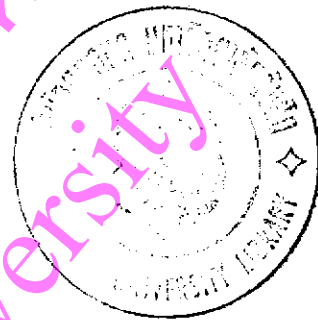


รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว
ในจังหวัดปทุมธานี



โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารุเรศ กาศโอสถ

สนับสนุนทุนวิจัยโดย

สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ISBN 974-9921-17-8

สัญญาเลขที่ สวจ. 034/2545

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว
ในจังหวัดปทุมธานี

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.เรศ ภาสโอสถ

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

สนับสนุนทุนวิจัยโดย

สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ISBN 974-9921-17-8

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับการสนับสนุนทุนการวิจัยจาก สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต และยังได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์เสรี วงษ์ไพจิตร คณบดีคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต อดีตผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ปรึกษาโครงการ ผู้ซึ่งให้ทั้งคำแนะนำ คำปรึกษา และข้อคิดเห็น อันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย จนกระทั่งผู้วิจัยสามารถดำเนินงานวิจัยสำเร็จลุล่วง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนั้น ขอขอบคุณสำนักงานจังหวัดปทุมธานี สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต 6 ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลเบื้องต้นของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีผู้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยทุกท่าน ที่สละเวลาให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างดียิ่ง

ขอขอบคุณคุณรัตนภรณ์ กาศโอสถ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต ที่กรุณาช่วยเหลือดำเนินการด้านพิธีงานอักษร รวมทั้งขอบคุณผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของงานวิจัยฉบับนี้ทุกท่าน ซึ่งไม่สามารถเอ่ยนามได้หมด ทุกท่านได้มีส่วนร่วมช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และสนับสนุนการดำเนินงานวิจัยด้วยดีเสมอมา ความเอื้อเฟื้อและความกรุณาจากทุกท่านจะอยู่ในความทรงจำของผู้วิจัยตลอดไป และหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี รวมทั้งหน่วยงาน และบุคคลที่เกี่ยวข้องต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารุเรศ กาศโอสถ

บทคัดย่อ

ชื่อโครงการ	การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี
ผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารุเรศ กาศโอสถ
ที่ปรึกษาโครงการ	เสรี วังสีไพจิตร คณบดีคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต อดีตผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 165 หน้า ISBN 974-9921-17-8

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีระหว่างเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม 2547 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าความถี่ และค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 15 - 24 ปี มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 5,001 - 15,000 บาทต่อเดือน และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด
2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่า 3 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ ส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวโดยหาข้อมูลก่อนการเดินทางจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จักมากที่สุด สื่อที่มีผลต่อการจองใจที่เด่น ๆ คือสื่อบุคคลประเภทเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก ตลอดจนนักท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวแล้ว และสื่อมวลชนประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ คือโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ และสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่ดีมีมลพิษ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
3. ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้านเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในบางลักษณะ

Abstract

Research Title : A Study of the Behavior of Thai Tourist Visiting
Pathum Thani Province

Researcher : Assistant Professor Darured Katosot

Advisor : Mr. Seree Wangpaichitr, Dean of the Faculty of
Tourism and Hospitality Industry, Rangsit University.
Former Governor, Tourism Authority of Thailand.

165 pages. ISBN 974-9921-17-8

This survey research is aimed at investigating the behavior of Thai tourists visiting Pathum Thani province and exploring the factors influencing their travelling decisions. The study was conducted by using questionnaires to collect 400 samples of Thai tourists, aged 15 years and up travelling in Pathum Thani from May to July 2004. The data were analyzed by a SPSS program. The methodology employed in this research was a Quantitative Research. Frequency and percentage with the main statistical methods also employed. The results of this research concluded that:

1. The majority of Thai tourists were female, aged between 15-24 years old, single and mostly civil servants, state enterprise employees and office workers. Most of them resided in Bangkok. They had Bachelor Degrees and had an income of 5,001-15,000 baht per month.

2. The majority of Thai tourists were already repeat travellers in Pathum Thani having visited over three times and the main purpose was for relaxation, to release stress or to escape from the normal routine. The information about this destination was obtained from friends, relatives and those acquaintances. The important media impacting the decision for this destination were interpersonal media and mass media. The destination attractions which Thai tourists were interested in and consequently chosen historical places, archaeological attractions and the pleasant environment. The level of satisfaction among the majority of Thai tourists regarding the destination was found to be at a moderate level.

3. To some extent, the behavior of Thai tourists in Pathum Thani were affected by different demographic factors such as sex, age, occupation, marital status, level of education and different income.

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

(Executive Summary)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 นี้ มีแนวโน้มมุ่งไปสู่ความพยายามที่จะให้เกิด การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มีหลักการสำคัญคือ คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ ของพื้นที่ทั้งระบบนิเวศ สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมท้องถิ่น คำนึงถึงประชาชนในท้องถิ่น ต้องมีส่วนร่วมในการจัดการ ตลอดจนคำนึงถึงการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ และประสบการณ์ต่อ นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัย และคำนึงถึงการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น จุดมุ่งหมายที่สำคัญของการจัดการตลาดของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนคือ การคัดเลือกนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความเข้าใจ และความตั้งใจอย่างจริงจังในการท่องเที่ยว รวมทั้งการสื่อสารให้เข้าใจตรงกันกับลักษณะการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งดัชนีชี้วัดองค์ประกอบ ของมาตรฐานการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในด้านการสร้างนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ สำคัญประการหนึ่งคือมีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการ จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้และคุณค่าของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแผนพัฒนา 5 ปี (พ.ศ.2545-2549) โดยจัดทำแผน พัฒนาจังหวัดอย่างยั่งยืน ตามนโยบายของกระทรวงมหาดไทย ที่เกิดจากการผสมผสานนโยบาย ของรัฐ ความต้องการของประชาชน และศักยภาพของทรัพยากรในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็น กระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม รวมทั้งการเสนอแนวทางในการนำแผน ไปสู่การปฏิบัติ การติดตาม และการประเมินผล

อย่างไรก็ตาม จังหวัดปทุมธานีมีเพียงการสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในแต่ละปีเท่านั้น แต่ยังไม่มีการศึกษาหรือการเก็บรวบรวม ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวในเชิงลึกแต่อย่างใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวใน จังหวัดปทุมธานี ตลอดจนการศึกษาถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี เพื่อจะทำให้ได้ข้อมูลซึ่งสามารถใช้เป็น องค์ประกอบในการกำหนดแนวทางเพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีแบบยั่งยืน และจะเป็นข้อมูลพื้นฐานนำไปสู่แผนปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรมชัดเจนในการจัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งจัดกิจกรรม รณรงค์ประชาสัมพันธ์ชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคุณภาพให้เดินทางท่องเที่ยว

ในจังหวัดปทุมธานี ตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการภายใต้วาระแห่งชาติ “การท่องเที่ยวยั่งยืน” ของแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2545 – 2549) ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีระหว่างเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม 2547 ด้วยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น ตอน โดยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวเป็นสามประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนสถาน และแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งสามประเภทตามที่ได้แบ่งชั้นไว้ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจำนวน 10 แห่ง แล้วกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละ 40 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างรวม 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา แจกแจงเป็นค่าความถี่และค่าร้อยละ นำเสนอด้วยตารางเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งนำเสนอด้วยตารางไขว้ เพื่ออธิบายเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 15-24 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทมากที่สุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-15,000 บาท อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และนิยมประกอบกิจกรรมยามว่าง โดยเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่าสามครั้ง ไม่ได้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง เกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดคือสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจที่เด่นๆ คือ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จัก ข่าวสารจากวิทยุหรือโทรทัศน์ เป็นผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น และบทความในหนังสือหรือวารสารท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวโดยหาข้อมูลก่อนการเดินทางจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จักมากที่สุด และมักนิยมเดินทางกับครอบครัวเป็นหลัก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลาย ความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวที่เด่นๆ คือ โบราณสถานหรือโบราณวัตถุ สภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ และแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ในขณะที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมเด่นๆ คือร่วมกิจกรรมทางศาสนาหรือปฏิบัติธรรมหรือทำบุญ ชมธรรมชาติ และชมโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากกว่าสามชั่วโมง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล และนิยมเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวมากกว่าพักค้างแรม รับประทานอาหารตามร้านอาหารทั่วไป มีค่าใช้จ่ายจำนวนหลักร้อยมากที่สุด ลักษณะของค่าใช้จ่ายเด่นๆ เรียงตามลำดับคือค่าอาหารหรือเครื่องดื่ม ค่ารถหรือค่าน้ำมัน และค่าทำบุญ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และแสดงความไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก ที่เหลือคือนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางท่องเที่ยวอีก มีเพียงส่วนน้อยที่ระบุว่าไม่ไปเที่ยวที่จังหวัดปทุมธานีอีก โดยให้เหตุผลเรียงตามลำดับคือ แหล่งท่องเที่ยวไม่น่าสนใจ ไม่สะดวกในการเดินทางเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกล สุขภาพไม่เอื้ออำนวย และต้องการเปลี่ยนไปเที่ยวที่อื่นบ้าง

ขณะเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประสบปัญหาเด่นๆ ที่พบ ได้แก่ ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน การเดินทางไม่สะดวก สภาพถนนไม่ดี สถานที่รับประทานอาหารมีน้อย หรือไม่มีที่รับประทานอาหารในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง และขาดการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 ระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวมีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในแต่ละประเด็นที่น้อยก่อนไปทางน้อยมาก เรื่องที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความรู้มากที่สุดตามอันดับแรกคือ มีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับเมืองสามโคกในอดีต หรือปทุมธานีในปัจจุบันหนาแน่นไปด้วยชาวมอญ โดยเฉพาะในย่านบ้านกระแซงเคยเป็นศูนย์กลางการค้าในอดีต และเป็นตลาดที่ค้าขายกันในท้องน้ำจึงเรียกว่า “ตลาดน้ำบ้านกระแซง” เรื่องทุกชนิดต้องจอดเพื่อส่งสินค้าและรับส่งผู้โดยสาร รองลงมาทราบว่าวัดท้ายเกาะใหญ่ ตำบลท้ายเกาะ อำเภอสามโคกมีเจดีย์ทรงรามัญแบบชเวดากองพม่าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดปทุมธานี และทราบว่าคลองประปาปทุมธานีขุดขึ้นในสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อนำน้ำเข้าโรงประปาที่สามเสน ทำให้ประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้ใช้น้ำประปา

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ และระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ดังนี้

1. เพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชายมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ จึงมักทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยว โดยการเล่นกีฬา มีค่าใช้จ่ายสำหรับค่ารถหรือค่าน้ำมันรถสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง ขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มักจะชื่นชมกับธรรมชาติ รวมทั้งเที่ยวสถานบันเทิง และมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารหรือเครื่องดื่ม และค่าบริการหรือค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่า

2. อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เป็นวัยรุ่นอายุระหว่าง 15- 24 ปีมักจะเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานสูงกว่านักท่องเที่ยววัยผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มหลังนิยมเดินทางกับครอบครัวสูงกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนาน ขณะที่นักท่องเที่ยววัยผู้ใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจเป็นหลัก และกลุ่มอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปมักจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวนี้ ส่งผลสอดคล้องกับการทำกิจกรรม

ขณะท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่ทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนาน ขณะที่กลุ่มวัยผู้ใหญ่มักจะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรม หรือทำบุญ และชมธรรมชาติเป็นหลัก

3. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่สมรสนิยมเดินทางกับครอบครัวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่สมรส ขณะที่กลุ่มที่ไม่สมรสมักจะเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานสูงกว่า กลุ่มที่สมรสสนใจแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานหรือ โบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา มีวัตถุประสงค์เพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ และต้องการประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือทำบุญ จึงมักจะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรมหรือทำบุญสูงกว่ากลุ่มที่ไม่สมรส ขณะที่กลุ่มที่ไม่สมรสส่วนใหญ่ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิง มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงหรือความสนุกสนาน จึงนิยมเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก และเที่ยวสถานบันเทิงสูงกว่า

4. อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

แม้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพจะมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกันคือ เพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ แต่มีข้อแตกต่างกันทางด้านความสนใจในประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จึงส่งผลให้การทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวแตกต่างกันด้วย ดังนี้

กลุ่มอาชีพเกษตรกรและรับจ้างสนใจ โบราณสถานหรือ โบราณวัตถุ และมักชมโบราณสถาน หรือ โบราณวัตถุ และร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรมหรือทำบุญ ขณะที่กลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ จึงมักจะชอบเล่นกีฬาในสภาพแวดล้อมที่ดีเป็นหลัก ส่วนข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทสนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จึงนิยมชมธรรมชาติ และชมเทคโนโลยีหรือภูมิปัญญาไทย และกลุ่มนักเรียนนักศึกษาสนใจแหล่งท่องเที่ยวบันเทิง จึงมักใช้เวลากับการเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก

5. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

แม้ผลการวิจัยจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความสนใจต่อประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แต่มีข้อที่น่าสังเกตว่า ความสนใจดังกล่าวไม่ได้สอดคล้องกับพฤติกรรมด้านการทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวดังเช่นผลการวิจัยที่พบในปัจจัยด้านอายุและอาชีพ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่สนใจ

แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ และสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ ขณะที่กลุ่มระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่สนใจโบราณสถาน หรือ โบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา หรือทำบุญ ส่วนกลุ่มระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมที่ดีหรือ ไม่มีมลพิษ และกลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวแตกต่างกัน กลุ่มระดับประถมศึกษาและปริญญาตรีส่วนใหญ่จะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา หรือปฏิบัติธรรม ขณะที่กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่เล่นกีฬา

6. รายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างด้านวัตถุประสงค์นี้ไม่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวเช่นเดียวกับผลการวิจัยด้านระดับการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือนมักจะท่องเที่ยวเพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตหรือการเกษตร และเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน สูงกว่ากลุ่มอื่น โดยทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวประเภท โบราณสถาน ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ

ส่วนการทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีรายได้สูงก่านิยมเล่นกีฬาสูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่า ขณะที่กลุ่มหลังจะชอบชมธรรมชาติ และเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุกสูงกว่ากลุ่มแรก

สารบัญ

หน้า

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ช
กิตติกรรมประกาศ.....	ฅ
สารบัญ.....	ญ
สารบัญตาราง.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ปัญหาที่ทำการวิจัยและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
ส่วนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	6
ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	14
ส่วนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	22
ประชากร.....	22
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	24
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	25
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	27
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว.....	27
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	
ในจังหวัดปทุมธานี.....	31
ส่วนที่ 3 ระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี.....	44
ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรม	
การท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี.....	46
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	135
สรุปผลการวิจัย.....	136
อภิปรายผลการวิจัย.....	145
ข้อเสนอแนะ.....	151
บรรณานุกรม.....	153
ภาคผนวก	157

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	29
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี.....	32
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว สาเหตุที่ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว.....	34
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยวสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวและระยะเวลาในการท่องเที่ยว.....	36
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทางและสถานที่พักแรม.....	38
ตารางที่ 6	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่รับประทานอาหารจำนวน.....	40
ตารางที่ 7	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับความพึงพอใจสาเหตุของความพึงพอใจในระดับน้อย ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก และสาเหตุที่ไม่เที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก.....	42
ตารางที่ 8	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัญหาจากการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี.....	43
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี.....	45

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 10	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงจำแนกตาม ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก แหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี.....	47
ตารางที่ 11	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงจำแนกตาม การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว.....	49
ตารางที่ 12	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิง จำแนกตาม วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว.....	51
ตารางที่ 13	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงจำแนกตาม พาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน.....	53
ตารางที่ 14	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงจำแนกตาม สถานที่รับประทานอาหารเช้า จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย.....	55
ตารางที่ 15	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจและความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวใน จังหวัดปทุมธานีอีก.....	57
ตารางที่ 16	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตาม ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก แหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี.....	58
ตารางที่ 17	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตาม การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว.....	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 18	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตาม วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว..... 63
ตารางที่ 19	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตาม พาหนะเดินทางลักษณะการเดินทางและสถานที่พักผ่อน..... 67
ตารางที่ 20	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตาม สถานที่รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย..... 69
ตารางที่ 21	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตาม ระดับความพึงพอใจและความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวใน จังหวัดปทุมธานีอีก..... 72
ตารางที่ 22	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก แหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อ การจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี..... 74
ตารางที่ 23	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน จำแนกตามการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวและเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว..... 77
ตารางที่ 24	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่สถานภาพแตกต่างกัน จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของ แหล่งท่องเที่ยวการทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาใน การท่องเที่ยว..... 79
ตารางที่ 25	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน จำแนกตามพาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน..... 84
ตารางที่ 26	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่ รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย..... 86

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 27	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับความพึงพอใจและความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก..... 89
ตารางที่ 28	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและสื่อที่มีผลต่อการจงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี..... 91
ตารางที่ 29	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว..... 93
ตารางที่ 30	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว..... 96
ตารางที่ 31	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามพาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน..... 100
ตารางที่ 32	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามสถานที่รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย..... 102
ตารางที่ 33	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามระดับความพึงพอใจและความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี..... 104
ตารางที่ 34	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี..... 106
ตารางที่ 35	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว..... 108

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 36	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของ แหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลา ในการท่องเที่ยว..... 111
ตารางที่ 37	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตามพาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน..... 115
ตารางที่ 38	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตามค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย..... 117
ตารางที่ 39	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตามระดับความพึงพอใจและความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดปทุมธานีอีก..... 119
ตารางที่ 40	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนกตาม ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก แหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและสื่อที่มีผล ต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี..... 121
ตารางที่ 41	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนก ตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว..... 123
ตารางที่ 42	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนกตาม วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว..... 125
ตารางที่ 43	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนก ตามพาหนะเดินทางลักษณะการเดินทางและสถานที่พักผ่อน..... 130
ตารางที่ 44	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนก ตามค่าใช้จ่ายและลักษณะค่าใช้จ่าย..... 132
ตารางที่ 45	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนก ตามระดับความพึงพอใจ และความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวใน จังหวัดปทุมธานีอีก..... 134

บทที่ 1

บทนำ

ปัญหาที่ทำการวิจัยและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแผนพัฒนา 5 ปี (พ.ศ.2545-2549) โดยจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดอย่างยั่งยืน ตามนโยบายของกระทรวงมหาดไทย ที่เกิดจากการผสมผสานนโยบายของรัฐ ความต้องการของประชาชน และศักยภาพของทรัพยากรในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม รวมทั้งการเสนอแนวทางในการนำไปสู่การปฏิบัติ การติดตาม และการประเมินผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีที่มีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแผนปฏิบัติการภายใต้วาระแห่งชาติ “การท่องเที่ยวยั่งยืน” ของแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวไทย (พ.ศ.2545 -2549) ประกอบกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 นี้ มีแนวโน้มมุ่งไปสู่ความพยายามที่จะให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ซึ่งมีหลักการสำคัญคือ คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ทั้งระบบนิเวศ สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมท้องถิ่น คำนึงถึงประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมในการจัดการ ตลอดจนคำนึงถึงการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้และประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวด้วยความปลอดภัย และคำนึงถึงการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น (ราไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2544)

จากแผนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดองค์ประกอบแบบครบวงจรของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ 6 ประการ (คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544) ได้แก่ องค์ประกอบด้านทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ อันประกอบด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติและประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่มีพื้นฐานเกี่ยวกับธรรมชาติ องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ ที่เน้นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายมุ่งไปสู่การจัดการแบบยั่งยืน โดยตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง และมีการติดตามตรวจสอบผลกระทบดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันมิให้การท่องเที่ยวนำไปสู่ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวและสังคมท้องถิ่น องค์ประกอบด้านการบริการต่างๆ ได้แก่ การบริการอาหาร ที่พัก ยานพาหนะ การนำเที่ยว และการบริการสื่อความหมายธรรมชาติ รวมไปถึงการจัดการด้านการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนหรือองค์กรท้องถิ่นในลักษณะที่เหมาะสม และเชื้อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และองค์ประกอบด้านตลาดการท่องเที่ยว และการจัดการที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวจะยั่งยืนและประสบผลสำเร็จทางเศรษฐกิจ ได้ต้องอาศัยการตลาด เป็นเครื่องมือในการติดต่อประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังคงเป็นเครื่องมือ ในการเลือกสรรคุณภาพและประเภทของนักท่องเที่ยว โดยการให้ข้อมูลและสิ่งที่ควรคาดหวัง จากการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยว เชนิเวศ ไม่ได้หมายถึงเฉพาะการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่จุดมุ่งหมายที่สำคัญของการจัดการตลาดของการท่องเที่ยวเชนิเวศคือ การคัดเลือกนักท่องเที่ยว ที่มีคุณภาพ มีความเข้าใจ และความตั้งใจอย่างจริงจังในการท่องเที่ยวเหล่านั้นไว้ให้ได้ รวมไปถึง การสื่อสารให้เข้าใจตรงกันถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชนิเวศ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวตัดสินใจล่วงหน้า ว่าการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เป็น การท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการหรือไม่ และพร้อมที่จะกระทำตาม เงื่อนไขการใช้พื้นที่โดยเคร่งครัดและไม่ฮึดอัดหรือมีความกดดัน ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ จากการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น ด้วยวิธีการและกลยุทธ์ทางการตลาด นักจัดการท่องเที่ยวเชนิเวศ จึงสามารถคัดเลือกนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีความต้องการการท่องเที่ยวเชนิเวศอย่างแท้จริง เพื่อให้ได้ นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมเหมาะสมกับทรัพยากรท่องเที่ยวเชนิเวศ และการให้บริการ ที่จัดไว้ให้

นอกจากนี้รายงานผลการวิจัย แนวทางการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชนิเวศ (สมชาย เตะพระหมพันธ์ และภัทราพร สร้อยทอง, 2545) ได้สรุปดัชนีชี้วัดองค์ประกอบของ มาตรฐานการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชนิเวศ ในด้านการสร้างนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่สำคัญประการหนึ่งคือ มีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการ จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้และคุณค่าของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามจากรายงานสรุปการเสวนาเรื่องการท่องเที่ยวเชนิเวศไทยชาย ได้จริงหรือ ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เมื่อเดือนมิถุนายน 2545 ระบุว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังไม่มีการสำรวจสถิติและข้อมูลของนักท่องเที่ยวเชนิเวศที่ชัดเจน จึงทำให้ไม่ทราบถึงตลาด ที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว และหากพิจารณาถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ระดับจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดปทุมธานี พบว่าจังหวัดปทุมธานีเองก็ยังไม่มีการศึกษา หรือการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในเชิงลึก แต่อย่างใด (ข้อมูลจากสำนักงานจังหวัดปทุมธานี, 2545) มีเพียงแต่การสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับ สถิติจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในแต่ละปีเท่านั้น (ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต 6, 2545)

