม					
- ราคาของอาหารมีความเหมาะสม					
- ราคาของสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสม					
7. ด้านสินค้าของที่ระลึก					
- ร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีความเพียงพอเหมาะสม					
- สินค้าของที่ระลึกมีให้เลือกหลากหลาย					
- สินค้ามีบรรจุหีบห่อ สวยงาม และปลอดภัย					

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โปรดทำเครื่องหมาย ลงในตารางที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง (1)
8. ก่อนการเดินทางท่านมีปัญหาหรือมีความต้องการ เดินทางมาจังหวัดกระบี่ เช่น 1. ต้องการชมความสวยงามของทะเลจังหวัดกระบี่ 2. ต้องการมาพักผ่อน 3. ต้องการมาเยี่ยมญาติ 4. ต้องการมาประชุม					
9. ก่อนการเดินทางท่านมีการประเมินทางเลือกโดย การเปรียบเทียบข้อมูลของจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลเหมือนกันว่าจะเลือกเดินทางไปที่ใด					

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง (1)
10. ท่านตัดสินใจเลือกเดินทางมาจังหวัดกระบี่ เพราะ 1. ความสวยงามทางทะเล 2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวมากมาย 3. ที่พัก อาหาร และมีร้านจำหน่ายของที่ระลึกให้ เลือกมากมาย					
11. เมื่อท่านเดินทางกลับ ท่านมีการประเมินผลการ ท่องเที่ยวครั้งนี้ เช่น 1. ค่าใช้จ่ายที่เสียไปคุ้มค่ากับการเดินทางมาจังหวัด กระบี่ 2. ความสะดวกสบายที่ได้รับคุ้มค่ากับการมา ท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

1. ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ครั้งนี้ อะไรคือปัญหาและอุปสรรคของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

.....

.....

.....

.....

.....

Questionnaires (For Foreigners)
Factors influencing tourists' decision to visit Krabi Province

This questionnaire was designed for independent study of Master of Arts, Tourism and Hotel Management Program, Naresuan University. The information and the results of this study will not affect or have any negative result for the respondents. This study is focusing on the general factors influencing tourists' decision to visit Krabi Province. Thus, all respondents are encouraged to provide the most appropriate or correct answer for each question. Thank you very much for your cooperation and assistance in completing this questionnaire.

Nattaporn Saehaew

Note Please choose the most appropriate answer that matches to your opinion, and mark the box

Part 1 Personal background information (one answer only)

5. gender male female
6. Age
 Under or equal to 20 21 – 30 31 – 40
 41 – 50 51 – 60 Over 61
7. Education
 Primary school or lower Diploma
 BA MA
 Ph.D other
8. occupation
 government employee permanent employee/temporary employee
 state enterprise officer employee
 own business freelancer
 academician politician
 journalist student
 other.....
5. nationality

Part 2 travel behavior (one answer only)

6. purpose of visit

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> holiday | <input type="checkbox"/> education / field trip |
| <input type="checkbox"/> visiting relatives / friends | <input type="checkbox"/> conference / seminar |
| <input type="checkbox"/> other..... | |

7. you're traveling with

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> alone | <input type="checkbox"/> friends |
| <input type="checkbox"/> family | <input type="checkbox"/> tour leader |
| <input type="checkbox"/> school | <input type="checkbox"/> other..... |

8. How did you come to Krabi?

- | | |
|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> private car | <input type="checkbox"/> airline |
| <input type="checkbox"/> bus | <input type="checkbox"/> van / car rent |
| <input type="checkbox"/> group tour | <input type="checkbox"/> other..... |

9. How many times have you visited Krabi? (including this time)

- 1 time 2 – 3 times 4 – 5 times Over 6 times

10. How many day have you stayed at Krabi for each visit?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1-3 days / time | <input type="checkbox"/> 4-6 days / time |
| <input type="checkbox"/> 1 week / time | <input type="checkbox"/> over 1 week / time |

11. During which period do you like to travel the most?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Holidays | <input type="checkbox"/> Saturday-Sunday |
| <input type="checkbox"/> Monday-Friday | |

12. From what source do you get the information about Krabi? (you can answer

more one choice)

- | | | |
|---------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> magazine | <input type="checkbox"/> TV | <input type="checkbox"/> radio |
| <input type="checkbox"/> travel books | <input type="checkbox"/> leaflet /pamphlet | <input type="checkbox"/> friends / relatives |
| <input type="checkbox"/> internet | <input type="checkbox"/> newspaper | <input type="checkbox"/> other..... |

Part 3 Respondents' attitude towards factors influencing tourists' decision to visit Krabi Province