ดังนั้นควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ตลอดจนการศึกษาถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี และศึกษาถึงอุปสรรคปัญหาของนักท่องเที่ยวดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลองค์ประกอบด้านนักท่องเที่ยวสำหรับเป็นแนวทางประกอบการพิจารณากำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีแบบยั่งยืน นอกจากนี้ ข้อมูลจากการวิจัยจะเป็นข้อมูลพื้นฐานนำไปสู่แผนปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรมชัดเจนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งจัดกิจกรรมรณรงค์ประชาสัมพันธ์ชักจูง โน้มน้าว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคุณภาพให้เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการภายใต้วาระแห่งชาติ “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ของแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2545 – 2549) ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม 2547 เท่านั้น

นิยามศัพท์

การวิจัยประกอบด้วยคำนิยามศัพท์ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยว หมายถึงผู้มาเยือนที่รวมทั้งนักท่องเที่ยว (Tourist) และนักทัศนาจร (Excursionist) ที่เป็นคนไทยอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยโดยปกติเป็นประจำของตนเอง เพื่อท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยมีได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวประเภททั้งเดินทางไปและกลับภายในวันเดียว และประเภทพักค้างแรม
2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึงการกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วยพฤติกรรมภายในและภายนอก ดังนี้

2.1 พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่สามารถสังเกตได้โดยตรง ได้แก่ จำนวนครั้งของการท่องเที่ยว การใช้ยานพาหนะเดินทาง ระยะเวลาเดินทาง ที่พัก เพื่อนร่วมเดินทาง การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว สถานที่รับประทานอาหาร ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

2.2 พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่เกิดภายในตัวนักท่องเที่ยว ไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว การเตรียมตัวก่อนเดินทาง การรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ระดับความพึงพอใจ และความคาดหวังในการท่องเที่ยวอีก

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่อาศัย อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการพิจารณาจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของจังหวัดปทุมธานี
2. ผลการวิจัยนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพิจารณาใช้เป็นแนวทางสำหรับการบริหารจัดการทางการตลาดด้านนักท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ และองค์กรชุมชนในจังหวัดปทุมธานี
3. ข้อมูลจากการวิจัย จะเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนใช้ประกอบการจัดกิจกรรมรณรงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีเพิ่มขึ้นต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีนี้ อยู่บนพื้นฐานแนวคิดทางการตลาดว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ในตลาดการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง แต่การศึกษาด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีขอบเขตที่กว้าง เพราะธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลากหลายด้าน

ดังนั้นในบทนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาโดยการประยุกต์แนวคิดจากนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตลอดจนผลของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา การตลาด และการสื่อสาร สรุปเป็นกรอบสำหรับการศึกษา โดยจำแนกการนำเสนอเป็นสามส่วน ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. ปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยว (Internal Factors) ได้แก่

- 1.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ (Perception)
- 1.2 ปัจจัยด้านการเรียนรู้ (Learning)
- 1.3 ปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitude)
- 1.4 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Personality)
- 1.5 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivation)

2. ปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยว (External Factors) ได้แก่

- 2.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)
- 2.2 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors)
- 2.3 ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ (Geographical Factors)
- 2.4 ปัจจัยด้านรูปแบบทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Factors)
- 2.5 ปัจจัยด้านการสื่อสาร (Communication Factors)
- 2.6 ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Factors) ได้แก่
 - 1) เพศ (Sex)
 - 2) อายุ (Age)

- 3) การศึกษา (Education)
- 4) รายได้ (Income)
- 5) ดินที่อยู่อาศัย (Residence)
- 6) สถานภาพการสมรส (Marital Status)
- 7) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยว (Internal Factors)

ปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นปัจจัยองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยา ส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะคิด บุคลิกภาพ และแรงจูงใจ อธิบายได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ (Perception)

Court และ Lupton (อ้างใน Sakai และคณะ, 2000) กล่าวว่า การรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถมีการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) และสิ่งที่เป็นนามธรรม (Intangibles) เช่น การรับรู้ด้านข้อมูลข่าวสาร การคมนาคม ความปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งในวรรณกรรมของ Woodside และ Lysonski (1989) ระบุว่าก่อนการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลข่าวสาร (Information Sources) ดังนี้

- 1) แหล่งข้อมูลข่าวสารจากปากต่อปาก (Word of Mouth) ของเพื่อน เพื่อนร่วมงานญาติพี่น้อง นักท่องเที่ยวอื่นๆ
- 2) แหล่งข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน (Media) เช่น ข่าว สารคดี บทความ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร เป็นต้น
- 3) แหล่งข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว เช่น หนังสือเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต

อย่างไรก็ตาม มีนักวิชาการบางท่านตั้งข้อสังเกตว่าบางครั้งภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่ได้รับจากการบอกเล่าของบุคคลอื่น อาจจะไม่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงของแหล่งท่องเที่ยวได้ และการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยว

จะเป็นตัวกำหนดว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจต่อการเดินทางในครั้งนั้น หากนักท่องเที่ยวรับรู้ว่าการเดินทางเป็นไปตามที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจ และอาจจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นอีก

1.2 ปัจจัยด้านการเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้หมายถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการประสบการณ์ในอดีต การเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกับแนวคิดหรือปัจจัยอื่นที่ได้กล่าวมา นักท่องเที่ยวเป็นผู้สนใจใฝ่เรียนรู้ (Active Learner) ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่แล้วเป็นพฤติกรรมมาจากการเรียนรู้ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวนั้นและเรียนรู้ว่าแหล่งท่องเที่ยวใดที่ชอบหรือไม่ชอบและเรียนรู้ว่าสิ่งใดที่ชื่นชอบมากที่สุดในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

1.3 ปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวเป็นความคิด ความรู้สึก และการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในลักษณะของการชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือเป็นทัศนคติทางบวก ทัศนคติทางลบ หรือทัศนคติเป็นกลาง เช่น ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว อาหาร ที่พัก การบริการ ราคา เป็นต้น ซึ่ง Holden (2000) กล่าวว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดที่จะเดินทางท่องเที่ยว

1.4 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Personality)

บุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อพฤติกรรมต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวระบุว่านักท่องเที่ยวที่มีบุคลิกภาพแตกต่างกัน จะเลือกแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ รูปแบบของการท่องเที่ยว และกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

Plog (อ้างใน Holden, 2000) เป็นนักวิชาการคนแรกที่ได้เสนอแนวคิดการจำแนกนักท่องเที่ยวในด้านจิตวิทยาตามลักษณะของบุคลิกภาพไว้ 2 ลักษณะ ดังนี้

- 1) บุคลิกภาพแบบหาความสำคัญจากแหล่งท่องเที่ยว (Psychocentric) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางโดยซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่าย (Tour package) ชอบเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี นิยมคบค้าสมาคมกับบุคคลหรือนักท่องเที่ยวที่มาจากวัฒนธรรมเดียวกัน และมักหาความเพลิดเพลินกับกิจกรรมพื้นฐาน ไม่โลด โผน

3) บุคลิกภาพแบบชอบผจญภัย (Alloentric) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางผจญภัยด้านการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ตามลำพัง ต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ นิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยมีคนไป และชอบเรียนรู้วัฒนธรรมอื่นที่แตกต่างออกไป

Holden (2000) กล่าวว่าแนวคิดของ Plog ดังกล่าวข้างต้นที่ได้เสนอไว้เมื่อปี 1972 ได้รับการยอมรับในหมู่นักวิชาการและได้ถูกนำไปใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น Jackson ได้พัฒนารูปแบบบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวจากแนวคิดของ Plog โดยเสนอนักท่องเที่ยวจะมีบุคลิกภาพ โนม์เอียง ไปด้านใดด้านหนึ่งใน 4 ลักษณะ ต่อไปนี้

1) บุคลิกภาพแบบนักบุกเบิก (The Explorer) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง มีความยืดหยุ่นชอบค้นหาสิ่งแปลกใหม่ มีจุดมุ่งหมายของการเดินทางหลากหลาย มีความมุ่งมั่น และชอบความเป็นพิเศษเฉพาะตัว

2) บุคลิกภาพแบบนักผจญภัย (The Adventure) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเรียบง่าย มีความอดทน ชอบเที่ยวเสี่ยงภัย ชอบความแปลกใหม่ ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่ ให้ความสำคัญกับการเดินทาง ไปแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ไม่คุ้นเคยซึ่งคนอื่นไม่นิยมไป

3) บุคลิกภาพแบบผู้ตาม (The Guided) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะอนุรักษ์นิยม มีความระมัดระวังและมีการเตรียมพร้อมก่อนเดินทางเสมอ

3) บุคลิกภาพแบบอิงกลุ่ม (The Groupie) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะชอบทำกิจกรรมเป็นกลุ่มร่วมกับผู้อื่น ชอบมีเพื่อนร่วมทาง ให้ความสำคัญกับการไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมโดยทั่วไป

1.5 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivation)

นักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวและด้านพฤติกรรมผู้บริโภคให้ความสำคัญกับแรงจูงใจ ในฐานะที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว กล่าวคือแรงจูงใจเป็นเหตุผลของนักท่องเที่ยวในการแสดงพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวมีนักวิชาการจำนวนมากได้เสนอแนวคิดเรื่องแรงจูงใจของการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลาย ผู้วิจัยจะนำแนวคิดของนักวิชาการบางท่านที่สามารถประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

McIntosh และ Goeldner (อ้างใน Burke และ Resnick, 1991) กล่าวว่า แรงจูงใจขั้นพื้นฐานในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมี 4 ประการ ได้แก่

1) แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) หมายถึงแรงจูงใจเกี่ยวกับการพักผ่อนของร่างกาย การเล่นกีฬา การสันทนาการ การบันเทิง และแรงจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

กับการรักษาสุขภาพหรือการพักผ่อนร่างกายตามคำแนะนำของแพทย์ เพื่อให้หลีกเลี่ยงภาวะการดำเนินชีวิตที่เคร่งเครียดและเร่งรีบ

2) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) หมายถึงแรงจูงใจเพื่ออยากรู้ อยากเห็น หรือเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

3) แรงจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) หมายถึงแรงจูงใจในการพบปะกับบุคคลอื่นๆ เช่น เยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ หรือความต้องการแสวงหาเพื่อนใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยว

4) แรงจูงใจด้านสถานภาพและความมีชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) หมายถึงแรงจูงใจที่จะยกฐานะของตนเองให้สูงขึ้น หรือเกี่ยวข้องกับเกียรติภูมิ และเพิ่มพูนความมีชื่อเสียง หรือความต้องการพัฒนาตนเอง หรือแสดงความต้องการของตนเองให้ได้รับการยอมรับจากคนอื่นอันเนื่องมาจากการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปต่างประเทศเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ เช่น ประกอบธุรกิจ เข้าร่วมประชุม – สัมมนา การศึกษา เป็นต้น

Robinson (1976) ได้เสนอแนวคิดที่สอดคล้องกับแนวคิดของ McIntosh และ Goeldner ข้างต้น แต่ได้เพิ่มแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวคือ

5) แรงจูงใจด้านศาสนา (Spiritual Motivation) หมายถึงแรงจูงใจที่มีสาเหตุมาจากศาสนาโดยเฉพาะการเดินทางไปนมัสการศาสนสถานสำคัญๆ เช่น การไปเยี่ยมชมที่ตั้งของศาสนจักรของชาวคาทอลิก การเดินทางไปประกอบพิธีทางศาสนาที่เมืองเมกกะของชาวมุสลิม นอกจากนี้ Swarbrook และ Homer (1999) ยังได้เสนอแนวคิดเพิ่มเติมจากข้างต้นอีกประการหนึ่งดังนี้

6) แรงจูงใจในทางอารมณ์ (Emotional Motivation) หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดจากความรู้สึกของนักท่องเที่ยว เช่น ความประทับใจจากการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ความตื่นตาตื่นใจในสิ่งที่พบเห็นในแหล่งท่องเที่ยว การหลีกเลี่ยงความจำเจของชีวิตและความน่าเบื่อหน่ายจากการทำงานหรือเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

สำหรับ Campton (อ้างใน Khan, Olsen และ Var, 1993) ได้แสดงทรรศนะว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจในทางด้านจิตวิทยาสังคม และแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม ดังนี้

แรงจูงใจทางด้านจิตวิทยาสังคม (Socio-psychological Motivation) ได้แก่

- 1) การหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวัน
- 2) การค้นหาหรือประเมินตนเอง
- 3) การพักผ่อน
- 4) ความรู้สึกมีเกียรติประวัติในการท่องเที่ยว

- 5) การกล้าถึงอดีต
- 6) การเชื่อมญาติพี่น้อง
- 7) การสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่น

และแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ได้แก่

- 1) การได้พบสิ่งแปลกใหม่
- 2) การได้ศึกษาเรียนรู้

2. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยว (External Factors)

ปัจจัยภายนอกที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านต่างๆ 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ รูปแบบทางการเมืองและกฎหมาย การสื่อสาร และประชากรศาสตร์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)

หมายถึงลักษณะสภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับความต้องการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังเช่น ไพอูร์ย พงศะบุตร และวิลาสวงศ์ พงศะบุตร (2542) ได้ยกตัวอย่างว่า กรณีเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำภายในประเทศหรือระหว่างประเทศ ย่อมส่งผลให้ปริมาณความต้องการท่องเที่ยวลดลง ในทางตรงกันข้ามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรือง ทำให้ความต้องการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มปริมาณมากขึ้น

นอกจากนั้น การที่นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาหรือค่าใช้จ่ายกับประเทศคู่แข่งกัน หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก็ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2.2 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors)

หมายถึงวัฒนธรรมซึ่งครอบคลุมความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี และความคาดหวังของคนในสังคมของนักท่องเที่ยว จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น คนไทยเชื้อสายจีนซึ่งนับเป็นวัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นกลุ่มเป้าหมายในการจัดรายการนำเที่ยวเหมาจ่าย (Tour Package) ไปยังเมืองในประเทศจีนเพื่อเยี่ยมชมดินแดนของบรรพบุรุษ เป็นต้น

นอกจากนั้น วัฒนธรรมระหว่างประเทศ (Cross Culture) ก็มีส่วนสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น Pizam และ Jeong (1996) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจาก 3 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น เกาหลี และสหรัฐอเมริกา พบว่านักท่องเที่ยวจากสามประเทศมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวแตกต่างกันเป็นส่วนใหญ่ เช่น การพบปะพูดคุยกับนักท่องเที่ยวอื่น การซื้อสินค้า การแสวงหาสิ่งแปลกใหม่โดยนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นและเกาหลีที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมากที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ส่วนนักท่องเที่ยวเกาหลีและสหรัฐอเมริกามีพฤติกรรมการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกันน้อยที่สุด

หรือตัวอย่างวัฒนธรรมสังคมตะวันตกมีลักษณะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงเดินทางได้บ่อย และเดินทางได้ไกลกว่าผู้หญิงชาวเอเชียและตะวันออกกลาง หรือผู้หญิงเอเชียส่วนใหญ่ไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไกลเพียงลำพัง หรือท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากเกินไป

2.3 ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ (Geographical Factors)

หมายถึงการเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวยังสัมพันธ์กับลักษณะภูมิศาสตร์ที่เป็นภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีอากาศหนาวนิยมไปพักผ่อนในประเทศที่มีอากาศอบอุ่นหรือนิยมไปชายหาด เป็นต้น

2.4 ปัจจัยด้านรูปแบบทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Law Factors)

หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศที่มีความสงบสุขและปลอดภัย นักท่องเที่ยวย่อมต้องการไปเยือนมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในภาวะสงคราม หรือการปฏิวัติรัฐประหาร หรือกฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อความสะดวกในการเดินทาง

2.5 ปัจจัยด้านการสื่อสาร (Communication Factors)

McIntosh, Ritchie และ Goeldner (2000) กล่าวว่าความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวขยายหรือกว้างขึ้นกว่าอดีตเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและสื่อสารประเภทอื่นๆ เช่น สื่อสารมวลชน สื่อเฉพาะกิจ ซึ่งข้อมูลข่าวสารสามารถสร้างความรู้สึกทั้งด้านบวกและด้านลบ สามารถสร้างหรือลดความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตลอดจนสามารถสร้างความรู้จักคุ้นเคย หรือการต่อต้านจากนักท่องเที่ยว

2.6 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographical Factors)

Swarbrook และ Horner (1999) ระบุว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน กล่าวคือ การท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวจะเลือกท่องเที่ยวในรูปแบบใดขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านเพศ อายุ สถานภาพ ที่อยู่อาศัย การศึกษา รายได้ และรูปแบบการดำรงชีวิตของนักท่องเที่ยว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) เพศ (Sex)

ในวงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้นำปัจจัยด้านเพศมาพิจารณาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่น ผู้ชายชอบตีกอล์ฟ ในขณะที่ผู้หญิงชอบซื้อของ ดังเช่นตัวอย่างผลการวิจัยของ Ryan (อ้างใน Swarbrook และ Horner, 1999) พบว่าเพศหญิงมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเพศชายด้วยเหตุผล 3 ประการ คือ

1.1) ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน (Escape)

1.2) ความต้องการพักผ่อนทางร่างกาย (Physical Relaxation)

1.3) ความต้องการพักผ่อนทางอารมณ์ (Emotional Relaxation)

นอกจากนั้น ซิดจันท์ หังสตุติ (2529) ได้แสดงความคิดเห็นว่า เพศหญิงหรือเพศชาย ชอบท่องเที่ยวมากกว่ากันจะขึ้นอยู่กับการศึกษาของแต่ละครอบครัว และคาร์จัดแย้งบางอย่าง ผู้ชายมักจะมึนเมาทางด้านธุรกิจ และบางครั้งมีการจัดแย้งภายในครอบครัว ถ้ามีเวลาที่ชอบที่จะเดินทางไปผจญภัย ส่วนผู้หญิงนั้นมีความเป็นห่วงกังวล และติดกับครอบครัวมากกว่า นอกจากนี้ ความสนใจของผู้หญิงและชายก็แตกต่างกัน ผู้ชายอาจจะท่องเที่ยวเพื่อค้นคว้า ทดสอบ หาความรู้ ความชำนาญ รวมไปถึงกิจกรรมที่น่าตื่นเต้น ส่วนผู้หญิงนั้นต้องการความอบอุ่น มั่นใจ และสนใจเรื่องความสวยงามเป็นส่วนใหญ่

2) อายุ (Age)

Burke และ Resnick (1991) ระบุว่าอายุเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว นักการตลาดมีแนวคิดว่าคุณในในแต่ละกลุ่มอายุจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยหนุ่มสาวเป็นวัยที่มีความต้องการอยากรู้อยากเห็น และต้องการเรียนรู้ หรือค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับตนเอง ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น โรงแรม หรือการได้พักผ่อนจากการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ

ทั้งนี้ ซิดจันท์ หังสตุติ (2529) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยด้านอายุของนักท่องเที่ยวในสังคมไทยเพิ่มเติมว่า อายุก็เป็นส่วนที่แสดงให้เห็นถึงประสบการณ์หรือความชำนาญของแต่ละคน กล่าวคือผู้ที่คนอายุน้อยไม่ค่อยติดที่เท่ากับคนอายุมาก ผู้เยาว์ชอบค้นคว้า กระปรี้กระเปร่า และรับเอาความคิดใหม่ๆ ได้ง่าย ไม่ค่อยจะสนใจว่าคนในสังคมจะชอบการกระทำของตนแต่อย่างใด ซึ่งต่างจากผู้สูงอายุมักจะกังวลกับสังคม และกลัวการถูกติเตียนหรือนินทา มากกว่า

นอกจากนั้น ซิดจันท์ ยังระบุอีกว่าเมื่ออายุมากขึ้น เช่นอยู่ในวัยกลางคน สิ่งสำคัญของคนในวัยนี้คือต้องการความสะดวกสบายมากที่สุด ซึ่งขึ้นอยู่กับความสำเร็จในฐานะด้วย เช่นมีตำแหน่งสูงขึ้นหรือมีเกียรติมากขึ้น โดยผู้ที่มีอายุในวัยกลางคนจะเริ่มเปรียบเทียบตัวเองกับคนในสังคมเดียวกัน เริ่มล้าต่อความต้องการทางด้านค้นคว้าทดลอง และมักจะชอบเดินทางกับครอบครัวเพราะรู้สึกปลอดภัยและสนุกกว่า

3) การศึกษา (Education)

Swarbrooke และ Horner (1999) ให้แนวคิดว่าระดับการศึกษาส่งผลให้พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน กล่าวคือบุคคลที่มีการศึกษาสูงส่วนมากต้องการแสวงหาความรู้จากการเดินทาง เช่น เดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในขณะที่บุคคลที่มีความรู้ระดับต่ำ มักจะมีทัศนคติว่าการท่องเที่ยวเป็นการเปิดโอกาสให้ได้พบสิ่งแปลกใหม่ที่ต่างไปจากชีวิตประจำวัน

4) รายได้ (Income)

ความสามารถในการซื้อเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่ง Swarbrooke และ Homer (1999) ระบุว่าบุคคลที่มีรายได้น้อยส่วนมากคิดว่าการท่องเที่ยวจะช่วยให้ได้หลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่น่าเบื่อในชีวิตประจำวัน และจะทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นหรือความมั่นใจให้กับตนเอง ส่วนบุคคลที่มีรายได้สูงมักต้องการความตื่นเต้นและท้าทาย ตลอดจนได้รับความแปลกใหม่ ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยว

5) ดินที่อยู่อาศัย (Residence)

ที่อยู่อาศัยก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันของนักท่องเที่ยว สุรเชษฐ์ เชนฐมาศ และ ศิริลักษณ์ ปิ่นเกษร (2535) กล่าวว่านักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองส่วนใหญ่ขาดโอกาสที่จะสัมผัสกับธรรมชาติและเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง จึงมักเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติ ชายทะเล และเกาะแก่งต่างๆ ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เป็นต้น

6) สถานภาพการสมรส (Marital Status)

สถานภาพทางครอบครัวเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล เช่น บุคคลที่หย่าร้างหรือผู้ที่เป็น โสดย่อมมีลักษณะที่เอื้ออำนวยให้การเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายกว่าและตัดสินใจได้รวดเร็วและง่ายกว่าบุคคลที่แต่งงานหรือผู้ที่มีครอบครัว

7) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวหรือการใช้บริการต่างๆ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของนักท่องเที่ยว เช่น ความสนใจ การใช้เวลาว่าง ดังที่ สุรเชษฐ์ เชนฐมาศ และ ศิริลักษณ์ ปิ่นเกษร (2535) ได้แสดงทัศนคติว่า เวลาว่างเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความต้องการและการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการของบุคคล กล่าวคือบุคคลจะมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมการพักผ่อนหรือเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับเวลาว่างที่มีอยู่ เช่น นักท่องเที่ยวที่มีช่วงวันหยุดพักผ่อนประจำปีเป็นเวลานานจะมีโอกาสใช้เวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลได้มากกว่าผู้ที่มีเวลาว่างอย่างจำกัด เป็นต้น

ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยว (Typologies) เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้หลากหลายวิธี ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และเกณฑ์ที่ใช้ ในส่วนนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของนักวิชาการบางท่านที่สามารถประยุกต์ใช้กับงานวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

Cohen (อ้างใน Holder, 2000) ได้เสนอแนวคิดเรื่องรูปแบบของนักท่องเที่ยวตามเกณฑ์ 2 ลักษณะคือ การแบ่งประเภทหรือรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตามเกณฑ์ของความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจการท่องเที่ยว กับการแบ่งรูปแบบนักท่องเที่ยวตามเกณฑ์ของทรศนะของแต่ละบุคคล ดังนี้

รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบ่งตามเกณฑ์ของความสัมพันธระหว่างนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มกับบริษัท (The Organised Mass Tourist)
2. นักท่องเที่ยวเดินทางเป็นกลุ่มกับบริษัททัวร์แบบมีอิสระ (The Individual Mass Tourist)
3. นักท่องเที่ยวแบบผจญภัย (The Explorer) โดยแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง
4. นักท่องเที่ยวแบบใช้ชีวิตให้กลมกลืนกับชุมชนท้องถิ่น (The Drifter)

ส่วนรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบ่งตามเกณฑ์ทรศนะของแต่ละบุคคล ประกอบด้วย 5 รูปแบบ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (The Recreational Tourists) หมายถึงนักท่องเที่ยวผู้ให้ความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบมุ่งหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางแสวงหาประสบการณ์ หรือศึกษา สัมผัสวิถีชีวิต หรือวัฒนธรรมอื่นที่แตกต่างไปจากสังคมของตนเอง
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ชอบติดต่อสื่อสารกับคนในท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจ ตลอดจนปรับตัวให้เข้ากับคนในท้องถิ่นนั้นๆ
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตภายใต้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเดียวกับคนในท้องถิ่น โดยใช้เวลาใน

แหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานานเพื่อฝึกใช้ชีวิตชีวิตแบบคนท้องถิ่น เช่น การรับประทานอาหาร ความพยายามพูดภาษาท้องถิ่น การปฏิบัติตัว เป็นต้น

นอกจากนั้น Plog (อ้างในศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543) ได้จำแนกรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่คิดหรือสนใจตนเอง ชอบที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดี ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ที่พิศ อาหาร สิ่งบันเทิง และบุคคล ไม่ต้องการพบสิ่งที่ยุ่งยาก และเหตุการณ์ที่ผิดปกติ
2. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง (Near Psychocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเองและการเดินทางสายกลาง สามารถทดลองสิ่งใหม่ได้ถ้าไม่มีสิ่งที่คุ้นเคย
3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางสายกลาง (Mid - centrics) หมายถึงนักท่องเที่ยวประเภทไม่ชอบผจญภัย แต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ๆ トラバเท่าที่ไม่ได้เสี่ยงอันตรายเกินไปหรือไม่ผิดปกติเกินไป
4. นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอสมควร (Near Allocentrics) หมายถึงนักท่องเที่ยวประเภทที่เป็นกลุ่มอยู่ระหว่างกลุ่มเดินทางสายกลาง และกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ถึงกับชอบผจญภัย แต่สามารถท่องเที่ยวแบบผจญภัยได้
5. นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย (Allocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจหลากหลาย เป็นที่เปิดเผยและมีความมั่นใจในตัวเอง ชอบผจญภัยอย่างมาก เต็มใจออกไปเผชิญโลกและเผชิญชีวิต การเดินทางเป็นช่องทางให้ได้แสดงออกซึ่งความอยากรู้อยากเห็นและได้สนองความอยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยวประเภทนี้

สำหรับสำนักงานเศรษฐกิจ Westvlaams (อ้างใน Swarbook and Homer, 1999) ได้แบ่งรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทชื่นชอบทะเล (Active sea lovers)
2. นักท่องเที่ยวประเภทผูกมิตร (Contact - minded holiday makers) มักชอบติดต่อกับปะกับผู้อื่น โดยเฉพาะเพื่อนใหม่ที่เป็นคนในท้องถิ่น
3. นักท่องเที่ยวประเภทชื่นชอบธรรมชาติ (Nature viewers) เป็นผู้ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest - seekers) เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนมากกว่าจะทำกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ

5. นักท่องเที่ยวประเภทค้นคว้า (Discoverers) ผู้ชอบกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัย และชอบแสวงหามิตรใหม่
6. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางพร้อมครอบครัว (Family - orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางพร้อมครอบครัว
7. นักท่องเที่ยวประเภทประเพณีนิยม (Traditionalists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวมุ่งเน้นความปลอดภัย

ส่วนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีครั้งนี้ ได้แก่

ศรัทธา วิญญูหัตถกิจ และสมจรชัย ชัยสิงห์ประสาธ (2545) ได้รวบรวมผลการศึกษาของ Brand Age Research House ที่ทำการสำรวจความคิดเห็นของคนไทยในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของคน ไทย ซึ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้น พบว่าเมื่อพูดถึงประเทศไทยในสายตาของคนกรุงเทพคิดว่าสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยมากที่สุดคือเรื่อง การท่องเที่ยว รองลงมาคือเรื่องของอาหาร และเรื่องของการเกษตร สถานที่ท่องเที่ยวแบบทะเล และหมู่เกาะเป็นสถานที่ที่คนกรุงเทพฯ นิยมไปมากที่สุด รองลงมาคือป่าเขา และสถานที่ท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรม โดยจะนึกถึงชายหาดที่ระยองมากที่สุด รองลงมาคือชายหาดหัวหิน หมู่เกาะที่คนกรุงเทพฯ นึกถึงมากที่สุด คือเกาะพีพี รองลงมาคือเกาะสมุย และเกาะช้าง ส่วนป่าเขาจะนึกถึงภูกระดึงมากที่สุด รองลงมานึกถึงเขาใหญ่ ทั้งนี้โดยภาพรวมคนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่คิดว่าจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวประเทศไทยใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ธรรมชาติสวยงามและสมบูรณ์ มีวัฒนธรรมหลากหลาย มีแหล่งท่องเที่ยวมาก รอยยิ้ม และความมีน้ำใจของคนไทย และมีความหลากหลายในทัศนียภาพตามลำดับ

บุปผา ส่งเสริม (2544) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคที่พยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อุทยาน และหมู่บ้านชาวไทยภูเขา ซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่เปราะบางต่อการถูกทำลายจากการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ไม่สร้างสรรค์ได้มากที่สุด พบว่าปัจจัยจิตวิทยาผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้ หากนักท่องเที่ยวมีวิถีชีวิตรักสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มี

คุณภาพตามไปได้ด้วยนอกจากนั้นนักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมในทางบวก มีแนวโน้มจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูง ตลอดจนนักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากเท่าใด ก็ยังมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากเท่านั้น และสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ สื่อบุคคล และสื่อมวลชนตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคด้านลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน มักมีแนวโน้มมีกรอบของตนเอง ไม่ยอมรับสิ่งใหม่ๆ และไม่ชอบทดลองของใหม่ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศถือว่าเป็นแนวคิดใหม่สำหรับสังคมไทย

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านอายุและรายได้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยว กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงก็มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างสูงกว่าผู้มีรายได้ต่ำ อย่างไรก็ตามไม่ว่านักท่องเที่ยวจะจบการศึกษาในระดับใดก็สามารถที่จะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้

ฉันทิช วรรณถนอม (2544) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อนเป็นเหตุผลสำคัญที่สุด และเห็นว่าประเทศไทยมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีหลากหลาย โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในลำดับมาก ได้แก่ งบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อม ระยะทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ

นอกจากนั้น ยังพบว่าปัจจัยแทรกสำคัญที่มีอิทธิพลในลำดับมากต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้หันมาเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศคือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศ และจากการศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป พบว่าส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ายังคงเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอีก เนื่องจากเห็นว่าประเทศไทยมีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ

คุณภาพตามไปได้ด้วยนอกจากนั้นนักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมในทางบวก มีแนวโน้มจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูง ตลอดจนนักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากเท่าใด ก็ยังมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากเท่านั้น และสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ สื่อบุคคล และสื่อมวลชนตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคด้านลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน มักมีแนวโน้มในระเบียบมีกรอบของตนเอง ไม่ยอมรับสิ่งใดง่าย ๆ และไม่ชอบทดลองของใหม่ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศถือว่าเป็นแนวคิดใหม่สำหรับสังคมไทย

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านอายุและรายได้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยว กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงก็มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างสูงกว่าผู้มีรายได้ต่ำ อย่างไรก็ตามไม่ว่านักท่องเที่ยวจะจบการศึกษาในระดับใดก็สามารถที่จะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้

ฉันทิช วรรณถนอม (2544) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อนเป็นเหตุผลสำคัญที่สุด และเห็นว่าประเทศไทยมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีหลากหลาย โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในลำดับมาก ได้แก่ งบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อม ระยะทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ

นอกจากนั้น ยังพบว่าปัจจัยแทรกสำคัญที่มีอิทธิพลในลำดับมากต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้หันมาเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศคือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และจากการศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป พบว่าส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ายังคงเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอีก เนื่องจากเห็นว่าประเทศไทยมีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ

พัชรี บำรุงรัตนกุล (2543) ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของสื่อในโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 2 ครั้ง โดยมีสาเหตุในการตัดสินใจเที่ยวไทยเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากภาวะเศรษฐกิจหรืองานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ทัศนียภาพที่สวยงาม เพื่อเพิ่มความสุขสนานตามลำดับ โดยจังหวัดที่ได้รับความนิยมในการไปท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ต ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่จะไปท่องเที่ยวบ้างบางครั้งก่อนไปท่องเที่ยว มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่หาข้อมูลเลยก่อนการไปท่องเที่ยว โดยให้เหตุผลว่าเป็นเพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเป็นประจำ หรือมีเพื่อนผู้ชำนาญทาง และรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวดีอยู่แล้ว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะหาข้อมูลจากเพื่อนญาติ หรือคนรู้จัก รองลงมาคือการหาข้อมูลจากหนังสือคู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และหนังสือท่องเที่ยวต่างๆ เช่น เพื่อนเดินทาง อนุสาร อสท. เป็นต้น ส่วนแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวใช้หาข้อมูล ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ร้านค้า หรือชาวบ้านในละแวกสถานที่ท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครส่วนมากนิยมเดินทางท่องเที่ยวครั้งละมากกว่า 3 คน และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพัง โดยส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวแบบพักค้างแรม 2 คืน มากกว่านิยมไปเช้า-เย็นกลับ

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครคิดว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รวมทั้งค่าที่พัก และค่าอาหาร เป็นปัจจัยหลัก รองลงมาได้แก่ การเดินทางที่สะดวก ปลอดภัย และทัศนียภาพที่สวยงาม ส่วนปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยเสริม ได้แก่ เพื่อไปเยี่ยมญาติ มีคนชักชวน และความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ เช่น การแต่งกาย อาหารพื้นเมือง การดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวยังระบุว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้คนไทยเที่ยวไทยมีผลทำให้คนไทยหันมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น

ส่วนข้อเสนอแนะนั้น นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เห็นว่า เรื่องที่ควรปรับปรุงมากที่สุดคือ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ เรื่องของความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ท่องเที่ยว และการทำนุบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมให้มากที่สุด นอกนั้นเป็นประเด็นเสริม เช่น ควรมีเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ข้อมูลและประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวตลอดเวลา ให้ความเป็นธรรมกับนักท่องเที่ยวในด้านราคาและคุณภาพ ตลอดจนการจัดอบรมภาษาแก่เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อให้สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้ดี และมีประสิทธิภาพ



เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ (2538) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งจูงใจต่างๆ เรียงตามลำดับคือ การชักชวนของเพื่อนหรือญาติมากที่สุด ประสบการณ์ของตนเองที่เคยไปแล้วเกิดความประทับใจ ข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์ บทความในหนังสือและวารสาร และการเสนอรายการนำเที่ยว ของบริษัทนำเที่ยวประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชอบไปมากที่สุดคือศูนย์การค้าและตลาดในเมือง รองลงมาคือประเภทวัด วัง และอนุสาวรีย์ และประเภทภูเขา น้ำตก ป่า ถ้ำ และเขื่อน

สำหรับการศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชายไปท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และไปสัมมนาเจรจาธุรกิจสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง ขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงไปเยี่ยมชมญาติและไปประกอบกิจกรรมทางศาสนาสูงกว่า นักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกันมีวัตถุประสงค์การไปท่องเที่ยวหลักที่เหมือนกัน คือการไปพักผ่อนและเยี่ยมชมญาติ แต่วัตถุประสงค์ด้านอื่นจะแตกต่างกันไป โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยจะไปทัศนศึกษามากกว่า กลุ่มกลางคนจะไปประชุมสัมมนามากกว่า และกลุ่มสูงอายุจะไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนามากกว่า นอกจากนี้กลุ่มที่อยู่ในเมืองมีรายได้ประจำ ฐานะดี มีการศึกษาสูงกว่าคนไทยโดยเฉลี่ยทั่วไป มักจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ทันสมัย มักไปเที่ยวเพื่อพักผ่อน ใช้ข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว พักตาม โรงแรมหรือที่พักประเภทธุรกิจการค้า มีแนวโน้มใช้บริการนำเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น มีความคาดหวังในคุณภาพ บริการ และมาตรฐานจากแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างมากกว่ากลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำกว่า

นอกจากนั้น พฤติกรรมด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารสำหรับการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีความต้องการข้อมูลมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย กลุ่มอายุน้อยมีความต้องการข้อมูลมากกว่ากลุ่มอายุมาก กลุ่มคนโสดต้องการข้อมูลมากกว่ากลุ่มที่สมรส กลุ่มอาชีพมีเงินเดือนประจำ ต้องการข้อมูลมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ กลุ่มที่มีการศึกษาและรายได้สูงต้องการข้อมูลมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาและรายได้ต่ำ กลุ่มที่อยู่ในเขตเทศบาลต้องการข้อมูลมากกว่ากลุ่มที่อยู่นอกเขตเทศบาล สำหรับข้อมูลที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการคือ เรื่องเส้นทาง ระยะทาง และแหล่งท่องเที่ยว

สมชาติ สุกฤตยานันท์ (2533) ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว กับการตัดสินใจเพื่อเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวไทยเห็นว่าสื่อมวลชนเป็นสื่อที่ให้ข่าวสารการท่องเที่ยวในระดับมาก รองลงมาคือโทรทัศน์ บริษัททัวร์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสื่อบุคคลระดับปานกลาง และวิทยุ

หนังสือพิมพ์อยู่ในระดับน้อย โดยสื่อบุคคลคือสื่อที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1-3 ครั้งต่อปี นิยมเดินทางไปเองกับเพื่อนหรือครอบครัว ต้องการพักผ่อน พบเห็นสิ่งใหม่ๆ และได้เห็น รับรู้ รับฟังเกี่ยวกับความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ สถานที่ที่จะเดินทางไปเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญมากที่สุดใน การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น พบว่านักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพการสมรสเป็น โสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี นักท่องเที่ยวไทยในแต่ละอาชีพมีจำนวนใกล้เคียงกัน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,021-9,659 บาท โดยการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการแสวงหาปัจจัยด้านการท่องเที่ยว และการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย พบดังนี้

เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่สถานภาพการสมรส และขนาดของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย

เพศ อายุ สถานภาพการสมรส และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย

เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ขนาดของครอบครัว การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย

การแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย

การแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งกับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย

จากการศึกษาแนวคิดของนักวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นสามารถนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีครั้งนี้ได้ดังนี้

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ประชากร

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ช่วงเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม 2547 ผู้วิจัยใช้สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ประจำปี พ.ศ. 2545 เป็นฐานในการคำนวณจำนวนประชากร โดยพบว่าตลอดปี พ.ศ. 2545 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีทั้งสิ้นจำนวน 243,000 คน (สถิติจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 6, 2545) หรือเฉลี่ยจำนวนประมาณ 20,250 คน ต่อเดือน หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในระยะเวลาสามเดือนมีจำนวน 60,750 คน

ดังนั้นประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้มีจำนวน 60,750 คน

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กำหนดจากตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจากฐานจำนวนประชากร 60,750 คน จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 398 คน

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ซึ่งเริ่มจากสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภท ตามเกณฑ์การจัดแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ดังนี้

- 1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีจำนวน 1 แห่ง
- 2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนสถาน มีจำนวน 16 แห่ง
- 3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ มีจำนวน 8 แห่ง

จากนั้นใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับแหล่งท่องเที่ยวทั้งสามประเภท ตามที่ได้แบ่งชั้นไว้ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากการสำรวจด้วยวิธีการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ บุคลากรของแหล่งท่องเที่ยว เจ้าอาวาสวัด พ่อค้า แม่ค้า และประชาชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีจำนวน 10 แห่ง ดังรายชื่อจำแนกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภทต่อไปนี้

- 1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จำนวน 1 แห่ง คือวัด ไร่ล้อม ตำบลบ้านจิว อำเภอสามโคก
- 2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนสถาน จำนวน 4 แห่ง ได้แก่
 - 2.1) วัดเจดีย์หอย ตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว
 - 2.2) วัดหงส์ปทุมवास ตำบลบางปรอก อำเภอเมือง
 - 2.3) วัดโบสถ์ ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมือง
 - 2.4) วัดสิงห์ ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก
- 3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ จำนวน 5 แห่ง ได้แก่
 - 3.1) พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
 - 3.2) พิพิธภัณฑ์การเกษตร ตำบลคลองหลวง อำเภอคลองหลวง
 - 3.3) บางกอกกอล์ฟ สปาร์ตอร์ท ตำบลบางกะดี อำเภอเมือง
 - 3.4) ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี
 - 3.5) สวนสนุกดิรีมเวิลด์ ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี

สำหรับเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวนั้น ใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยว 10 แห่งๆละ 40 คนรวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 400 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีตามจำนวนที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีรายละเอียดในการสร้างการทดสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการค้นคว้า และตัดแปลงจากกรอบแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และกิจกรรมยามว่าง รวม 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี การเตรียมตัวก่อนเดินทาง การรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พาหนะเดินทาง ระยะเวลาเดินทาง ที่พัก เพื่อนร่วมเดินทาง จำนวนเพื่อนร่วมเดินทาง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์การเลือกแหล่งท่องเที่ยว สื่อที่มีผลต่อการจูงใจ สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว สถานที่รับประทานอาหาร ระยะเวลาท่องเที่ยว จำนวนค่าใช้จ่าย ประเภทของค่าใช้จ่าย ระดับความพึงพอใจ ความคาดหวังจะท่องเที่ยวอีก ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี และปัญหาจากการท่องเที่ยวรวม 21 ข้อ

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เมื่อสร้างแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือดังกล่าวไปทดสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่น ดังต่อไปนี้

2.1 นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยงตรงของโครงสร้าง (Construct Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง

2.2 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติ ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อแต่ละส่วนสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ และคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่เพียงใด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและพนักงานเก็บข้อมูลที่ผ่านการอบรมแล้วทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ที่พบโดยบังเอิญตามกลุ่มตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีที่กำหนดไว้ระหว่างเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม 2547

การวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง และลงรหัส (Coding) เรียบร้อยแล้ว ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS : Statistical Package for the Social Science) มีรายละเอียดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอข้อมูลด้วยตารางเพื่ออธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และกิจกรรมยามว่าง

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ จำนวนครั้งของการท่องเที่ยว การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลของการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การใช้ยานพาหนะเดินทาง ระยะเวลาเดินทาง สถานที่พักค้างแรม เพื่อนร่วมเดินทาง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์การเลือกแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว สถานที่รับประทานอาหาร ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนของค่าใช้จ่าย ลักษณะของการใช้จ่าย ระดับความพึงพอใจ ความคาดหวังที่จะท่องเที่ยวอีก ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และปัญหาจากการท่องเที่ยว

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอข้อมูลด้วยตารางไขว้ (Cross Tabulation) คือข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวแปรอิสระเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ กับตัวแปรตามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างทุกตัวแปร

สำหรับความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี วัตถุประสงค์ของการวิจัย นักท่องเที่ยวในการระบุถึงการรับรู้ข้อมูลในด้านต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 11 ข้อ โดยกำหนดให้มีค่าดังนี้

ตอบว่าทราบ ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

ตอบว่าไม่ทราบ ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 0 คะแนน

การแปลความหมาย แปลความหมายจากคะแนนร้อยละของระดับความรู้ 5 ระดับ
ได้แก่

มีความรู้ในระดับที่สูงมาก	ค่าร้อยละระหว่าง	81- 100
มีความรู้ในระดับที่สูง	ค่าร้อยละระหว่าง	61- 80
มีความรู้ในระดับปานกลาง	ค่าร้อยละระหว่าง	41 - 60
มีความรู้ในระดับต่ำหรือน้อย	ค่าร้อยละระหว่าง	21 - 40
มีความรู้ในระดับที่ต่ำมากหรือน้อยมาก	ค่าร้อยละระหว่าง	81- 100

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็นส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ส่วนที่ 3 ระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำแนกการนำเสนอตามประเด็นดังต่อไปนี้

1. เพศและอายุของกลุ่มตัวอย่าง
2. อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง
3. รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง
4. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง
5. สถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง
6. ถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง
7. กิจกรรมยามว่างของกลุ่มตัวอย่าง

1. เพศและอายุของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.5 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 47.5 เป็นเพศชาย กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 15-24 ปีมีจำนวนมากที่สุดคือร้อยละ 39.3 รองลงมาคือร้อยละ 27.3 มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และร้อยละ 17.5 มีอายุระหว่าง 35-44 ปีตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 1.5

2. อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างกระจายอยู่ทุกอาชีพ โดยเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท มากที่สุดคือร้อยละ 36.3 รองลงมาเป็นนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย และ อาชีพเกษตรกรกรรมและรับจ้าง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นแม่บ้าน และข้าราชการบำนาญ หรือผู้สูงอายุมีจำนวน น้อยที่สุดเพียงร้อยละ 4.5

3. รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 37.5 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001-15,000 บาทมากที่สุด รองลงมาคือ ร้อยละ 29.7 มีรายได้ไม่น้อยกว่า 5,000 บาท และระดับรายได้ต่ำที่สุดคือร้อยละ 14.5 มีรายได้ตั้งแต่ 25,000บาทต่อเดือนขึ้นไป

4. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากร้อยละ 65.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีรองลงมาคือร้อยละ 22.3 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา และร้อยละ 6.5 มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ที่มีการศึกษา ในระดับประถมศึกษาที่มีจำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 5.7

5. สถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.2 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 44.5 มีสถานภาพสมรส และร้อยละ 0.3 มีสถานภาพหม้ายหรือหย่าร้าง

6. ดินที่อยู่ปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.5 อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือร้อยละ 28.0 อาศัยอยู่ต่างจังหวัด และร้อยละ 16.5อาศัยอยู่ในเขตปริมณฑล