Level of opinion

5 = Strongly agree

4 = Agree

3 = Neutral

2 = Disagree

1 = Strongly Disagree

Contents	Level of opinion				
	1	2	3	4	5
1. Tourism resources					
- The natural resources are so beautiful.					
- Krabi has many historical attractions.					
- The art and culture are interesting.					
2. Tourism information					
- Tourism information of Krabi is always updated.					
- Brochure containing tourism information about Krabi is available both in Thai and English.					
3. Tourist activities					
- Krabi has various tourism activities.					
- The tourism activities are safe.					
4. Tourism facilities					
- A variety of restaurants are provided.					
- Krabi has various types of accommodations.					
- The service system of high standard such as parking areas, restrooms, etc.					
- Krabi has Tourist information center (24 hours).					
5. Transportation					
- Krabi has various transportation services.					
- The transportation is safe.					
6. Price					
- Accommodations are provided at a reasonable price.					
- Food is provided at a reasonable price.					
- Souvenirs are provided at a reasonable price.					

Contents	Level of opinion				
	1	2	3	4	5
7. Souvenir					
- Many souvenir shops are available around Krabi.					
- A variety of souvenirs is provided for selecting.					
- Souvenir package is beautiful.					

Part 4 Decision making of tourists traveling to Krabi Province (one answer only)

Level of opinion

5 = Strongly agree

4 = Agree

3 = Neutral

2 = Disagree

1 = Strongly Disagree

Contents	Level of opinion				
	1	2	3	4	5
8. What is your purpose before travelling to Krabi ? 1. Seeing the beach 2. Rest and Relaxation 3. Visiting relatives 4. Business					
9. You have evaluated other options before making decision to come to krabi.					
10. You decided to travel to Krabi because 1. Natural beauty 2. Tourist activities 3. Food and souvenirs					
11. Your evaluate this trip as : 1. Being worth your money 2. Convenience received is as expected.					

Part 5 Suggestion

1. Problems and obstacles while you are travelling to Krabi

.....

.....

.....

.....

.....

2. Suggestion for travelling to Krabi

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข การคำนวณหากลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ Taro Yamane

โดยคำนวณหากลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ Taro Yamane ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่น
ที่ 95 % และมีค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 %

โดยทำการคำนวณโดยใช้สูตร ดังนี้

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

เมื่อ n หมายถึง ขนาดของประชากร

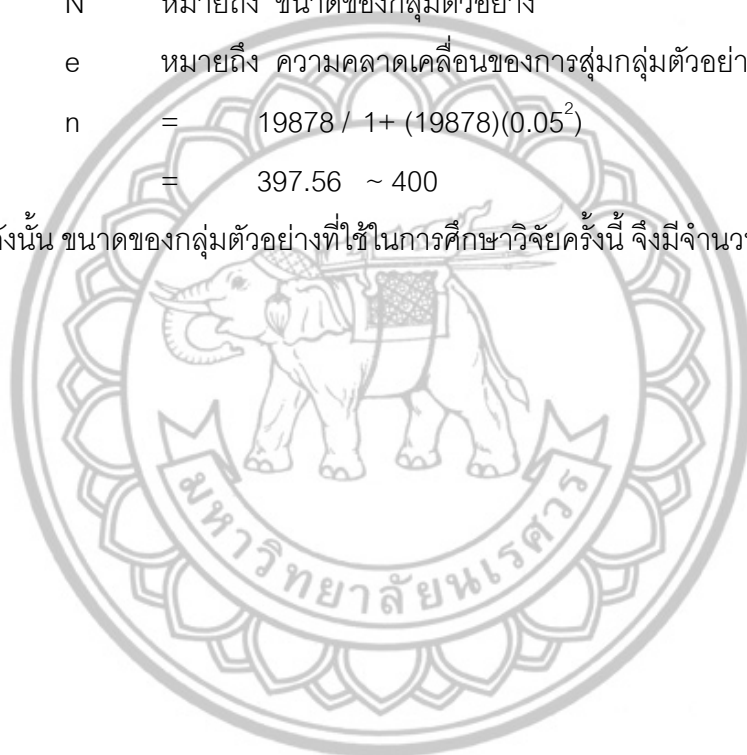
N หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e หมายถึง ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด (0.05)

$$\begin{aligned} n &= \frac{19878}{1 + (19878)(0.05)^2} \\ &= 397.56 \sim 400 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงมีจำนวนทั้งสิ้นอย่างน้อย

400 คน





ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล ญัฐพร แซ่แห้ว
วัน เดือน ปี เกิด 9 ตุลาคม 2529
ที่อยู่ปัจจุบัน 352/3 ถนนอุตรกิจ ตำบลปากน้ำ
อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ 81000
ประวัติการศึกษา
พ.ศ. 2548 วท.บ. (เคมี) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