7. กิจกรรมยามว่างของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างประกอบกิจกรรมยามว่างที่หลากหลาย โดยจำนวนมากที่สุดคือร้อยละ 31.7 มักเดินทางท่องเที่ยวเมื่อยามว่าง รองลงมาได้แก่ ดูภาพยนตร์หรือฟังเพลงที่บ้าน เล่นกีฬา ไปซื้อของที่ ห้างสรรพสินค้า อ่านหนังสือ ดูภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ เที่ยวสถานบันเทิง ไปวัด ปลูกต้นไม้ และกลุ่มตัวอย่างประกอบกิจกรรมยามว่างน้อยที่สุดคือกิจกรรมอื่นๆ ได้แก่ ทำขนม ทำอาหาร และปิ้งครอสติช เพียงร้อยละ 1.2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำนวนมากตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	210	52.5
ชาย	190	47.5
อายุ		
15 -24	157	39.3
25-34	109	27.3
35-44	70	17.5
45-54	49	12.3
55-64	9	2.3
65 ขึ้นไป	6	1.5
อาชีพ		
รับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท	145	36.2
นักเรียน/นักศึกษา	129	32.2
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	74	18.5
เกษตรกรกรรม รับจ้าง	34	8.5
แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ	18	4.5
รายได้ต่อเดือน		
5,001-15,000	150	37.5
น้อยกว่า 5,000	119	29.7
15,001-25,000	73	18.3
25,000 ขึ้นไป	5	14.5

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	236	65.8
มัธยมศึกษา	89	22.3
สูงกว่าปริญญาตรี	25	6.2
ประถมศึกษา	23	5.7
สถานภาพ		
โสด	221	55.2
สมรส	178	44.5
หม้าย/หย่า	1	0.3
ถิ่นที่อยู่ปัจจุบัน		
กรุงเทพมหานคร	222	55.5
ต่างจังหวัด	112	28.0
ปริมณฑล	66	16.5
กิจกรรมยามว่าง		
เดินทางท่องเที่ยว	127	31.7
ดูภาพยนตร์/ฟังเพลงที่บ้าน	58	14.5
เล่นกีฬา	55	13.7
ไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้า	54	13.5
อ่านหนังสือ	52	13.0
ดูภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์	25	6.3
เที่ยวสถานบันเทิง	10	2.5
ไปวัด	7	1.8
ปลูกต้นไม้	7	1.8
อื่นๆ ได้แก่ ทำขนม ทำอาหาร		
ปักครอสติช	5	1.2

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปทุมธานี

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวนการนำเสนอ เป็นประเด็นดังต่อไปนี้

1. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว อำนาจการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี
2. การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว สาเหตุที่ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว
3. วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว
4. พาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน
5. สถานที่รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย
6. ระดับความพึงพอใจ สาเหตุของความพึงพอใจในระดับน้อย ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก และสาเหตุที่ไม่เที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก
7. ปัญหาจากการเดินทางท่องเที่ยว

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว อำนาจการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่คือร้อยละ 53.2 เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีแล้วจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง รองลงมาคือร้อยละ 27.5 เดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก และร้อยละ 11.8 เคยเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งที่สอง ซึ่งอำนาจการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ร้อยละ 59.5 ไม่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง และร้อยละ 40.5 ตัดสินใจด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ที่สำคัญเรียงตามลำดับคือ สภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมกับระยะเวลา เพื่อนร่วมเดินทางที่ถูกต้อง และความสะดวกสบายของการเดินทางหรือที่พัก

ในด้านสื่อที่มีผลต่อการจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีสื่อเด่นๆ ที่พบคือคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จัก ข่าวสารจากวิทยุหรือโทรทัศน์ เป็นผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น บทความในหนังสือหรือวารสารท่องเที่ยว คำชักชวนจากอาจารย์หรือผู้บังคับบัญชา คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการเชิญชวนจากแผ่นพับหรือใบปลิว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 2 ดังต่อไปนี้
 ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำนวนตามความถี่ในการเดินทาง
 ท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว
 และสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว		
มากกว่า 3 ครั้ง	213	53.2
ครั้งแรก	110	27.5
ครั้งที่ 2	47	11.8
ครั้งที่ 3	30	7.5
การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว		
ไม่ได้ตัดสินใจด้วยตัวเอง	338	59.5
ตัดสินใจด้วยตนเอง/มีส่วนร่วม	162	40.5
เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว		
สภาพ/ลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	154	38.5
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	85	21.2
ความเหมาะสมกับระยะเวลา	60	15.0
เพื่อนร่วมเดินทางที่ถูกต้อง	37	9.2
ความสะดวกสบายของการเดินทาง/ที่พัก	37	9.2
ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย	23	5.8
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3	0.8
ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สิน	1	0.3

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อที่มีผลต่อการจงใจ		
คำชักชวนจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	306	76.5
ข่าวสารจากวิทยุ/โทรทัศน์	36	9.0
เป็นพลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น	25	6.2
บทความในหนังสือ/วารสารท่องเที่ยว	13	3.2
คำชักชวนจากอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา	11	2.7
คำแนะนำจากการท่องเที่ยว		
แห่งประเทศไทย	4	1.0
การเชิญชวนจากแผ่นพับ/ใบปลิว	3	0.8
คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	1	0.3
คำแนะนำจากจังหวัดปทุมธานี	1	0.3

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว สาเหตุที่ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่คือร้อยละ 62.8 มีการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง โดยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง และร้อยละ 37.2 ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง สาเหตุที่ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทางเนื่องจากสาเหตุเด่น ๆ เรียงตามลำดับคือเคยรู้จักแหล่งท่องเที่ยวมาก่อนด้วยตัวเองหรือญาติที่อาศัยในจังหวัดปทุมธานีเคยแนะนำผู้ร่วมเดินทางเตรียมข้อมูลให้ และเดินทางผ่านโดยบังเอิญจึงแวะท่องเที่ยว

ในด้านแหล่งข้อมูลที่ทำให้นักท่องเที่ยวทราบเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 71.0 ทราบจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จักรองลงมาคือร้อยละ 13.8 ทราบจากบทความหรือสารคดีหรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์หรือวารสารหรือวิทยุหรือโทรทัศน์ และร้อยละ 5.5 ทราบจากคนในท้องถิ่นหรือชาวบ้านที่อาศัยใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับรูปแบบการเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 51.7 เดินทางกับครอบครัว รองลงมาคือร้อยละ 41.8 เดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน และร้อยละ 5.4 เดินทางคนเดียว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการเตรียมตัวก่อนเดินทาง
ท่องเที่ยว สาเหตุที่ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ
แหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว		
หาข้อมูลก่อนเดินทาง	251	62.8
ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง	149	37.2
สาเหตุที่ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง		
เคยรู้จักแหล่งท่องเที่ยวมาก่อนด้วยตัวเอง/ญาติที่อาศัยใน		
จ.ปทุมธานีเคยแนะนำ	79	53.0
ผู้ร่วมเดินทางเตรียมข้อมูลให้	40	26.8
เดินทางผ่าน โดยบังเอิญจึงแวะท่องเที่ยว	26	17.5
เคยเที่ยวแล้ว	4	2.7
แหล่งข้อมูล		
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	284	71.0
บทความ/สารคดี/รายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์/ วารสาร/วิทยุ/โทรทัศน์	55	13.8
คนในท้องถิ่น/ชาวบ้านที่อาศัยใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	22	5.5
นักเที่ยวที่เคยเที่ยวแล้ว	17	4.3
ผู้บังคับบัญชา/อาจารย์	14	3.5
แผ่นพับ/ใบปลิวแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	5	1.3
อินเทอร์เน็ต	2	0.5
หนังสือคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	1	0.3
เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว		
เดินทางกับครอบครัว	207	51.7
เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	167	41.8
เดินทางคนเดียว	22	5.4
อื่นๆ ได้แก่ เดินทางกับอาจารย์/ผู้บังคับบัญชาและกับกลุ่มนักท่องเที่ยว ของบริษัทนำเที่ยว	4	1.1

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีที่สำคัญเรียงตามลำดับคือ เพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ เพื่อกิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญ เพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนาน เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต หรือเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนหรือครอบครัว เพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน และเพื่อศึกษาหรือค้นคว้า

สำหรับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวที่เด่นๆ คือ โบราณสถานหรือโบราณวัตถุ สภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวบันเทิง และศิลปวัฒนธรรมหรือประเพณีหรือวิถีชีวิตหรือเกษตร

ในด้านการทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว กิจกรรมเด่นๆ ที่พบคือร่วมกิจกรรมทางศาสนาหรือปฏิบัติธรรมหรือทำบุญ ชมธรรมชาติ ชม โบราณสถานหรือโบราณวัตถุ และชมศิลปะหรือวัฒนธรรมหรือประเพณีหรือวิถีชีวิตหรือการเกษตร โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 38.0 ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากกว่าสามชั่วโมง รองลงมาคือร้อยละ 22.8 ใช้เวลาหนึ่งชั่วโมง และร้อยละ 18.0 ใช้เวลาสองชั่วโมง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 4 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง
ท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว
และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว		
เพื่อผ่อนคลายความเครียด/หลีกเลี่ยงความจำเจ	165	41.3
เพื่อกิจกรรมทางศาสนา/การทำบุญ	47	12.0
เพื่อความบันเทิง/สนุกสนาน	42	10.5
เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต/เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ	35	8.7
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน/ครอบครัว	30	7.5
เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน	21	5.2
เพื่อศึกษา/ค้นคว้า	16	4.0
เพื่อศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	13	3.3
เพื่อรักษาสุขภาพ	10	2.5
เพื่อศึกษาเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	8	2.0
เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ/เป็นเกียรติประวัติที่ได้มาเที่ยว	6	1.5
อื่นๆ ได้แก่ เพื่อดูดวง อุปสมบทญาติ รับประทานอาหารและซื้อของ	4	1.0
เพื่อการประชุม/สัมมนา	3	0.8
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว		
โบราณสถาน/โบราณวัตถุ	81	20.3
สภาพแวดล้อมที่ดี/ไม่มีมลพิษ	76	19.0
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	63	15.8
แหล่งท่องเที่ยวบันเทิง	56	14.0
ศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	37	9.2
แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา/การทำบุญ	34	8.5
ความรู้ทางวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	29	7.2
ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	9	2.2
แหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก	9	2.2
อื่นๆ ได้แก่ ชื่อเสียงของหลวงปู่เทียน ศรัทธาเจ้าอาวาส และรักษาโรค		
อาหารของท้องถิ่น	3	0.8

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การทำกิจกรรมระหว่างห้องเที่ยว		
ร่วมกิจกรรมทางศาสนา/ปฏิบัติธรรม/ทำบุญ	61	15.3
ชมธรรมชาติ	56	14.0
ชมโบราณสถาน/โบราณวัตถุ	53	13.3
ชมศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	41	10.3
ชมเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	38	9.5
เล่นกีฬา	38	9.5
เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก	33	8.2
ซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	28	7.0
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	16	4.0
เที่ยวสถานบันเทิง	16	4.0
รับประทานอาหารท้องถิ่น	9	2.2
รักษาสุขภาพ	7	1.7
ร่วมงานประเพณีของชุมชนท้องถิ่น	2	.5
ปล่อยปลา	1	0.3
สนทนาธรรมกับพระ	1	0.3
ระยะเวลา		
มากกว่า 3 ชั่วโมง	152	38.0
1 ชั่วโมง	91	22.8
2 ชั่วโมง	72	18.0
3 ชั่วโมง	62	15.5
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	23	5.8

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านพาหนะเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมีลักษณะการเดินทางด้วยยานพาหนะที่หลากหลาย เรียงตามลำดับดังนี้คือ รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง รถของคนรู้จักหรือญาติหรือเพื่อน รถจักรยานยนต์ รถบริษัทนำเที่ยว รถเช่า รถแท็กซี่ รถมหาวิทยาลัย และเรือ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 89.5 เดินทางไปและกลับภายในวันเดียว และร้อยละ 10.5 พักค้างแรม

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยพักค้างแรมในจังหวัดปทุมธานี สถานที่พักค้างแรมที่สำคัญ เรียงตามลำดับคือบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน โรงแรม วัดหรือโรงเรียน และบ้านเช่า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพาหนะเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
พาหนะเดินทาง		
รถยนต์ส่วนบุคคล	285	71.3
รถโดยสารประจำทาง	51	12.8
รถของคนรู้จัก/ญาติ/เพื่อน	30	7.5
รถจักรยานยนต์	10	2.5
รถบริษัทนำเที่ยว	9	2.3
รถเช่า	6	1.5
รถแท็กซี่	6	1.5
รถมหาวิทยาลัย	2	0.5
เรือ	1	0.3
ระยะเวลาการเดินทาง		
ไป-กลับภายในวันเดียว	358	89.5
พักค้างแรม	42	10.5

ตารางที่ 5 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่พักค้างแรม		
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	32	83.5
โรงแรม	4	9.5
วัด/โรงเรียน	2	4.8
บ้านเช่า	1	2.4

5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านสถานที่รับประทานอาหาร

อาหารจำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

ขณะเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 70.0 รับประทานอาหารตามร้านอาหารทั่วไป รองลงมาคือร้อยละ 9.0 รับประทานอาหารตามภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และร้อยละ 5.0 รับประทานอาหารตามรถเข็นหรือแผงลอยใกล้แหล่งท่องเที่ยว

เมื่อสอบถามถึงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว จำนวนค่าใช้จ่ายเรียงตามลำดับคือจำนวนหลักร้อยบาท หลักพันบาท ไม่เสียค่าใช้จ่าย และหลักหมื่นบาท โดยนักท่องเที่ยวระบุว่าลักษณะของค่าใช้จ่ายเด่นๆ เรียงตามลำดับคือค่าอาหารหรือเครื่องดื่ม ค่ารถหรือค่าน้ำมัน ค่าทำบุญ ค่าเครื่องเล่นในสวนสนุก ค่าบริการหรือค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว และค่าซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่รับประทานอาหาร จำนวน
ค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่รับประทานอาหาร		
ร้านอาหารทั่วไป	280	70.0
ภัตตาคาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	36	9.0
รถเข็น/แผงลอยใกล้แหล่งท่องเที่ยว	20	5.0
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	18	4.5
นำอาหารมาจากบ้าน	18	4.5
ร้านอาหารบนเรือ	10	2.5
วัดเจดีย์	5	1.1
โรงแรม	3	0.8
ข้าวกล่องบริการขณะทัศนศึกษา	3	0.8
ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า	3	0.8
กลับไปรับประทานอาหารที่บ้าน	3	0.8
ร้านอาหารตามเส้นทางที่เดินทางผ่าน	1	0.2
จำนวนค่าใช้จ่าย		
หลักร้อยบาท	217	54.3
หลักพันบาท	155	38.8
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	25	6.2
หลักหมื่นบาท	3	0.8

ตารางที่ 6 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะค่าใช้จ่าย		
ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	185	49.3
ค่ารถ/ค่าน้ำมัน	128	34.1
ค่าทำบุญ	19	5.1
ค่าเครื่องเล่นในสวนสนุก	16	4.3
ค่าบริการ/ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	13	3.5
ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น	12	3.2
ค่าชมภาพยนตร์	2	0.5

6. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านระดับความพึงพอใจ

สาเหตุของความพึงพอใจในระดับน้อย ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก และสาเหตุที่ไม่เที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมีส่วนใหญ่คือร้อยละ 60.8 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือร้อยละ 38.0 มีความพึงพอใจในระดับมาก และร้อยละ 1.2 มีความพึงพอใจในระดับน้อย โดยผู้ที่มีความพึงพอใจในระดับน้อยระบุถึงสาเหตุเรียงตามลำดับคือเนื่องจากการเดินทางไม่สะดวก วัตถุประสงค์โทรมควรปรับปรุง สถานที่ในวัดคับแคบ และมีแหล่งท่องเที่ยวน้อย

เมื่อสอบถามถึงความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 56.8 ระบุว่าไม่แน่ใจ รองลงมาคือร้อยละ 40.5 คาดว่าจะเดินทางเที่ยวที่จังหวัดปทุมธานีอีก และร้อยละ 2.7 ระบุว่าไม่เที่ยวอีกเลย โดยผู้ที่ไม่เที่ยวอีกนั้นให้เหตุผลเรียงตามลำดับคือไม่มีสถานที่ที่น่าสนใจ ไม่สะดวกในการเดินทาง สุขภาพไม่เอื้ออำนวย และต้องการเปลี่ยนไปที่อื่นบ้าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 7 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับความพึงพอใจ สาเหตุของ ความพึงพอใจในระดับน้อย ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก และสาเหตุที่ไม่เที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความพึงพอใจ		
พอใจปานกลาง	243	60.8
พอใจมาก	152	38.0
พอใจน้อย	5	1.2
สาเหตุของความพึงพอใจในระดับน้อย		
การเดินทางไม่สะดวก	2	40.0
วัดทรุดโทรมควรปรับปรุง	1	20.0
สถานที่ในวัดคับแคบ	1	20.0
มีแหล่งท่องเที่ยวอื่น	1	20.0
ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจ.ปทุมธานีอีก		
ไม่แน่ใจ	227	56.8
คาดว่าจะเที่ยวอีก	162	40.5
ไม่เที่ยวอีกเลย	11	2.7
สาเหตุที่ไม่เที่ยวอีก		
ไม่มีสถานที่ที่น่าสนใจ	6	54.5
ไม่สะดวกในการเดินทาง	2	18.2
สุขภาพไม่เอื้ออำนวย	2	18.2
ต้องการเปลี่ยนไปที่อื่นบ้าง	1	9.1

7. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้านปัญหาจากการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 64.0 ระบุว่าประสบปัญหาจากการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี และมีเพียงร้อยละ 36.0 ที่ไม่ประสบปัญหาจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งปัญหาเด่นๆ ที่พบเรียงตามลำดับคือป้ายบอกทางไม่ชัดเจน การเดินทางไม่สะดวกเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกล สภาพถนนไม่ดี สถานที่รับประทานอาหารมีน้อยหรือไม่มีที่รับประทานอาหารในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ขาดการประชาสัมพันธ์ และปัญหาความไม่สะอาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 8 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัญหาจากการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหา		
มีปัญหา	256	64.0
ไม่มีปัญหา	144	36.0
ปัญหาจากการท่องเที่ยว		
ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	75	29.2
การเดินทางไม่สะดวกเพราะแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกล	40	15.6
สภาพถนนไม่ดี	35	13.8
ร้านรับประทานอาหารมีน้อย/บางแห่งไม่มี		
ร้านรับประทานอาหาร	30	11.8
ขาดการประชาสัมพันธ์	23	8.9
ความไม่สะอาด	20	7.8
ที่นั่งพักในแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย	15	5.9
ที่จอดรถมีน้อย	8	3.1
ห้องน้ำไม่พอ/ไม่สะอาด	7	2.7
ไม่มีตู้เอทีเอ็ม	3	1.2

ส่วนที่ 3 ระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ผลการวิเคราะห์ระดับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีพบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในแต่ละข้อในระดับที่น้อยก่อนไปทางน้อยมาก กล่าวคือนักท่องเที่ยวมีความรู้ในระดับค่อนข้างน้อยจำนวน 6 ข้อ และมีความรู้ระดับที่น้อยมากจำนวน 5 ข้อ

หากพิจารณาในส่วนของการตอบข้อคำถามที่ได้โดยระบุว่าทราบเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงถึงการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีแล้ว พบว่าจากคำถามจำนวน 11 ข้อ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบถูกมากในสามอันดับแรกได้แก่ อันดับหนึ่งคือข้อ 7 ร้อยละ 38.2 ของนักท่องเที่ยวระบุว่าทราบเกี่ยวกับเมืองสามโคกในอดีตหรือปทุมธานีในปัจจุบันหนาแน่นไปด้วยชาวมอญ โดยเฉพาะในย่านบ้านกระแซง เป็นศูนย์การค้าในอดีต เป็นตลาดที่ค้าขายกันในท้องถิ่น จึงเรียกว่า “ตลาดน้ำบ้านกระแซง” เรือทุกชนิดต้องจอดเพื่อส่งสินค้าและรับส่งผู้โดยสาร อันดับสองคือข้อ 3 ร้อยละ 30.5 ตอบว่าทราบเกี่ยวกับวัดท้ายเกาะใหญ่ ตำบลท้ายเกาะ อำเภอสามโคก มีเจดีย์ทรงรามัญแบบชเวดากองพม่าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดปทุมธานี และอันดับสามคือข้อ 2 ร้อยละ 30.2 ตอบว่าทราบเกี่ยวกับคลองประปาปทุมธานี ขุดขึ้นในสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อนำน้ำมาเข้าโรงประปาที่สามเสน ทำให้ประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลได้ใช้น้ำประปา

นอกจากนั้นในส่วนของการตอบไม่ทราบซึ่งแสดงถึงการไม่มีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี พบว่านักท่องเที่ยวตอบไม่ทราบมากที่สุดสามอันดับแรกคือข้อ 9 ข้อ 10 และข้อ 1 ด้วยคะแนนที่ใกล้เคียงกัน กล่าวคือร้อยละ 90.8 ของนักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าแพขาวเป็นส่วนหนึ่งของจวนข้าหลวง สร้างเมื่อ พ.ศ. 2460 ใช้เป็นเรือนรับรองแขกตั้งอยู่ริมแม่น้ำพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 8 และรัชกาลที่ 9 ขณะทรงดำรงตำแหน่งพระเจ้าน้องยาเธอ เคยเสด็จประทับพักผ่อนอิริยาบถเมื่อคราวเสด็จไปจังหวัดปทุมธานีเมื่อ 8 พฤษภาคม 2489 ร้อยละ 85.5 ไม่ทราบว่าจังหวัดปทุมธานีตั้งมานานประมาณ 318 ปี (พ.ศ. 2203-2521) ตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายมหาราช ไม่ปรากฏว่ามีศาลหลักเมืองจนเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เมืองปทุมธานีต้องถูกโยกย้ายถึง 8 ครั้ง และยกเสาหลักเมืองเมื่อ 23 สิงหาคม 2521 และร้อยละ 84.8 ไม่ทราบว่าคลองลัดเตร็ดหรือคลองลัดเกร็ดที่ขุดขึ้นในสมัยอยุธยาตั้งแต่ท้ายบ้านสามโคก หน้าวัดไก่อี๋ยงไปสิ้นสุดที่หน้าวัดศาลเจ้า ความยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ปัจจุบันกลายเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 9 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ประเด็นคำถาม	ทราบ	ไม่ทราบ	ระดับความรู้
1. คลองลัดกระดี่หรือคลองลัดกระดี่ที่ขุดขึ้นในสมัยอยุธยาตั้งแต่ท้ายบ้านสามโลก หน้าวัดไถ่เตี้ย ไปสิ้นสุดที่หน้าวัดศาลเจ้า ความยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ปัจจุบันกลายเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา	61 (15.2)	339 (84.8)	น้อยมาก
2. คลองประปาปทุมธานี ขุดขึ้นในสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อนำน้ำมาเข้าโรงประปาที่สามเสน ทำให้ประชาชนในเขตกรุงเทพและปริมณฑลได้ใช้น้ำประปา	121 (30.2)	279 (69.8)	น้อย
3. วัดท้ายเกาะใหญ่ ตำบลท้ายเกาะ อำเภอสามโคก มีเจดีย์ทรงรามัญแบบเขาคองพม่าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดปทุมธานี	122 (30.5)	278 (69.5)	น้อย
4. วัดมูลจินดาราม ตำบลบึงอีโต อำเภอธัญบุรี สร้างโดยศรัทธาของชาวเขมรนับถือนายมุลเลอร์กับนางเงิน กรรชา ซึ่งเป็นผู้จัดการในการขุดคลองเชื่อมระหว่างคลองรังสิตกับนครนายก พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงได้พระราชทานนามให้ว่า "วัดมูลจินดาราม" เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อของผู้มีจิตศรัทธาสร้าง	87 (21.8)	313 (78.2)	น้อย
5. โลกขายนัน เป็นชุมชนโบราณ ตำบลบางกระบือ อำเภอสามโคก พบเครื่องปั้นดินเผา จำนวนมาก รวมทั้งเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทำด้วยโลหะ ถูกพระพรานลำดัด เงินพดด้วงสมัยอยุธยาทำด้วยเงิน	88 (22.0)	312 (78.0)	น้อย
6. ตำบลสวนพริกไทย อยู่ในเขตอำเภอเมือง ทางทิศตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา บริเวณริมแม่น้ำอ้อม (แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า) ก่อนสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์มีการทำสวนพริกไทยเพื่อส่งให้หลวง	75 (18.8)	325 (81.2)	น้อยมาก
7. เมืองสามโคกในอดีตหรือปทุมธานีในปัจจุบันหนาแน่นไปด้วยชาวมอญ โดยเฉพาะในย่านบ้านกระแจะ เป็น ศูนย์การค้าในอดีต เป็นตลาดที่ค้าขายกันในท้องน้ำ จึงเรียกว่า "ตลาดน้ำบ้านกระแจะ" เรือทุกชนิดต้องจอดเพื่อส่งสินค้าแล้วรับส่งผู้โดยสาร	153 (38.2)	247 (61.8)	น้อย
8. หลุมหลบภัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง สร้างสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2486 เดิมมีสภาพเป็นป่า ทหารบกมาตั้งค่ายสื่อสาร เพื่อสอดส่องดูแลทัพญี่ปุ่น ที่ใช้คลองรังสิตเป็นทางลำเลียงพลลงใต้และกาญจนบุรี จอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้นได้มาสังเกตการณ์ ทหารบกจึงได้สร้างบ้านพักและหลุมหลบภัยให้	95 (23.8)	305 (76.2)	น้อย
9. แพขาว เป็นส่วนหนึ่งของจวนข้าหลวง สร้างเมื่อ พ.ศ. 2460 ใช้เป็นเรือนรับรองแขกตั้งอยู่ริมแม่น้ำพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 8 และรัชกาลที่ 9 ขณะทรงดำรง ตำแหน่งพระเจ้าน้องยาเธอ เสด็จลงมาประทับ พักผ่อนอิริยาบถเมื่อคราวเสด็จมาจังหวัดปทุมธานี เมื่อ 8 พฤษภาคม 2489	37 (9.2)	363 (90.8)	น้อยมาก
10. จังหวัดปทุมธานีตั้งมานานประมาณ 318 ปี (พ.ศ. 2203-2521) ตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ไม่ปรากฏว่ามีศาลหลักเมืองจนเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เมืองปทุมธานี ต้องถูกโยกย้ายถึง 8 ครั้ง และยกเสาหลักเมืองเมื่อ 23 สิงหาคม 2521	57 (14.2)	343 (85.8)	น้อยมาก
11. หลวงพ่อเพชร วัดสองพี่น้องตำบลบ้านจิว อำเภอสามโคก เป็น พระพุทธรูปศิลปะศักดิ์สิทธิ์ที่ประชาชนเมื่อได้รับความเดือดร้อนหรือปรารถนาให้ธุรกิจการค้าประสบความสำเร็จ ก็จะบนบานศาลกล่าว ห่อค้ำขายโอ่งขายอ่าง เมื่อนำสินค้าบรรทุกเรือไปค้าต่างจังหวัดเมื่อเรือผ่านหน้าวิหารก็จะวิกน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นพรมสินค้าของตน และอธิษฐานให้ทำมาค้าขายคล่อง	103 (5.8)	297 (74.3)	น้อยมาก

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ การศึกษา และรายได้ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี จำแนกการนำเสนอตามประเด็นดังต่อไปนี้

1. เพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
2. อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
3. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
4. อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
5. การศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
6. รายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1. เพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.1 เพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่าสามครั้ง โดยแบ่งเป็นเพศหญิงร้อยละ 54.8 และเพศชายร้อยละ 51.5 นักท่องเที่ยวชายมีการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกมากกว่านักท่องเที่ยวหญิงคือ ร้อยละ 45.3 และ 36.2 ตามลำดับ

สำหรับเกณฑ์ในการเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวชายหญิงใช้เกณฑ์ในการเลือกตัดสินใจไม่แตกต่างกันมากนัก แม้จะพบว่านักท่องเที่ยวหญิงใช้เกณฑ์ด้านสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวชายอยู่บ้างก็ตาม แต่ที่แตกต่างกันชัดเจนคือนักท่องเที่ยวชายเลือกตัดสินใจโดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับค่าใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิงคือร้อยละ 8.8 และ 2.9 ตามลำดับ

ในด้านสื่อที่มีอิทธิพลต่อการจูงใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว พบว่ามีลักษณะคล้ายคลึงกันระหว่างนักท่องเที่ยวชายและหญิง กล่าวคือได้รับอิทธิพลจากคำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก ข่าวดารวิทยุหรือโทรทัศน์ เป็นผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น และคำชักชวนจากอาจารย์หรือผู้บังคับบัญชา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 10 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงจำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

รายการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว				
มากกว่า 3 ครั้ง	98	51.5	115	54.8
ครั้งแรก	53	27.9	57	27.1
ครั้งที่ 2	21	11.1	26	12.4
ครั้งที่ 3	18	9.5	12	5.7
การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว				
ไม่ได้ตัดสินใจด้วยตัวเอง	104	54.7	134	63.8
ตัดสินใจด้วยตนเอง/มีส่วนร่วม	86	45.3	76	36.2
เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว				
สภาพ/ลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	70	37.1	84	40.0
ความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	34	17.8	51	24.3
ความเหมาะสมกับระยะเวลา	30	15.8	30	14.3
เพื่อนร่วมเดินทางที่ถูกต้อง	16	8.4	21	10.0
ความสะดวกสบายของการเดินทาง/ที่พัก	20	10.5	17	8.1
ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย	17	8.8	6	2.9
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	2	1.1	1	0.4
ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สิน	1	0.5	-	-

ตารางที่ 10 (ต่อ)

รายการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อที่มีผลต่อการจูงใจ				
คำชักชวนจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	146	76.8	160	76.2
ข่าวสารจากวิทยุ/โทรทัศน์	19	10.0	17	8.0
เป็นพลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น	9	4.8	16	7.6
บทความในหนังสือ/วารสารท่องเที่ยว	7	3.7	6	2.9
คำชักชวนจากอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา	5	2.6	6	2.9
คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	-	-	4	1.9
การเชิญชวนจากแผ่นพับ/ใบปลิว	2	1.1	1	0.5
คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	1	0.5	-	-
คำแนะนำจากจังหวัดปทุมธานี	1	0.5	-	-

1.2 เพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว โดยต้องหาข้อมูลก่อน แบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 63.2 และเพศหญิงร้อยละ 62.4 แหล่งข้อมูลที่ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชายหญิงรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะคล้ายคลึงกันเรียงตามลำดับคือเพื่อนญาติ หรือคนรู้จัก บทความหรือสารคดี หรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์ คนในท้องถิ่นหรือชาวบ้านที่อาศัยใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวแล้ว

ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทั้งชายหญิงส่วนใหญ่มีเพื่อนร่วมเดินทางที่ไม่แตกต่างกันคือ เดินทางกับครอบครัว และเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน แต่ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนคือ นักท่องเที่ยวชายมักจะเดินทางคนเดียวสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิงคือ ร้อยละ 7.4 และ 3.8 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 11 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิง จำแนกตามการเตรียมตัว ก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

รายการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว				
หาข้อมูลก่อนเดินทาง	120	63.2	131	62.4
ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง	70	36.8	79	37.6
แหล่งข้อมูล				
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	129	67.9	155	73.7
บทความ/สารคดี/รายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์/วารสาร/วิทยุ/โทรทัศน์	27	14.2	28	13.3
คนในท้องถิ่น/ชาวบ้านที่อาศัยใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	11	5.8	11	5.2
นักท่องเที่ยวที่เคยมาแล้ว	11	5.8	6	2.9
ผู้บังคับบัญชา/อาจารย์	8	4.2	6	2.9
แผ่นพับ/ใบปลิวแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	3	1.6	2	1.0
อินเทอร์เน็ต	1	0.5	1	0.5
หนังสือคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	-	-	1	0.5
เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว				
เดินทางกับครอบครัว	96	50.5	111	52.9
เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	79	41.6	88	41.9
เดินทางคนเดียว	14	7.4	8	3.8
อื่นๆ ได้แก่เดินทางกับอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา และกับกลุ่มนักท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	1	0.5	3	1.4

1.3 เพศกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวและระยะเวลาในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวด้วยกันคือ เพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ แต่วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันคือ นักท่องเที่ยวหญิงท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนาน และเพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญสูงกว่านักท่องเที่ยวชาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชายมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนหรือครอบครัวสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง

สำหรับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวชายหญิงมีสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ที่แตกต่างกันชัดเจนคือ สภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่ดีเป็นสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชายสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิงคือร้อยละ 26.8 และ 12.0 ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงมีสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติสูงกว่านักท่องเที่ยวชายคือ ร้อยละ 21.0 และ 10.0 ตามลำดับ

ในด้านการทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชายหญิงทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน เรียงตามลำดับที่เด่นๆ ได้แก่ ร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรม หรือทำบุญ ชมธรรมชาติ ชมโบราณสถานหรือ โบราณวัตถุ และชมเทคโนโลยีหรือภูมิปัญญาไทย

อย่างไรก็ตามการทำกิจกรรมที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างนักท่องเที่ยวชายและหญิงคือนักท่องเที่ยวชายเล่นกีฬาสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิงคือร้อยละ 15.3 และ 4.3 ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงชอบเที่ยวสถานบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวชายคือ ร้อยละ 6.2 และ 1.6 ตามลำดับ

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชายหญิงใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ ทั้งนักท่องเที่ยวชายและหญิงส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวมากกว่าสามชั่วโมง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 12 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิง จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

รายการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว				
เพื่อผ่อนคลายความเครียด/หลีกเลี่ยงความจำเจ	79	41.6	86	40.9
เพื่อกิจกรรมทางศาสนา/การทำบุญ	14	7.4	33	15.7
เพื่อความบันเทิง/สนุกสนาน	17	8.9	25	11.9
เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต/เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	21	11.1	14	6.7
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน/ครอบครัว	20	10.5	10	4.8
เพื่อเยี่ยมชมญาติ/เพื่อน	8	4.2	13	6.2
เพื่อศึกษา/ค้นคว้า	7	3.7	9	4.3
เพื่อศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	8	4.2	5	2.4
เพื่อรักษาสุขภาพ	4	2.1	6	2.8
เพื่อศึกษาเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	5	2.6	3	1.4
เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ/เป็นเกียรติประวัติที่ได้มาเที่ยว	3	1.6	3	1.4
อื่นๆ ได้แก่ เพื่อดูดวง อุปสมบทญาติ รับประทานอาหารและซื้อของ	3	1.6	1	0.5
เพื่อการประชุม/สัมมนา	1	0.5	2	1.0
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว				
โบราณสถาน/โบราณวัตถุ	39	20.5	42	20.0
สภาพแวดล้อมที่ดี/ไม่มีมลพิษ	51	26.8	25	12.0
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	19	10.0	44	21.0
แหล่งท่องเที่ยวบันเทิง	21	11.1	35	16.6
ศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	20	10.5	17	8.0
แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา/การทำบุญ	12	6.3	22	10.4
ความรู้ทางวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	12	6.3	17	8.0
ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	7	3.7	2	1.0

ตารางที่ 12 (ต่อ)

รายการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก	5	2.6	4	2.0
อื่นๆ ได้แก่ ชื่อเสียงของหลวงปู่เทียน ศรีทธาเจ้าอาวาส และ รักษาโรค	2	1.1	1	0.5
อาหารของท้องถิ่น	2	1.1	1	0.5
การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว				
ร่วมกิจกรรมทางศาสนา/ปฏิบัติธรรม/ทำบุญ	28	14.7	33	15.7
ชมธรรมชาติ	25	13.2	31	14.8
ชมโบราณสถาน/โบราณวัตถุ	22	11.5	31	14.8
ชมศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/ การเกษตร	25	13.2	16	7.6
ชมเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	19	10.0	19	9.0
เล่นกีฬา	29	15.3	9	4.3
เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก	16	8.4	17	8.1
ซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	11	5.7	17	8.0
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	7	3.7	9	4.3
เที่ยวสถานบันเทิง	3	1.6	13	6.2
รับประทานอาหารท้องถิ่น	2	1.1	7	3.3
รักษาสุขภาพ	2	1.1	5	2.4
ร่วมงานประเพณีของชุมชนท้องถิ่น	-	-	2	1.0
ปล่อยปลา	-	-	1	0.5
สนทนาธรรมกับพระ	1	0.5	-	-
ระยะเวลา				
มากกว่า 3 ชั่วโมง	73	38.4	79	37.6
1 ชั่วโมง	47	24.7	44	21.0
2 ชั่วโมง	32	16.8	40	19.1
3 ชั่วโมง	30	15.9	32	15.2
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	8	4.2	15	7.1

1.4 เพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านพาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน

นักท่องเที่ยวชายและหญิงส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทาง โดยรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นหลัก นักท่องเที่ยวหญิงเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางสูงกว่านักท่องเที่ยวชายคือร้อยละ 15.2 และ 10.0 ตามลำดับ ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวหญิงมักเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวสูงกว่านักท่องเที่ยวชายคือร้อยละ 91.4 และ 87.4 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชายจะพักค้างแรมมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง สำหรับสถานที่พักค้างแรม พบว่านักท่องเที่ยวชายนิยมพักบ้านญาติหรือบ้านเพื่อนสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 13 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงจำแนกตามพาหนะเดินทาง
ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน

รายการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พาหนะเดินทาง				
รถยนต์ส่วนบุคคล	142	74.7	143	68.1
รถโดยสารประจำทาง	19	10.0	32	15.2
รถของครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	11	5.8	19	9.0
รถจักรยานยนต์	8	4.2	2	1.0
รถบริษัทนำเที่ยว	6	3.1	3	1.4
รถเช่า	2	1.1	4	1.9
รถแท็กซี่	2	1.1	4	1.9
รถมหาวิทยาลัย	-	-	2	1.0
เรือ	-	-	1	0.5
ระยะเวลาการเดินทาง				
ไป-กลับภายในวันเดียว	166	87.4	192	91.4
พักค้างแรม	24	12.6	18	8.6

ตารางที่ 13 (ต่อ)

รายการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่พักค้างแรม				
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	22	91.6	13	72.2
โรงแรม	1	4.2	3	16.7
วัด/โรงเรียน	-	-	2	11.1
บ้านเช่า	1	4.2	-	-

1.5 เพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านสถานที่รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

โดยภาพรวม นักท่องเที่ยวชายและหญิงเลือกสถานที่รับประทานอาหารที่ไม่แตกต่างกันมากนัก แม้จะพบว่านักท่องเที่ยวชายรับประทานอาหารที่ภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิงอยู่บ้างก็ตาม แต่ที่แตกต่างกันชัดเจนคือ นักท่องเที่ยวหญิงนำอาหารมาจากบ้านสูงกว่านักท่องเที่ยวชายคือ ร้อยละ 6.6 และ 2.1 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชายรับประทานอาหารจากรถเข็นหรือแผงลอยใกล้แหล่งท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิงคือร้อยละ 6.8 และ 3.3 ตามลำดับ

ในด้านจำนวนค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวหญิงมีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนหลักร้อยสูงกว่านักท่องเที่ยวชายคือร้อยละ 58.1 และ 50.0 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชายใช้จ่ายเป็นจำนวนหลักพันมากกว่านักท่องเที่ยวหญิงคือร้อยละ 44.2 และ 33.8 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะของค่าใช้จ่าย พบว่านักท่องเที่ยวชายมีค่าใช้จ่ายเป็นค่ารถหรือค่าน้ำมันรถสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิงคือร้อยละ 42.1 และ 27.1 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวหญิงมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารหรือเครื่องดื่ม และค่าบริการหรือค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวชาย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 14 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงจำแนกตามสถานที่
รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

รายการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่รับประทานอาหาร				
ร้านอาหารทั่วไป	133	70.0	147	70.0
ภัตตาคาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	19	10.0	17	8.0
รถเข็น/แผงลอยใกล้แหล่งท่องเที่ยว	13	6.8	7	3.3
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	8	4.2	10	4.7
นำอาหารมาจากบ้าน	4	2.1	14	6.6
ร้านอาหารบนเรือ	6	3.2	4	1.9
วัดจตุลเสียง	3	1.6	2	1.1
โรงแรม	1	0.5	2	1.0
ข้าวกล่องบริการขณะทัศนศึกษา	1	0.5	2	1.0
ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า	2	1.1	1	0.5
กลับไปรับประทานอาหารที่บ้าน	-	-	3	1.4
ร้านอาหารตามเส้นทางที่เดินทางผ่าน	-	-	1	0.5
จำนวนค่าใช้จ่าย				
หลักร้อยบาท	95	50.0	122	58.1
หลักพันบาท	84	44.2	71	33.8
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	8	4.2	17	8.1
หลักหมื่นบาท	3	1.6	-	-

ตารางที่ 14 (ต่อ)

รายการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะค่าใช้จ่าย				
ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	76	43.2	109	54.8
ค่ารถ/ค่าน้ำมัน	74	42.1	54	27.1
ค่าทำบุญ	10	5.7	9	4.5
ค่าเครื่องเล่นในสวนสนุก	8	4.5	8	4.0
ค่าบริการ/ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	3	1.7	10	5.1
ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น	5	2.8	7	3.5
ค่าชมภาพยนตร์	-	-	2	1.0

1.6 เพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านระดับความพึงพอใจและความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

นักท่องเที่ยวชายและหญิงมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชายมีความพึงพอใจในระดับปานกลางสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิงคือร้อยละ 66.3 และ 55.3 ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากสูงกว่านักท่องเที่ยวชายคือร้อยละ 43.3 และ 32.1 ตามลำดับ

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชายและหญิงมีความคาดหวังจะท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีกในจำนวนที่ไม่แตกต่างกันคือร้อยละ 40.5 แต่ที่แตกต่างกันคือนักท่องเที่ยวชายแสดงความไม่แน่ใจว่าจะท่องเที่ยวอีกสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิงคือร้อยละ 57.9 และ 55.7 ตามลำดับ ทั้งนี้ยังพบนักท่องเที่ยวหญิงระบุว่าจะไม่เที่ยวอีกมีสัดส่วนสูงกว่านักท่องเที่ยวชายคือร้อยละ 3.8 และ 1.6 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 15 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงจำแนกตาม
ระดับความพึงพอใจและความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

รายการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความพึงพอใจ				
พอใจปานกลาง	126	66.3	117	55.7
พอใจมาก	61	32.1	91	43.3
พอใจน้อย	3	1.6	2	1.0
ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจ.ปทุมธานีอีก				
ไม่แน่ใจ	110	57.9	117	55.7
คาดว่าจะเที่ยวอีก	77	40.5	85	40.5
ไม่เที่ยวอีกเลย	3	1.6	8	3.8

2. อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ในการวิจัยครั้งนี้ได้จำแนกกลุ่มอายุนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 กลุ่มคือ กลุ่ม 15-24 ปี 25-34 ปี 35-44 ปี 45-54 ปี 55-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป

2.1 อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว อำนาจการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เภณฯในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุเคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่า 3 ครั้ง โดยกลุ่มอายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไปเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่ม 15-24 ปี ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นดังกล่าวเป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ในด้านอำนาจการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุไม่ได้ตัดสินใจด้วยตัวเอง ยกเว้นกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการตัดสินใจด้วยตัวเองหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจสูงที่สุดคือร้อยละ 66.6

สำหรับเกณฑ์การเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวนั้น พบว่าทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญในด้านสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกในการเดินทาง และความเหมาะสมกับระยะเวลา ยกเว้นกลุ่ม 55-64 ปี คำนึงถึงความเหมาะสมกับค่าใช้จ่ายเป็นอันดับรองลงมา

สื่อที่มีผลต่อการจูงใจที่สำคัญที่สุดในทุกกลุ่มอายุคือคำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก รองลงมาคือข่าวสารจากวิทยุหรือโทรทัศน์ และเป็นผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น ได้แก่ ทำบุญ รักษาโรค เยี่ยมญาติและบุตร รับประทานอาหาร อุปสมบทญาติ ชมภาพยนตร์ ชื่อของ และนำรถเข้าศูนย์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 16 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

รายการ	อายุ					65 ขึ้นไป
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว						
มากกว่า 3 ครั้ง	72 (45.9)	67 (61.5)	37 (52.9)	25 (51.0)	7 (77.8)	5 (83.3)
ครั้งแรก	47 (29.9)	24 (22.0)	23 (32.9)	14 (28.6)	1 (11.1)	1 (16.7)
ครั้งที่ 2	22 (14.0)	15 (13.8)	5 (7.1)	5 (10.2)	-	-
ครั้งที่ 3	16 (10.2)	3 (2.6)	5 (7.1)	5 (10.2)	1 (11.1)	-
การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว						
ไม่ได้ตัดสินใจด้วยตัวเอง	101 (64.3)	59 (54.1)	43 (61.4)	27 (55.1)	6 (66.6)	2 (33.4)
ตัดสินใจด้วยตนเอง/มีส่วนร่วม	56 (35.7)	50 (45.9)	27 (38.6)	22 (44.9)	3 (33.4)	4 (66.6)

ตารางที่ 16 (ต่อ)

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือก						
แหล่งท่องเที่ยว						
สภาพ/ลักษณะที่ดึงดูดใจของ แหล่งท่องเที่ยว	75 (47.8)	42 (38.5)	17 (24.3)	12 (24.5)	3 (33.4)	5 (83.3)
ความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	27 (17.2)	26 (23.9)	21 (30.0)	10 (20.4)	1 (11.1)	-
ความเหมาะสมกับระยะเวลา	21 (13.4)	17 (15.6)	14 (20.0)	7 (14.3)	1 (11.1)	-
เพื่อนร่วมเดินทางที่ถูกต้อง	15 (9.6)	8 (7.3)	8 (11.4)	5 (10.2)	1 (11.1)	-
ความสะดวกสบายของ การเดินทาง/ที่พัก	12 (7.6)	11 (10.1)	5 (7.1)	7 (14.3)	1 (11.1)	1 (16.7)
ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย	5 (3.2)	5 (4.6)	4 (5.7)	7 (14.3)	2 (12.2)	-
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	1 (0.6)	1 (1.5)	1 (1.5)	1 (2.0)	-	-
ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สิน	1 (0.6)	-	-	-	-	-
สื่อที่มีผลต่อการจูงใจ						
คำชักชวนจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	119 (75.9)	92 (84.4)	51 (72.9)	34 (69.4)	5 (55.6)	5 (83.3)
ข่าวสารจากวิทยุ/โทรทัศน์	11 (7.0)	5 (4.6)	11 (15.7)	6 (12.2)	2 (22.2)	1 (16.7)
เป็นพลพลอยได้จาก การทำกิจกรรมอื่น	8 (5.1)	4 (3.7)	5 (7.1)	6 (12.2)	2 (22.2)	-
บทความในหนังสือ/วารสาร ท่องเที่ยว	5 (3.2)	4 (3.7)	2 (2.9)	2 (4.1)	-	-

ตารางที่ 16 (ต่อ)

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
คำชักชวนจากอาจารย์/ ผู้บังคับบัญชา	9 (5.7)	2 (1.8)	-	-	-	-
คำแนะนำจากการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	2 (1.3)	1 (0.9)	1 (1.4)	-	-	-
การเชิญชวนจากแฟนพับ/ไบป्लीว	1 (0.6)	1 (0.9)	-	1 (2.1)	-	-
คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	1 (0.6)	-	-	-	-	-
คำแนะนำจากจังหวัดปทุมธานี	1 (0.6)	-	-	-	-	-

2.2 อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุมีการเตรียมตัวโดยหาข้อมูลก่อนเดินทาง กลุ่มที่หาข้อมูลสูงกว่ากลุ่มอื่นคือนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี

ในด้านแหล่งข้อมูลที่ทำให้รับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พบว่าทุกกลุ่มอายุรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งข้อมูลประเภทบทความ สารคดี หรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์ โดยกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มที่รับรู้จากแหล่งข้อมูลประเภทเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักสูงที่สุดคือร้อยละ 83.3 ในขณะที่กลุ่ม 15-24 ปี รับรู้จากแหล่งข้อมูลประเภทบทความ สารคดี หรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน และเดินทางคนเดียว ตามลำดับ โดยพบว่ากลุ่มอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไปเดินทางกับครอบครัวสูงกว่ากลุ่ม 15-24 ปี ซึ่งกลุ่ม 15-24 ปี นิยมเดินทางกับเพื่อนมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

ผลวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 17 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตามการเตรียมตัว ก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว						
หาข้อมูลก่อนเดินทาง	97 (61.8)	62 (56.9)	51 (72.9)	34 (69.4)	4 (44.4)	3 (50.0)
ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง	60 (38.2)	47 (43.1)	19 (27.1)	15 (30.6)	5 (55.6)	3 (50.0)
แหล่งข้อมูล						
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	108 (68.8)	88 (80.8)	47 (67.1)	30 (61.2)	6 (66.7)	5 (83.3)
บทความ/สารคดี/รายการแนะนำ แหล่งท่องเที่ยวจาก หนังสือพิมพ์/วารสาร/วิทยุ/ โทรทัศน์	24 (15.3)	8 (7.4)	13 (18.6)	9 (18.4)	1 (11.1)	-
คนในท้องถิ่น/ชาวบ้านที่อาศัย ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	8 (5.2)	7 (6.4)	3 (4.3)	2 (4.1)	2 (22.2)	-
นักท่องเที่ยวที่เคยเที่ยวแล้ว	4 (2.5)	2 (1.8)	5 (7.1)	5 (10.2)	-	1 (16.7)
ผู้บังคับบัญชา/อาจารย์	10 (6.4)	2 (1.8)	-	2 (4.1)	-	-
แผ่นพับ/ใบปลิวแนะนำ แหล่งท่องเที่ยว	1 (0.6)	1 (0.9)	2 (2.9)	1 (2.0)	-	-
อินเทอร์เน็ต	1 (0.6)	1 (0.9)	-	-	-	-
หนังสือคู่มือแนะนำ แหล่งท่องเที่ยว	1 (0.6)	-	-	-	-	-

ตารางที่ 17 (ต่อ)

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	64 ขึ้นไป
เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว						
เดินทางกับครอบครัว	61 (38.8)	61 (56.0)	44 (62.9)	30 (61.2)	7 (77.8)	4 (66.6)
เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	86 (54.8)	41 (37.6)	24 (34.3)	14 (28.6)	1 (11.1)	1 (16.7)
เดินทางคนเดียว	7 (4.5)	7 (6.4)	2 (2.8)	4 (8.2)	1 (11.1)	1 (16.7)
อื่นๆ ได้แก่ เดินทางกับอาจารย์/ ผู้บังคับบัญชา และกับกลุ่ม นักท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	3 (1.9)	-	-	1 (2.0)	-	-

2.3 อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุมีวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจมากที่สุด รองลงมาเพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือทำบุญ และเพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนาน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม 25-34 ปี เดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์เพื่อความผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ในขณะที่กลุ่ม 15-24 ปีมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนานสูงกว่ากลุ่มอื่น และกลุ่มอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป เดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

ในด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวสูงที่สุดของกลุ่ม 65 ปีขึ้นไปคือร้อยละ 66.7 ในขณะที่วัยรุ่นกลุ่ม 15-24 ปีระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวบันเทิงคือสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนกลุ่ม 55-64 ปีให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ซึ่งสัมพันธ์กับการทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว กล่าวคือ กลุ่ม 65 ปีขึ้นไปจะชมธรรมชาติสูงกว่า

กลุ่มอื่น กลุ่ม 55-64 ปี มักเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรม หรือทำบุญสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนกลุ่ม 15-24 ปี จะทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น เช่น เที่ยวสถานบันเทิง เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก เล่นกีฬา เป็นต้น

ทั้งนี้ทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวมากกว่าสามชั่วโมง ยกเว้นกลุ่ม 65 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวเพียงหนึ่งชั่วโมงเท่านั้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 18 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว						
เพื่อผ่อนคลายความเครียด/ หลีกเลี่ยงความจำเจ	59 (37.6)	49 (44.9)	33 (47.1)	20 (41.0)	2 (22.2)	2 (33.3)
เพื่อกิจกรรมทางศาสนา/ การทำบุญ	13 (8.3)	14 (12.9)	7 (10.0)	6 (12.2)	5 (55.6)	2 (33.3)
เพื่อความบันเทิง/สนุกสนาน	25 (15.9)	11 (10.1)	5 (7.1)	-	1 (11.1)	-
เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต/เรียนรู้ สิ่งใหม่ๆ	15 (9.6)	10 (9.2)	5 (7.1)	5 (10.2)	-	-
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ เพื่อน/ครอบครัว	10 (6.4)	9 (8.4)	6 (8.6)	5 (10.2)	-	-
เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน	7 (4.5)	7 (6.4)	2 (2.9)	4 (8.2)	-	1 (16.7)
เพื่อศึกษา/ค้นคว้า	6 (3.8)	2 (1.8)	2 (2.9)	5 (10.2)	-	1 (16.7)
เพื่อศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม/ ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	9 (5.7)	2 (1.8)	1 (1.4)	-	1 (11.1)	-

ตารางที่ 18 (ต่อ)

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
เพื่อรักษาสุขภาพ	5 (3.2)	1 (0.9)	3 (4.3)	1 (2.0)	-	-
เพื่อศึกษาเทคโนโลยี/ ภูมิปัญญาไทย	3 (1.9)	2 (1.8)	2 (2.9)	1 (2.0)	-	-
เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ/ เป็นเกียรติประวัติที่ได้มาเกี่ยวข้อง	3 (1.9)	-	3 (4.3)	-	-	-
อื่นๆ ได้แก่ เพื่อคูดวง อุปสมบท ญาติ รับประทานอาหาร และซื้อของ	1 (0.6)	1 (0.9)	1 (1.6)	1 (2.0)	-	-
เพื่อการประชุม/สัมมนา	1 (0.6)	1 (0.9)	-	1 (2.0)	-	-
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว						
โบราณสถาน/โบราณวัตถุ	31 (19.7)	24 (22.0)	14 (20.0)	10 (20.4)	2 (22.2)	-
สภาพแวดล้อมที่ดี/ไม่มีมลพิษ	25 (15.9)	27 (24.8)	14 (20.0)	9 (18.4)	-	1 (16.6)
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	18 (11.5)	20 (18.3)	11 (15.7)	9 (18.4)	1 (11.1)	4 (66.7)
แหล่งท่องเที่ยวบ้านเชิง	40 (25.5)	7 (6.4)	4 (5.7)	4 (8.2)	1 (11.1)	-
ศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี/ วิถีชีวิต/การเกษตร	12 (7.6)	7 (6.4)	11 (15.7)	6 (12.2)	1 (11.1)	-
แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบ กิจกรรมทางศาสนา/การทำบุญ	8 (5.1)	14 (12.9)	3 (4.3)	4 (8.2)	4 (44.4)	1 (16.7)
ความรู้ทางวิทยาศาสตร์/ เทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	13 (8.3)	7 (6.4)	7 (10.0)	2 (4.0)	-	-

ตารางที่ 18 (ต่อ)

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	2 (1.3)	-	3 (4.3)	4 (8.2)	-	-
แหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก	6 (3.8)	2 (1.9)	1 (1.4)	-	-	-
อื่น ๆ ได้แก่ ชื่อเสียงของ หลวงปู่เทียน ศรัทธาเจ้าอาวาส และรักษาโรค	-	-	2 (2.9)	1 (2.0)	-	-
อาหารของท้องถิ่น	2 (1.3)	1 (0.9)	-	-	-	-
การทำกิจกรรมระหว่างท้องถิ่น						
ร่วมกิจกรรมทางศาสนา/ ปฏิบัติธรรม/ทำบุญ	15 (9.6)	20 (18.3)	11 (15.7)	9 (18.4)	5 (55.6)	1 (16.6)
ชมธรรมชาติ	17 (11.0)	22 (20.1)	8 (11.4)	5 (10.2)	1 (11.1)	3 (50.2)
ชมโบราณสถาน/โบราณวัตถุ	25 (15.9)	15 (13.8)	6 (8.6)	6 (12.3)	1 (11.1)	-
ชมศิลปะ/วัฒนธรรม/ ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	15 (9.6)	9 (8.3)	10 (14.2)	5 (10.2)	1 (11.1)	1 (16.6)
ชมเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	15 (9.6)	6 (5.5)	12 (17.1)	5 (10.2)	-	-
เล่นกีฬา	5 (3.1)	15 (13.7)	8 (11.4)	10 (20.4)	-	-
เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก	24 (15.3)	2 (1.9)	4 (5.7)	2 (4.0)	1 (11.1)	-

ตารางที่ 18 (ต่อ)

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
ซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	16	9	2	1	-	-
เยี่ยมชมญาติ/เพื่อน	(10.1)	(8.3)	(2.9)	(2.1)		
9		2	2	2	-	1
เที่ยวสถานบันเทิง	(5.7)	(1.9)	(2.9)	(4.0)		(16.6)
9		3	2	2	-	-
รับประทานอาหารท้องถิ่น	(5.7)	(2.7)	(2.9)	(4.0)		
4		3	2	-	-	-
รักษาสุขภาพ	(2.5)	(2.7)	(2.9)			
3		1	2	1	-	-
ร่วมงานประเพณีของชุมชน	(1.9)	(0.9)	(2.9)	(2.1)		
ท้องถิ่น	-	2	-	-	-	-
ปล่อยปลา		(1.9)				
-		-	1	-	-	-
สนทนาธรรมกับพระ	-	-	(1.4)			
-		-	-	1	-	-
ระยะเวลา				(2.1)		
มากกว่า 3 ชั่วโมง	60	33	31	23	4	1
1 ชั่วโมง	(38.2)	(30.3)	(44.3)	(46.9)	(44.5)	(16.7)
26		29	16	14	1	5
2 ชั่วโมง	(16.6)	(26.6)	(22.9)	(28.6)	(11.1)	(83.3)
30		19	14	9	-	-
3 ชั่วโมง	(19.1)	(17.4)	(20.0)	(18.4)		
28		23	6	2	3	-
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	(17.8)	(21.1)	(8.6)	(4.1)	(33.3)	
13		5	3	1	1	-
(8.4)		(4.6)	(4.2)	(2.0)	(11.1)	

2.4 อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านยานพาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มอายุ 15-24 ปี เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เดินทางไปและกลับภายในวันเดียว ในกรณีที่มีการพักค้างแรม กลุ่มอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป มักพักค้างแรมมากกว่ากลุ่มอื่น โดยเลือกพักบ้านญาติหรือบ้านเพื่อนมากกว่าสถานที่พักค้างแรมประเภทอื่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 19 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตามพาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
พาหนะเดินทาง						
รถยนต์ส่วนบุคคล	90 (57.3)	90 (82.6)	56 (80.0)	40 (81.6)	7 (77.8)	2 (33.2)
รถโดยสารประจำทาง	33 (21.0)	10 (9.2)	2 (2.9)	4 (8.2)	1 (11.1)	1 (16.7)
รถของคนรู้จัก/ญาติ/เพื่อน	18 (11.5)	4 (3.7)	5 (7.1)	1 (2.0)	1 (11.1)	1 (16.7)
รถจักรยานยนต์	3 (1.9)	2 (1.8)	4 (5.7)	1 (2.0)	-	-
รถรับจ้างเหมาเที่ยว	6 (3.8)	-	2 (2.9)	1 (2.0)	-	-
รถเช่า	-	2 (1.8)	1 (1.4)	2 (4.2)	-	1 (16.7)
รถแท็กซี่	4 (2.5)	1 (0.9)	-	-	-	1 (16.7)

ตารางที่ 19 (ต่อ)

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
รวมมหาวิทยาลัย	2 (1.3)	-	-	-	-	-
เรือ	1 (0.6)	-	-	-	-	-
ระยะเวลาการเดินทาง						
ไป-กลับภายในวันเดียว	139 (88.6)	101 (92.7)	65 (92.9)	42 (85.7)	6 (75.0)	5 (83.3)
พักค้างแรม	18 (11.4)	8 (7.3)	5 (7.1)	7 (14.3)	2 (25.0)	1 (16.7)
สถานที่พักแรม						
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	19 (83.3)	8 (100)	4 (100)	5 (71.4)	-	3 (100)
โรงแรม	3 (16.7)	-	-	1 (14.3)	-	-
วัด/โรงเรียน	-	-	-	1 (14.3)	1 (50.0)	-
บ้านเช่า	-	-	-	-	1 (50.0)	-

2.5 อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุเลือกรับประทานอาหารตามร้านอาหารธรรมดาทั่วไป ในด้าน
จำนวนค่าใช้จ่าย พบว่านักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในจำนวนหลักร้อย ยกเว้น
เพียงกลุ่มเดียวคือกลุ่ม 45-54 ปี มีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนหลักพันสูงกว่ากลุ่มอื่น โดยค่าอาหารหรือ
เครื่องดื่มเป็นค่าใช้จ่ายในร้อยละที่สูงของกลุ่ม 15-24 ปี 25-34 ปี 45-54 ปี และ 65 ปีขึ้นไป
ขณะที่กลุ่ม 35-44 ปีใช้จ่ายสำหรับค่ารถหรือค่าน้ำมันรถสูงกว่ากลุ่มอื่น และกลุ่ม 55-64 ปีใช้จ่ายเพื่อ
เป็นค่าทำบุญสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 20 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตามสถานที่
รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
สถานที่รับประทานอาหาร						
ร้านอาหารทั่วไป	99 (63.0)	82 (75.2)	51 (12.9)	38 (77.7)	6 (66.7)	4 (66.6)
ภัตตาคาร/ร้านอาหารที่มี ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	18 (11.5)	9 (8.3)	4 (5.8)	4 (8.3)	1 (11.1)	-
รถเงิน/แผงลอยใกล้ แหล่งท่องเที่ยว	7 (4.4)	5 (4.6)	7 (10.0)	-	-	-
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	10 (6.3)	3 (2.8)	2 (2.8)	1 (2.0)	1 (11.1)	1 (16.7)
นำอาหารมาจากบ้าน	8 (5.1)	3 (2.8)	5 (7.1)	2 (4.0)	-	-
ร้านอาหารบนเรือ	6 (3.8)	2 (1.8)	-	2 (4.0)	-	-
วัดจัดเลี้ยง	1 (0.7)	2 (1.8)	1 (1.4)	-	1 (11.1)	1 (16.7)

ตารางที่ 20 (ต่อ)

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
โรงแรม	3 (1.9)	-	-	-		-
ข้าวกล่องบริการขณะ พักนักศึกษา	2 (1.3)	-	-	1 (2.0)		-
ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า	2 (1.3)	-	-	1 (2.0)		-
กลับไปรับประทานอาหาร ที่บ้าน	-	2 (1.8)	-	-		-
ร้านอาหารตามเส้นทาง ที่เดินทางผ่าน	1 (0.7)	1 (0.9)	-	-		-
จำนวนค่าใช้จ่าย						
หลักร้อยละบาท	83 (52.9)	61 (56.0)	41 (58.6)	21 (42.9)		5 (83.3)
หลักพันบาท	58 (36.9)	44 (40.4)	25 (35.7)	26 (53.1)		-
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	16 (10.2)	4 (3.7)	2 (2.9)	2 (4.1)		1 (16.7)
หลักหมื่นบาท	-	-	2 (2.9)	-		-
ลักษณะค่าใช้จ่าย						
ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	76 (50.3)	46 (50.5)	29 (42.1)	27 (58.4)		5 (62.5)
ค่ารถ/ค่าน้ำมัน	42 (27.8)	37 (40.7)	32 (46.4)	14 (28.6)		-
ค่าทำบุญ	4 (2.7)	3 (3.3)	3 (4.3)	2 (4.4)		3 (37.5)

ตารางที่ 20 (ต่อ)

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
ค่าเครื่องเล่นในสวนสนุก	14 (9.2)	2 (2.2)	-	-	-	-
ค่าบริการ/ค่าเข้าชม แหล่งท่องเที่ยว	9 (6.0)	-	3 (4.3)	1 (2.2)	-	-
ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนใน ท้องถิ่น	4 (2.7)	3 (3.3)	2 (2.9)	3 (6.4)	-	-
ค่าชมภาพยนตร์	2 (1.3)	-	-	-	-	-

2.6 อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตามด้านระดับความพึงพอใจ และความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

นักท่องเที่ยวอายุ 15-54 ปีส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ที่เหลือคือกลุ่มอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่มีความพอใจในระดับมาก โดยทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่แสดงความไม่แน่ใจว่าจะเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก ยกเว้นกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไปคาดว่าจะเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 21 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ จำแนกตามระดับ
ความพึงพอใจและความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

รายการ	อายุ					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ขึ้นไป
ระดับความพึงพอใจ						
พอใจปานกลาง	101 (64.3)	70 (64.3)	36 (51.4)	30 (61.2)	4 (44.4)	2 (33.3)
พอใจมาก	56 (35.7)	37 (33.9)	31 (44.3)	19 (38.8)	5 (55.6)	4 (66.7)
พอใจน้อย	-	2 (1.8)	3 (4.3)	-	-	-
ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดปทุมธานีอีก						
ไม่แน่ใจ	93 (59.2)	59 (54.1)	45 (64.3)	23 (46.9)	6 (66.7)	1 (16.7)
คาดว่าจะเที่ยวอีก	60 (38.2)	46 (42.2)	24 (34.3)	25 (51.1)	2 (22.2)	5 (83.3)
ไม่เที่ยวอีกเลย	4 (2.6)	4 (3.7)	1 (1.4)	1 (2.0)	1 (11.1)	-

3. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ในการวิเคราะห์ส่วนนี้ได้จำแนกสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มผู้สมรสกับไม่สมรส (ซึ่งหมายถึงคน โสด หม้าย หรือหย่า) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีดังนี้

3.1 สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เหนือในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สมรสและไม่สมรสเคยท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในความถี่ที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่เคยเที่ยวแล้วมากกว่า 3 ครั้ง โดยกลุ่มผู้สมรสมีการตัดสินใจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่าผู้ที่ไม่สมรสคือ ร้อยละ 41.5 และ 39.8 ตามลำดับ

ในด้านเกณฑ์การเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่สมรสเลือกเกณฑ์ด้านสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมกับระยะเวลา และเพื่อนร่วมทางที่รู้ใจมากกว่ากลุ่มผู้สมรส ในขณะที่กลุ่มที่สมรสกลับเลือกเกณฑ์ทางด้านความสะดวกสบายของการเดินทางหรือที่พักสูงกว่ากลุ่มผู้ไม่สมรส

สำหรับสื่อที่มีผลต่อการจูงใจ พบว่าคำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักมีผลต่อการจูงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่สมรสมากกว่ากลุ่มสมรสแล้วคือร้อยละ 79.6 และ 72.6 ตามลำดับ ในขณะที่ข่าวสารจากวิทยุหรือโทรทัศน์ และผลพลอยได้จากกิจกรรมอื่นมีผลต่อการชักจูงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มสมรสมากกว่ากลุ่มที่ไม่สมรสคือร้อยละ 14.0 และ 4.9 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 22 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จำแนกตาม
 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจ
 เลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว		
มากกว่า 3 ครั้ง	119 (53.8)	94 (52.5)
ครั้งแรก	62 (28.1)	48 (26.8)
ครั้งที่ 2	27 (12.2)	20 (11.2)
ครั้งที่ 3	13 (5.9)	16 (9.5)
การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว		
ไม่ได้ตัดสินใจด้วยตัวเอง	133 (60.2)	105 (58.5)
ตัดสินใจด้วยตนเอง/มีส่วนร่วม	88 (39.8)	74 (41.5)
เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว		
สภาพ/ลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	87 (39.4)	67 (37.4)
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	50 (22.6)	35 (19.6)
ความเหมาะสมกับระยะเวลา	37 (16.7)	23 (12.8)

ตารางที่ 22 (ต่อ)

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพื่อนร่วมเดินทางที่ถูกต้อง	24 (10.9)	12 (6.7)
ความสะดวกสบายของการเดินทาง/ที่พัก	14 (6.3)	23 (12.9)
ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย	7 (3.1)	16 (8.9)
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	1 (0.5)	3 (1.7)
ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สิน	1 (0.5)	-
สื่อที่มีผลต่อการจูงใจ		
คำชักชวนจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	176 (79.6)	130 (72.5)
ข่าวสารจากวิทยุ/โทรทัศน์	11 (4.9)	25 (14.0)
เป็นผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น	10 (4.6)	15 (8.4)
บทความในหนังสือ/วารสารท่องเที่ยว	5 (2.3)	8 (4.5)
คำชักชวนจากอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา	11 (4.9)	-
คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4 (1.8)	-

ตารางที่ 22 (ต่อ)

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การเชิญชวนจากแผ่นพับ/ใบปลิว	2 (0.9)	1 (0.5)
คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	1 (0.5)	-
คำแนะนำจากจังหวัดปทุมธานี	1 (0.5)	-

3.2 สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มที่สมรสมีการเตรียมตัวก่อนการเดินทางโดยต้องหาข้อมูลก่อนสูงกว่ากลุ่มที่ไม่สมรส ซึ่งกลุ่มที่ไม่สมรสให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลสื่อบุคคลประเภทเพื่อนญาติหรือคนรู้จักมากกว่ากลุ่มที่สมรสคือร้อยละ 73.3 และ 68.1 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มที่สมรสแล้วให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลประเภทบทความ สารคดี หรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุหรือโทรทัศน์สูงกว่ากลุ่มที่ไม่สมรสคือร้อยละ 16.2 และ 11.7 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามกลุ่มที่สมรสก็ยังให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวผู้เคยเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีแล้วสูงกว่าผู้ไม่สมรสคือร้อยละ 7.3 และ 1.8 ตามลำดับ

สำหรับรูปแบบการเดินทาง พบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม มีความแตกต่างกันในเรื่องเพื่อนร่วมเดินทาง กล่าวคือนักท่องเที่ยวกลุ่มสมรสมักเดินทางกับครอบครัวสูงกว่ากลุ่มที่ไม่สมรส ในขณะที่กลุ่มที่ไม่สมรสจะเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานสูงกว่ากลุ่มที่สมรส

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 23 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน จำแนกตาม การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว		
หาข้อมูลก่อนเดินทาง	127 (57.5)	124 (96.3)
ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง	94 (42.5)	55 (30.7)
แหล่งข้อมูล		
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	162 (73.3)	122 (68.1)
บทความ/สารคดี/รายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจาก หนังสือพิมพ์/วารสาร/วิทยุ/โทรทัศน์	26 (11.7)	29 (16.2)
คนในท้องถิ่น/ชาวบ้านที่อาศัยใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	12 (5.4)	10 (5.6)
นักท่องเที่ยวที่เคยมาแล้ว	4 (1.8)	13 (7.3)
ผู้บังคับบัญชา/อาจารย์	11 (5.0)	3 (1.7)
แผ่นพับ/ใบปลิวแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	3 (1.4)	2 (1.1)
อินเทอร์เน็ต	2 (0.9)	-
หนังสือคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	1 (0.5)	

ตารางที่ 23 (ต่อ)

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว		
เดินทางกับครอบครัว	78 (35.3)	129 (72.1)
เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	130 (58.8)	37 (20.6)
เดินทางคนเดียว	10 (4.5)	12 (6.7)
อื่นๆ ได้แก่ เดินทางกับอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา และกับกลุ่มนักท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	3 (1.4)	1 (0.6)

3.3 สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้าน วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรม ระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ เพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือทำบุญ และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนหรือครอบครัวสูงกว่ากลุ่มที่ไม่สมรส ในขณะที่กลุ่มผู้ไม่สมรสมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงหรือความสนุกสนาน และเพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิตหรือเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ สูงกว่ากลุ่มที่สมรส ซึ่งส่งผลต่อความสอดคล้องของสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนของทั้งสองกลุ่ม กล่าวคือ โบราณสถานหรือโบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนาเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มสมรสแล้วสูงกว่ากลุ่มไม่สมรส ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่สมรสสูงกว่ากลุ่มที่สมรสแล้ว

สำหรับการทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีการทำกิจกรรมที่หลากหลายไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ที่แตกต่างกันชัดเจนคือนักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วจะร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรมหรือทำบุญ ชมธรรมชาติ และชมโบราณสถานหรือโบราณวัตถุสูงกว่ากลุ่มไม่สมรส ขณะที่กลุ่มที่ไม่สมรสนิยมเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก และเที่ยวสถานบันเทิงสูงกว่ากลุ่มที่สมรสแล้ว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 24 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่สถานภาพแตกต่างกัน จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว		
เพื่อผ่อนคลายความเครียด/หลีกเลี่ยงความจำเจ	88 (39.9)	76 (42.5)
เพื่อกิจกรรมทางศาสนา/การทำบุญ	22 (9.9)	25 (14.0)
เพื่อความบันเทิง/สนุกสนาน	33 (14.9)	9 (5.0)
เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต/เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ	21 (9.5)	14 (7.8)
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน/ครอบครัว	13 (5.9)	18 (10.1)
เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน	9 (4.0)	12 (6.7)
เพื่อศึกษา/ค้นคว้า	6 (2.7)	10 (5.6)

ตาราง ที่ 24 (ต่อ)

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพื่อศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	9 (4.0)	4 (2.2)
เพื่อรักสุขภาพ	6 (2.7)	4 (2.2)
เพื่อศึกษาเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	7 (3.2)	1 (0.6)
เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ/เป็นเกียรติประวัติที่ได้มาเที่ยว	3 (1.5)	3 (1.6)
อื่นๆ ได้แก่ เพื่อดูควง อุปลสมบทญาติ รับประทานอาหารและซื้อของ	2 (0.9)	2 (1.1)
เพื่อการประชุม/สัมมนา	2 (0.9)	1 (0.6)
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว		
โบราณสถาน/โบราณวัตถุ	40 (18.1)	41 (23.0)
สภาพแวดล้อมที่ดี/ไม่มีมลพิษ	43 (19.4)	33 (18.4)
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	36 (16.3)	27 (15.0)
แหล่งท่องเที่ยวบันเทิง	43 (19.5)	13 (7.3)
ศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	17 (7.7)	20 (11.2)

ตารางที่ 24 (ต่อ)

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา/ การทำบุญ	13 (5.9)	21 (11.7)
ความรู้ทางวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	19 (8.6)	10 (5.6)
ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	2 (0.9)	7 (3.9)
แหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก	6 (2.7)	3 (1.7)
อื่น ๆ ได้แก่ ชื่อเสียงของหลวงปู่เทียน ศรีทธาเจ้าอาวาส และรักษาโรค	-	3 (1.7)
อาหารของท้องถิ่น	2 (0.9)	1 (0.5)
การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว		
ร่วมกิจกรรมทางศาสนา/ปฏิบัติธรรม/ทำบุญ	28 (12.7)	33 (18.4)
ชมธรรมชาติ	28 (12.7)	28 (15.6)
ชมโบราณสถาน/โบราณวัตถุ	27 (12.2)	26 (14.5)
ชมศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	21 (9.5)	20 (11.2)
ชมเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	18 (8.1)	20 (11.2)

ตารางที่ 24 (ต่อ)

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เล่นกีฬา	20 (9.0)	18 (10.1)
เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก	22 (10.0)	11 (6.1)
ซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	23 (10.4)	5 (2.8)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	9 (4.0)	7 (3.9)
เที่ยวสถานบันเทิง	12 (5.4)	4 (2.2)
รับประทานอาหารท้องถิ่น	8 (3.6)	1 (0.6)
รักษาสุขภาพ	4 (1.9)	3 (1.7)
ร่วมงานประเพณีของชุมชนท้องถิ่น	-	2 (1.1)
ปล่อยปลา	1 (0.5)	-
สนทนารธรรมกับพระ	-	1 (0.6)

ตารางที่ 24 (ต่อ)

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ระยะเวลา		
มากกว่า 3 ชั่วโมง	80 (36.2)	72 (40.2)
1 ชั่วโมง	38 (17.2)	53 (29.6)
2 ชั่วโมง	45 (20.4)	27 (15.1)
3 ชั่วโมง	40 (18.1)	22 (12.3)
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	18 (8.1)	5 (2.8)

3.4 สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านพาหนะเดินทางลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน

นักท่องเที่ยวกลุ่มที่สมรสและไม่สมรสส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม พบว่ากลุ่มไม่สมรสนิยมเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง และรถของคนรู้จัก หรือญาติหรือเพื่อนสูงกว่ากลุ่มที่สมรสแล้ว

สำหรับระยะเวลาในการเดินทางพบว่ากลุ่มที่ไม่สมรสจะเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวสูงกว่ากลุ่มที่สมรส ขณะที่กลุ่มที่สมรสมักจะพักค้างแรมสูงกว่ากลุ่มไม่สมรส สำหรับสถานที่พักค้างแรม พบว่าทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกันที่พักค้างแรมที่บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน แต่ที่แตกต่างกันชัดเจนคือกลุ่มไม่สมรสมักจะพักค้างแรมที่โรงแรมสูงกว่ากลุ่มที่สมรสแล้วคือ ร้อยละ 15.8 และ 4.8 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 25 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน จำแนกตาม
พาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักแรม

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พาหนะเดินทาง		
รถยนต์ส่วนบุคคล	140 (63.3)	145 (81.0)
รถโดยสารประจำทาง	40 (18.0)	11 (6.2)
รถของคนรู้จัก/ญาติ/เพื่อน	22 (10.0)	8 (4.5)
รถจักรยานยนต์	5 (2.3)	5 (2.8)
รถบริษัทนำเที่ยว	6 (2.7)	3 (1.7)
รถเช่า	-	6 (3.3)
รถแท็กซี่	5 (2.3)	1 (0.5)
รวมมหาวิทยาลัย	2 (0.9)	-
เรือ	1 (0.5)	-

ตารางที่ 25 (ต่อ)

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ระยะเวลาการเดินทาง		
ไป-กลับภายในวันเดียว	202 (91.4)	156 (87.1)
พักค้างแรม	8 (3.6)	12 (6.7)
พักค้างแรมมากกว่า 1 คืน	11 (5.0)	11 (6.2)
สถานที่พักค้างแรม		
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	18 (84.2)	17 (80.9)
โรงแรม	3 (15.8)	1 (4.8)
วัด/โรงเรียน	-	2 (9.5)
บ้านเช่า	-	1 (4.8)

3.5 สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

นักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มที่สมรสและไม่สมรสส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารตามร้านอาหาร
ธรรมดาทั่วไป

ในด้านจำนวนค่าใช้จ่าย พบว่าเกินครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมักใช้จ่ายด้วย
จำนวนเงินในหลักร้อย และเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารหรือเครื่องดื่มเป็นหลัก แต่พบลักษณะ
ค่าใช้จ่ายมีความแตกต่างกันบ้างคือ กลุ่มที่สมรสมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่ารถหรือค่าน้ำมันรถ

และค่าบริการหรือค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มไม่สมรส ในขณะที่กลุ่มไม่สมรสมีค่าใช้จ่าย
เพื่อเป็นค่าเครื่องเล่นในสวนสนุก และค่าทำบุญสูงกว่ากลุ่มที่สมรสแล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 25 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่รับประทานอาหาร
จำนวนค่าใช้จ่ายและลักษณะค่าใช้จ่าย

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สถานที่รับประทานอาหาร		
ร้านอาหารทั่วไป	147 (66.5)	133 (74.3)
ภัตตาคาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	21 (9.5)	15 (8.3)
รถเข็น/แผงลอยใกล้แหล่งท่องเที่ยว	13 (5.8)	7 (3.9)
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	10 (4.5)	8 (4.5)
นำอาหารมาจากบ้าน	11 (4.9)	7 (3.9)
ร้านอาหารบนเรือ	7 (3.1)	3 (1.8)
วัดจัดเลี้ยง	1 (0.5)	4 (2.2)
โรงแรม	3 (1.4)	-
ข้าวกล่องบริการขณะทัศนศึกษา	3 (1.4)	-

ตารางที่ 26 (ต่อ)

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า	1 (0.5)	2 (1.1)
กลับไปรับประทานอาหารที่บ้าน	3 (1.4)	-
ร้านอาหารตามเส้นทางที่เดินทางผ่าน	1 (0.5)	-
จำนวนค่าใช้จ่าย		
หลักร้อยละบาท	119 (53.9)	98 (54.7)
หลักพันบาท	82 (37.1)	73 (40.8)
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	20 (9.0)	5 (2.8)
หลักหมื่นบาท	-	3 (1.7)
ลักษณะค่าใช้จ่าย		
ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	104 (51.7)	81 (46.6)
ค่ารถ/ค่าน้ำมัน	63 (31.3)	65 (37.4)
ค่าทำบุญ ,	12 (6.0)	7 (4.0)
ค่าเครื่องเล่นในสวนสนุก	12 (6.0)	4 (2.3)

ตารางที่ 26 (ต่อ)

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ค่าบริการ/ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	2 (1.0)	11 (6.3)
ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น	6 (3.0)	6 (3.4)
ค่าชมภาพยนตร์	2 (1.0)	-

3.6 สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว
ด้านระดับความพึงพอใจ ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

นักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มสมรสและกลุ่มไม่สมรสเกินครึ่งหนึ่งมีความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว
ในระดับปานกลาง และแสดงความไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีกหรือไม่
อย่างไรก็ตามพบว่ากลุ่มที่สมรสระบุว่าคาดว่าจะเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีกสูงกว่ากลุ่มไม่สมรส
คือร้อยละ 44.1 และ 37.6 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 27 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับความพึงพอใจ
และความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

รายการ	สถานภาพสมรส	
	ไม่สมรส	สมรส
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ระดับความพึงพอใจ		
พอใจปานกลาง	137 (62.0)	105 (59.2)
พอใจมาก	81 (36.7)	71 (39.7)
พอใจน้อย	3 (1.3)	2 (1.1)
ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจ.ปทุมธานีอีก		
ไม่แน่ใจ	132 (59.7)	95 (53.1)
คาดว่าจะเที่ยวอีก	83 (37.6)	79 (44.1)
ไม่เที่ยวอีกเลย	6 (2.7)	5 (2.8)

4. อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ในการวิเคราะห์ตามกลุ่มอาชีพนี้ ได้จำแนกกลุ่มอาชีพเป็น 4 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มอาชีพที่มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำ ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท

กลุ่มที่ 2 เป็นผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย

กลุ่มที่ 3 เป็นผู้ที่มิอาชีพเกษตรกรรมและรับจ้าง

กลุ่มที่ 4 เป็นกลุ่มที่มีใช้กลุ่มอาชีพเชิงเศรษฐกิจ ได้แก่ แม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา และข้าราชการบำนาญ หรือผู้สูงอายุ

4.1 อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่าสามครั้ง โดยส่วนใหญ่ทุกกลุ่มอาชีพไม่ได้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตัวเอง แต่หากเปรียบเทียบในส่วนของการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มที่มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำ ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทมีการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มอื่น

ในด้านเกณฑ์การเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท รวมทั้งกลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มแม่บ้าน นักเรียนนักศึกษา ข้าราชการบำนาญ หรือผู้สูงอายุ เลือกท่องเที่ยวจากเกณฑ์ด้านสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือเกณฑ์ด้านความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยว แต่กลุ่มเกษตรกรหรือรับจ้างเลือกจากเกณฑ์ด้านความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในอันดับแรก ส่วนอันดับรองลงมาคือสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับสื่อที่มีผลต่อการจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ หรือคนรู้จัก เป็นสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการจูงใจนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสูงสุด และยังพบว่ากลุ่มแม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา และข้าราชการบำนาญ หรือผู้สูงอายุ ยังคงได้รับอิทธิพลจากสื่อบุคคลประเภทคำชักชวนจากอาจารย์หรือผู้บังคับบัญชาเป็นอันดับรองลงมา ส่วนกลุ่มที่เหลือพบว่าสื่อที่มีผลต่อการจูงใจในอันดับรองลงมาคือ บทความในหนังสือหรือวารสารการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 28 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว				
มากกว่า 3 ครั้ง	74 (51.0)	46 (62.2)	19 (55.9)	74 (50.3)
ครั้งแรก	47 (32.4)	11 (14.8)	7 (20.6)	45 (30.6)
ครั้งที่ 2	16 (11.0)	10 (13.5)	5 (14.7)	16 (10.9)
ครั้งที่ 3	8 (5.6)	7 (9.5)	3 (8.8)	12 (8.2)
การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว				
ไม่ได้ตัดสินใจด้วยตัวเอง	82 (56.6)	40 (54.1)	25 (44.1)	103 (70.1)
ตัดสินใจด้วยตนเอง/มีส่วนร่วม	63 (43.4)	34 (45.9)	19 (55.9)	44 (29.9)
เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว				
สภาพ/ลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	54 (37.3)	24 (32.4)	8 (23.5)	68 (46.3)
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	34 (23.5)	20 (27.0)	9 (26.5)	22 (14.9)
ความเหมาะสมกับระยะเวลา	25 (17.2)	12 (16.2)	3 (8.8)	20 (13.6)
เพื่อนร่วมเดินทางที่สนุก	9 (6.2)	7 (9.5)	3 (8.8)	18 (12.2)

ตารางที่ 28 (ต่อ)

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
ความสะดวกสบายของการเดินทาง/ที่พัก	10 (6.9)	7 (9.5)	4 (11.8)	16 (10.9)
ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย	13 (8.9)	4 (5.4)	4 (11.8)	2 (1.4)
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	-	-	3 (8.8)	-
ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สิน	-	-	-	1 (0.7)
สื่อที่มีผลต่อการจูงใจ				
คำชักชวนจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	106 (73.1)	55 (74.3)	25 (73.5)	120 (81.6)
ข่าวสารจากวิทยุ/โทรทัศน์	14 (9.7)	11 (14.9)	4 (11.8)	7 (4.8)
เป็นผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น	11 (7.6)	8 (10.8)	-	6 (4.1)
บทความในหนังสือ/วารสารท่องเที่ยว	8 (5.5)	-	2 (5.9)	3 (2.0)
คำชักชวนจากอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา	1 (0.6)	-	2 (5.9)	8 (5.4)
คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2 (1.4)	-	1 (2.9)	1 (0.7)
การเชิญชวนจากแผ่นพับ/ใบปลิว	3 (2.1)	-	-	-
คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	-	-	-	1 (0.7)
คำแนะนำจากจังหวัดปทุมธานี	-	-	-	1 (0.7)

4.2 อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวก่อนโดยการหาข้อมูลก่อนการเดินทางจากแหล่งข้อมูลประเภทเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักมากที่สุด รองลงมาคือ บทความ สารคดี หรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังพบว่าทุกกลุ่มอาชีพรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล แต่เป็นบุคคลต่างประเภทกัน กล่าวคือ กลุ่มอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และกลุ่มอาชีพเกษตรกรกรรมและรับจ้าง รับรู้ข้อมูลจากคนในท้องถิ่นหรือชาวบ้านที่อาศัยอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มแม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา ข้าราชการบำนาญ และผู้สูงอายุ ซึ่งสองกลุ่มหลังได้รับข้อมูลจากผู้บังคับบัญชา หรืออาจารย์สูงกว่า

สำหรับรูปแบบการเดินทาง พบว่ากลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท กลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย และกลุ่มอาชีพเกษตรกรกรรมและรับจ้าง มีความคล้ายคลึงกันที่ มักจะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่กลุ่มแม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา ข้าราชการบำนาญ และผู้สูงอายุ นิยมเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานมากกว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 29 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว				
หาข้อมูลก่อนเดินทาง	96 (66.2)	46 (62.2)	21 (61.8)	88 (59.9)
ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง	49 (33.8)	28 (37.8)	13 (38.2)	59 (40.1)

ตารางที่ 29 (ต่อ)

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
แหล่งข้อมูล				
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	97 (66.9)	55 (74.3)	23 (67.7)	109 (74.2)
บทความ/สารคดี/รายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์/วารสาร/วิทยุ/โทรทัศน์	22 (15.2)	9 (12.2)	3 (8.8)	21 (14.3)
คนในท้องถิ่น/ชาวบ้านที่อาศัยใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	11 (7.6)	4 (5.4)	3 (8.8)	4 (2.7)
นักท่องเที่ยวที่เคยมาแล้ว	7 (4.8)	6 (8.1)	1 (2.9)	3 (2.0)
ผู้บังคับบัญชา/อาจารย์	3 (2.1)	-	2 (5.9)	9 (6.1)
แผ่นพับ/ใบปลิวแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	3 (2.1)	-	2 (5.9)	-
อินเทอร์เน็ต	2 (1.3)	-	-	-
หนังสือคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	-	-	-	1 (0.7)
เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว				
เดินทางกับครอบครัว	85 (58.6)	40 (54.0)	17 (50.0)	65 (44.2)
เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	55 (37.9)	27 (36.5)	11 (23.4)	74 (50.3)
เดินทางคนเดียว	4 (2.8)	7 (9.5)	6 (17.6)	5 (3.4)
อื่นๆ ได้แก่เดินทางกับอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา และกับกลุ่มนักท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	1 (0.7)	-	-	3 (2.1)

4.3 อาชีพ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวในอันดับแรกที่สุดคล้ายคลึงกันคือเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ แต่มีข้อแตกต่างกันที่เด่นชัดในวัตถุประสงค์ด้านอื่นๆ อยู่บ้างดังนี้ กลุ่มอาชีพเกษตรกรกรรมและรับจ้างมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญสูงกว่ากลุ่มอื่นคือร้อยละ 14.7 และผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงหรือความสนุกสนาน รวมทั้งเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนหรือครอบครัวคือร้อยละ 14.9 และ 10.8 ตามลำดับ

ในด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีความคิดเห็นต่อสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน กลุ่มอาชีพเกษตรกรกรรมและรับจ้างส่วนใหญ่สนใจโบราณสถานหรือโบราณวัตถุคือร้อยละ 38.3 ขณะที่กลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่สนใจสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษคือร้อยละ 35.1 ส่วนกลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติคือร้อยละ 21.4 และกลุ่มนักเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวบันเทิงคือร้อยละ 19.0 สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวส่งผลต่อความสัมพันธ์ในการเลือกทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวของกลุ่มอาชีพต่างๆ คือกลุ่มอาชีพเกษตรกรกรรมและรับจ้างมักจะชมโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ และร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรม หรือทำบุญสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ในขณะที่กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทนิยมชมธรรมชาติและชมเทคโนโลยีหรือภูมิปัญญาไทยสูงกว่ากลุ่มอื่น ส่วนกลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวชอบที่จะเล่นกีฬาในสภาพแวดล้อมที่ดีสูงกว่ากลุ่มอื่น และกลุ่มแม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา ข้าราชการบ้านานาญ และผู้สูงอายุมักจะไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน และเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุกสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ทั้งนี้ทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวมากกว่าสามชั่วโมง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 30 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว				
เพื่อผ่อนคลายความเครียด/หลีกเลี่ยงความจำเจ	64 (44.1)	31 (41.9)	17 (50.0)	53 (36.1)
เพื่อกิจกรรมทางศาสนา/การทำบุญ	15 (10.3)	9 (12.2)	5 (14.7)	18 (12.2)
เพื่อความบันเทิง/สนุกสนาน	9 (6.2)	11 (14.9)	2 (5.9)	20 (13.6)
เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต/เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	17 (11.7)	5 (6.8)	-	13 (8.8)
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน/ครอบครัว	11 (7.6)	8 (10.8)	-	11 (7.5)
เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน	7 (4.8)	5 (6.7)	-	9 (6.2)
เพื่อศึกษา/ค้นคว้า	7 (4.8)	-	4 (11.8)	5 (3.4)
เพื่อศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	4 (2.8)	1 (1.3)	-	8 (5.5)
เพื่อรักษาสุขภาพ	4 (2.8)	2 (2.7)	1 (2.9)	3 (2.0)
เพื่อศึกษาเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	2 (1.4)	-	3 (8.8)	3 (2.0)
เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ/เป็นเกียรติประวัติที่ได้มาเที่ยว	1 (0.7)	2 (2.7)	-	3 (2.0)

ตารางที่ 30 (ต่อ)

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
อื่นๆ ได้แก่ เพื่อดูดวง อุปสมบทญาติ รับประทาน อาหารและซื้อของ เพื่อการประชุม/สัมมนา	1 (0.7) 3 (2.1)	-	2 (5.9)	1 (0.7)
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว				
โบราณสถาน/โบราณวัตถุ	26 (17.9)	15 (20.3)	13 (38.3)	27 (18.4)
สภาพแวดล้อมที่ดี/ไม่มีมลพิษ	20 (13.8)	26 (35.1)	3 (8.8)	27 (18.4)
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	31 (21.4)	6 (8.1)	6 (17.7)	20 (13.6)
แหล่งท่องเที่ยวบนเทิง	13 (8.9)	13 (17.6)	2 (5.9)	28 (19.0)
ศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	17 (11.7)	5 (6.7)	3 (8.8)	12 (8.2)
แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา/ การทำบุญ	16 (11.0)	4 (5.4)	1 (2.9)	13 (8.8)
ความรู้ทางวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	12 (8.3)	3 (4.0)	2 (5.9)	12 (8.2)
ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	5 (3.5)	-	3 (8.8)	1 (0.7)
แหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก	3 (2.1)	1 (1.4)	1 (2.9)	4 (2.7)
อื่นๆ ได้แก่ ชื่อเสียงของหลวงปู่เทียน ศรีทธา เจ้าอาวาส และรักษาโรค	2 (1.4)	-	-	1 (0.7)
อาหารของท้องถิ่น	-	1 (1.4)	-	2 (1.3)

ตารางที่ 30 (ต่อ)

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว				
ร่วมกิจกรรมทางศาสนา/ปฏิบัติธรรม/ทำบุญ	22 (15.2)	13 (17.6)	7 (20.6)	19 (12.9)
ชมธรรมชาติ	28 (19.3)	2 (2.7)	6 (17.7)	20 (13.6)
ชมโบราณสถาน/โบราณวัตถุ	16 (11.0)	8 (10.8)	7 (20.6)	22 (14.9)
ชมศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	17 (11.7)	4 (5.4)	5 (14.8)	15 (10.2)
ชมเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	17 (11.7)	3 (6.7)	2 (5.9)	14 (9.5)
เล่นกีฬา	9 (6.2)	21 (28.4)	2 (5.9)	6 (4.1)
เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก	9 (6.2)	7 (9.5)	1 (2.9)	16 (10.9)
ซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	9 (6.2)	7 (9.5)	1 (2.9)	11 (7.5)
เยี่ยมชมวัด/เพื่อน	3 (2.1)	2 (2.7)	1 (2.9)	10 (6.8)
เที่ยวสถานบันเทิง	6 (4.1)	1 (1.3)	-	9 (6.1)
รับประทานอาหารท้องถิ่น	5 (3.5)	-	-	4 (2.8)
รักษาสุขภาพ	3 (2.1)	2 (2.7)	1 (2.9)	1 (0.7)

ตารางที่ 30 (ต่อ)

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
ร่วมงานประเพณีของชุมชนท้องถิ่น	-	2 (2.7)	-	-
ปล่อยปลา	1 (0.7)	-	-	-
สนทนาธรรมกับพระ	-	-	1 (2.9)	-
ระยะเวลา				
มากกว่า 3 ชั่วโมง	57 (39.3)	37 (50.0)	10 (29.4)	48 (32.7)
1 ชั่วโมง	37 (25.5)	12 (16.2)	10 (29.4)	32 (21.8)
2 ชั่วโมง	28 (19.3)	11 (14.9)	5 (14.7)	28 (19.0)
3 ชั่วโมง	15 (10.3)	12 (16.2)	8 (23.6)	27 (18.4)
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	8 (5.6)	2 (2.7)	1 (2.9)	12 (8.1)

4.4 อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านพาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลมากกว่ายานพาหนะประเภทอื่น และมักจะเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวมากกว่าพักค้างแรม ส่วนนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรม พบว่าทุกกลุ่มอาชีพจะพักค้างแรมที่บ้านญาติหรือเพื่อนมากกว่าสถานที่พักผ่อนประเภทอื่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 31 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามพาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักก่อน

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
พาหนะเดินทาง				
รถยนต์ส่วนบุคคล	106 (73.1)	68 (91.9)	20 (58.8)	91 (61.9)
รถโดยสารประจำทาง	23 (15.9)	3 (4.0)	4 (11.8)	21 (14.3)
รถของคนรู้จัก/ญาติ/เพื่อน	4 (2.8)	2 (2.7)	3 (8.8)	21 (14.3)
รถจักรยานยนต์	3 (2.0)	1 (1.4)	3 (8.8)	3 (2.0)
รถบริษัทนำเที่ยว	5 (3.4)	-	-	4 (2.7)
รถเช่า	4 (2.8)	-	2 (5.9)	-
รถแท็กซี่	-	-	2 (5.9)	4 (2.7)
รถมหาวิทยาลัย	-	-	-	2 (1.4)
เรือ	-	-	-	1 (0.7)
ระยะเวลาการเดินทาง				
ไป-กลับภายในวันเดียว	133 (91.8)	65 (87.8)	30 (88.3)	130 (88.4)
พักค้างแรม	12 (8.2)	9 (12.2)	4 (11.7)	17 (11.6)

ตารางที่ 31 (ต่อ)

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
สถานที่พักค้างแรม				
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	12 (85.8)	9 (100.0)	3 (75.0)	11 (73.3)
โรงแรม	1 (7.1)	-	-	3 (20.0)
วัด/โรงเรียน	-	-	1 (25.0)	1 (6.7)
บ้านเช่า	1 (7.1)	-	-	-

4.5 อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เลือกสถานที่รับประทานอาหารที่คล้ายคลึงกันคือ รับประทานอาหารที่ร้านอาหารธรรมดาทั่วไป แต่มีข้อแตกต่างกันที่เด่นชัดคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำนิยมรับประทานอาหารที่ภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่นคือร้อยละ 16.2 ขณะที่กลุ่มอาชีพเกษตรกรหรือรับจ้างนิยมรับประทานอาหารตามรถเข็นหรือแผงลอยใกล้แหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่นคือ ร้อยละ 8.9 ส่วนกลุ่มแม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา และข้าราชการบ้านานาญหรือผู้สูงอายุจะรับประทานอาหารที่บ้านญาติหรือบ้านเพื่อนสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่นคือร้อยละ 6.8

สำหรับจำนวนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่าทุกกลุ่มอาชีพเกินกว่าครึ่งหนึ่งมีจำนวนค่าใช้จ่ายที่ไม่แตกต่างกันคือ ส่วนใหญ่ใช้จ่ายในจำนวนหลักร้อย ยกเว้นกลุ่มผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย จะมีค่าใช้จ่ายในจำนวนหลักพันมากที่สุดคือร้อยละ 56.8 โดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่สำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาเป็นค่ารถหรือค่าน้ำมันรถ และการทำบุญ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 32 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามสถานที่
รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
สถานที่รับประทานอาหาร				
ร้านอาหารทั่วไป	106 (73.1)	55 (74.2)	22 (64.7)	97 (65.9)
ภัตตาคาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่ง ท่องเที่ยว	8 (5.5)	12 (16.2)	2 (5.9)	14 (9.5)
รถเข็น/แผงลอยใกล้แหล่งท่องเที่ยว	11 (7.6)	1 (1.4)	3 (8.9)	5 (3.4)
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	6 (4.1)	-	2 (5.9)	10 (6.8)
นำอาหารมาจากบ้าน	7 (4.8)	1 (1.4)	3 (8.8)	7 (4.8)
ร้านอาหารบนเรือ	4 (2.8)	-	-	6 (4.1)
วัดจัดเลี้ยง	2 (1.4)	1 (1.4)	1 (2.9)	1 (0.7)
โรงแรม	-	-	-	3 (2.0)
ข้าวกล่องบริการขณะทัศนศึกษา	-	-	-	3 (2.1)
ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า	-	3 (4.0)	-	-
กลับไปรับประทานอาหารที่บ้าน	1 (0.7)	1 (1.4)	-	1 (0.7)
ร้านอาหารตามเส้นทางที่เดินทางผ่าน	-	-	1 (2.9)	-

ตารางที่ 32 (ต่อ)

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
จำนวนค่าใช้จ่าย				
หลักร้อยละบาท	85 (58.6)	31 (41.9)	19 (55.9)	82 (55.8)
หลักพันบาท	49 (33.8)	42 (56.8)	12 (35.3)	52 (35.4)
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	9 (6.2)	-	3 (8.8)	13 (8.8)
หลักหมื่นบาท	2 (1.4)	1 (1.3)	-	-
ลักษณะค่าใช้จ่าย				
ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	61 (44.2)	37 (53.6)	15 (51.7)	72 (51.8)
ค่ารถ/ค่าน้ำมัน	60 (43.5)	17 (24.6)	8 (27.6)	43 (30.9)
ค่าทำบุญ	6 (4.4)	5 (7.3)	6 (20.7)	2 (1.4)
ค่าเครื่องเล่นในสวนสนุก	-	6 (8.7)	-	10 (7.2)
ค่าบริการ/ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	6 (4.4)	-	-	7 (5.1)
ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น	4 (2.8)	4 (5.8)	-	4 (2.9)
ค่าชมภาพยนตร์	1 (0.7)	-	-	1 (0.7)

4.6 อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านระดับ
ความพึงพอใจสาเหตุของความพึงพอใจในระดับน้อย ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยว
ในจังหวัดปทุมธานีอีก และสาเหตุที่ไม่เที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี
ในระดับปานกลาง โดยทุกกลุ่มแสดงความไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก
ทั้งนี้กลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวคาดว่าจะเที่ยวอีกสูงกว่ากลุ่มอื่นคือร้อยละ 47.1 ในขณะที่
กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท ระบุว่าจะไม่เที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก
สูงกว่ากลุ่มอื่นคือร้อยละ 4.8

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 33 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพต่างๆ จำแนกตามระดับความ
พึงพอใจ และความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

รายการ	อาชีพ			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
ระดับความพึงพอใจ				
พอใจปานกลาง	89 (61.4)	44 (59.5)	20 (58.9)	90 (61.2)
พอใจมาก	54 (37.2)	28 (37.8)	13 (38.2)	57 (38.8)
พอใจน้อย	2 (1.4)	2 (2.7)	1 (2.9)	-
ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจ.ปทุมธานีอีก				
ไม่แน่ใจ	79 (54.5)	39 (52.7)	17 (50.0)	92 (62.6)
คาดว่าจะเที่ยวอีก	59 (40.7)	34 (45.9)	16 (47.1)	53 (36.1)
ไม่เที่ยวอีกเลย	7 (4.8)	1 (1.4)	1 (2.9)	2 (1.3)

5. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ระดับการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้จัดแบ่งกลุ่มระดับการศึกษาเป็น 4 กลุ่ม คือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

5.1 ระดับการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

นักท่องเที่ยวในทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่า 3 ครั้ง โดยกลุ่มผู้มีการศึกษาดังแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะมีการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มอื่น

ในด้านเกณฑ์การเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจจากเกณฑ์ด้านความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่กลุ่มผู้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาขึ้นไปส่วนใหญ่เลือกจากเกณฑ์ด้านสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก และทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากการจูงใจจากคำชักชวนของเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จักมากที่สุด รองลงมาคือข่าวสารจากวิทยุหรือโทรทัศน์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 34 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตาม
 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ใน
 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยว
 ในจังหวัดปทุมธานี

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว				
มากกว่า 3 ครั้ง	15 (65.3)	45 (50.6)	136 (51.7)	17 (68.0)
ครั้งแรก	6 (26.1)	25 (28.0)	74 (28.1)	5 (20.0)
ครั้งที่ 2	1 (4.3)	8 (9.0)	37 (14.1)	1 (4.0)
ครั้งที่ 3	1 (4.3)	11 (12.4)	16 (6.1)	2 (8.0)
การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว				
ไม่ได้ตัดสินใจด้วยตัวเอง	14 (60.9)	56 (62.9)	153 (58.2)	15 (60.0)
ตัดสินใจด้วยตนเอง/มีส่วนร่วม	9 (39.1)	33 (26.1)	110 (41.8)	10 (40.0)
เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว				
สภาพ/ลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	4 (17.4)	36 (40.5)	106 (40.3)	8 (32.0)
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	7 (30.4)	17 (19.1)	58 (22.1)	3 (12.0)
ความเหมาะสมกับระยะเวลา	2 (8.7)	17 (19.1)	33 (12.5)	8 (32.0)

ตารางที่ 34 (ต่อ)

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
เพื่อนร่วมเดินทางที่ถูกต้อง	3 (13.0)	6 (6.7)	26 (9.9)	2 (8.0)
ความสะดวกสบายของการเดินทาง/ที่พัก	6 (26.1)	7 (7.9)	24 (9.1)	-
ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย	1 (4.4)	5 (5.6)	13 (4.9)	4 (16.0)
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	-	1 (1.1)	2 (0.8)	-
ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สิน	-	-	1 (0.4)	-
สื่อที่มีผลต่อการจูงใจ				
คำชักชวนจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	19 (82.7)	68 (76.5)	197 (74.9)	22 (88.0)
ข่าวสารจากวิทยุ/โทรทัศน์	2 (8.7)	8 (9.0)	24 (9.1)	2 (8.0)
เป็นผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น	1 (4.3)	7 (7.9)	17 (6.5)	-
บทความในหนังสือ/วารสารท่องเที่ยว	1 (4.3)	-	11 (4.1)	1 (4.0)
คำชักชวนจากอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา	-	3 (3.3)	8 (3.0)	-
คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	-	2 (2.2)	2 (0.8)	-
การเชิญชวนจากแผ่นพับ/ใบปลิว	-	1 (1.1)	2 (0.8)	-

ตารางที่ 34 (ต่อ)

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	-	-	1 (0.4)	-
คำแนะนำจากจังหวัดปทุมธานี	-	-	1 (0.4)	-

5.2 ระดับการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวในทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง โดยทุกกลุ่มหาข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จักในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน แต่มีข้อแตกต่างที่ชัดเจนคือกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะหาข้อมูลจากบทความ สารคดี หรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ขณะที่กลุ่มผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหาข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เคยเที่ยวแล้วในร้อยละที่สูงกว่ากลุ่มอื่น และทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 35 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว				
หาข้อมูลก่อนเดินทาง	12 (52.2)	59 (66.3)	165 (62.7)	15 (60.0)
ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง	11 (47.8)	30 (33.7)	98 (37.3)	10 (40.0)

ตารางที่ 35 (ต่อ)

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
แหล่งข้อมูล				
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	17 (74.0)	62 (69.7)	187 (71.1)	18 (72.0)
บทความ/สารคดี/รายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจาก หนังสือพิมพ์/วารสาร/วิทยุ/โทรทัศน์	1 (4.3)	7 (7.9)	42 (15.9)	5 (20.0)
คนในท้องถิ่น/ชาวบ้านที่อาศัยใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	2 (8.7)	5 (5.6)	13 (4.9)	2 (8.0)
นักท่องเที่ยวที่เคยมาแล้ว	3 (13.0)	8 (9.0)	6 (2.3)	-
ผู้บังคับบัญชา/อาจารย์	-	4 (4.5)	10 (3.8)	-
แผ่นพับ/ใบปลิวแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	-	2 (2.2)	3 (1.2)	-
อินเทอร์เน็ต	-	-	2 (0.8)	-
หนังสือคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	-	1 (1.1)	-	-
เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว				
เดินทางกับครอบครัว	13 (56.5)	52 (58.4)	129 (49.1)	13 (52.0)
เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	6 (26.1)	30 (33.7)	120 (45.6)	11 (44.0)
เดินทางคนเดียว	4 (17.4)	5 (5.6)	13 (4.9)	-
อื่นๆ ได้แก่ เดินทางกับอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา และกับกลุ่มนักท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	-	2 (2.3)	1 (0.4)	1 (4.0)

5.3 ระดับการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้าน วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรม ระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่ท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือ
หลีกเลี่ยงความจำเจในร้อยละที่สูงที่สุดของแต่ละกลุ่ม แต่วัตถุประสงค์รองลงมามีความแตกต่างกัน
คือในกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนาน
สูงกว่ากลุ่มอื่น ในขณะที่ผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษามีวัตถุประสงค์รองลงมาคือเพื่อประกอบ
กิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญในร้อยละสูงกว่ากลุ่มอื่น

ในด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยว
หลากหลายด้าน กล่าวคือ โบราณสถานหรือ โบราณวัตถุ และสภาพแวดล้อมที่ดี หรือไม่มีมลพิษ
เป็นสิ่งดึงดูดใจของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุด ในร้อยละที่เท่ากันคือ 26.0
ในขณะที่ โบราณสถานหรือ โบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา
หรือการทำบุญเป็นสิ่งดึงดูดใจของกลุ่มมัธยมศึกษาสูงสุดในร้อยละที่เท่ากันคือ 23.0
และยังพบอีกว่าสิ่งแวดล้อมที่ดีหรือ ไม่มีมลพิษเป็นสิ่งดึงดูดใจสูงสุดของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับ
ปริญญาตรีคือร้อยละ 19.4 ในขณะที่กลุ่มผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสนใจในด้าน
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติสูงที่สุดคือร้อยละ 21.0

สำหรับการทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา
ทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน กล่าวคือกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและระดับ
ปริญญาตรีจะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาหรือปฏิบัติธรรมหรือทำบุญสูงที่สุดคือร้อยละ 39.1
และ 15.6 ตามลำดับ กลุ่มผู้มีการศึกษาระดับมัศึกษามักชมธรรมชาติมากที่สุดคือร้อยละ 24.7
และกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีสนใจเล่นกีฬามากที่สุดคือร้อยละ 28.0 ทั้งนี้ทุกกลุ่ม
ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 3 ชั่วโมง ยกเว้นกลุ่มผู้มีการศึกษา
ระดับประถมศึกษาใช้เวลาเพียง 1 ชั่วโมงมากที่สุดคือร้อยละ 43.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 36 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว				
เพื่อผ่อนคลายความเครียด/หลีกเลี่ยงความจำเจ	10 (43.5)	45 (50.0)	96 (36.5)	14 (56.0)
เพื่อกิจกรรมทางศาสนา/การทำบุญ	6 (26.0)	8 (8.9)	33 (12.5)	-
เพื่อความบันเทิง/สนุกสนาน	1 (4.4)	9 (10.1)	30 (11.4)	2 (8.0)
เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต/เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	-	5 (5.6)	27 (10.3)	3 (12)
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน/ครอบครัว	1 (4.3)	3 (3.3)	22 (8.3)	4 (16)
เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน	1 (4.4)	4 (4.5)	16 (6.1)	-
เพื่อศึกษา/ค้นคว้า	4 (17.4)	2 (2.2)	9 (3.4)	1 (4.0)
เพื่อศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/ การเกษตร	-	2 (2.2)	11 (4.2)	-
เพื่อรักษาสุขภาพ	-	3 (3.3)	7 (2.7)	-
เพื่อศึกษาเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	-	3 (3.4)	5 (1.9)	-
เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ/เป็นเกียรติประวัติที่ได้ ท่องเที่ยว	-	3 (3.3)	3 (1.1)	-

ตารางที่ 36 (ต่อ)

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
อื่นๆ ได้แก่ เพื่อดูดวง อุปสมบทญาติ	-	2	2	-
รับประทานอาหารและซื้อของ		(2.2)	(0.8)	-
เพื่อการประชุม/สัมมนา	-	-	2	1
			(0.8)	(4.0)
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว				
โบราณสถาน/โบราณวัตถุ	6	21	49	5
	(26.0)	(23.6)	(18.6)	(20.0)
สภาพแวดล้อมที่ดี/ไม่มีมลพิษ	6	14	51	6
	(26.0)	(15.7)	(19.4)	(24.0)
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	3	21	32	7
	(13.0)	(23.6)	(12.2)	(21.0)
แหล่งท่องเที่ยววันเริง	1	11	43	1
	(4.3)	(12.3)	(16.3)	(4.0)
ศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	2	6	28	1
	(8.8)	(6.8)	(10.6)	(4.0)
แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา/ การทำบุญ	5	6	21	2
	(21.8)	(6.8)	(7.9)	(8.0)
ความรู้ทางวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	-	6	20	3
		(6.8)	(7.6)	(12.0)
ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	-	2	7	-
		(2.2)	(2.7)	
แหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก	-	2	7	-
		(2.2)	(2.7)	
อื่นๆ ได้แก่ ชื่อเสียงของหลวงปู่เทียน ศรีธธา	-	-	2	-
เจ้าอาวาส และรักษาโรค			(0.8)	
อาหารของท้องถิ่น			3	
			(1.2)	

ตารางที่ 36 (ต่อ)

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
การทำกิจกรรมระหว่างห้องเที่ยว				
ร่วมกิจกรรมทางศาสนา/ปฏิบัติธรรม/ทำบุญ	9 (39.1)	9 (10.1)	41 (15.6)	2 (8.0)
ชมธรรมชาติ	2 (8.7)	22 (24.7)	27 (10.3)	5 (25.0)
ชมโบราณสถาน/โบราณวัตถุ	4 (17.4)	14 (15.7)	31 (11.8)	4 (16.0)
ชมศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	3 (13.2)	11 (12.4)	26 (9.9)	1 (4.0)
ชมเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	1 (4.3)	8 (8.9)	25 (9.5)	4 (16.0)
เล่นกีฬา	2 (8.7)	4 (4.5)	25 (9.5)	7 (28.0)
เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก	1 (4.3)	7 (7.9)	25 (9.5)	-
ซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	-	3 (3.4)	25 (9.5)	-
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	1 (4.3)	4 (4.5)	11 (4.1)	-
เที่ยวสถานบันเทิง	-	3 (3.4)	12 (4.6)	1 (4.0)
รับประทานอาหารท้องถิ่น	-	-	8 (3.0)	1 (4.0)

ตารางที่ 36 (ต่อ)

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
รักษาสุขภาพ	-	3 (3.4)	4 (1.5)	-
ร่วมงานประเพณีของชุมชนท้องถิ่น	-	1 (1.1)	1 (0.4)	-
ปล่อยปลา	-	-	1 (0.4)	-
สนทนาธรรมกับพระ	-	-	1 (0.4)	-
ระยะเวลา				
มากกว่า 3 ชั่วโมง	8 (34.8)	29 (32.6)	103 (39.1)	12 (48.0)
1 ชั่วโมง	10 (43.5)	21 (23.6)	54 (20.6)	6 (24.0)
2 ชั่วโมง	-	18 (20.2)	48 (18.3)	6 (24.0)
3 ชั่วโมง	4 (17.4)	14 (15.7)	43 (16.3)	1 (4.0)
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	1 (4.3)	7 (7.9)	15 (5.7)	-

5.4 การศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านพาหนะ

เดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน

นักท่องเที่ยวกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ในขณะที่สองกลุ่มหลังนี้ มักจะเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางและรถของคนรู้จักหรือญาติหรือเพื่อนในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มแรก

ในด้านรูปแบบของการเดินทาง กลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ซึ่งสองกลุ่มหลังนี้จะพักค้างแรมในสัดส่วนที่สูงกว่าสองกลุ่มแรก โดยผู้ที่พักค้างแรมพบว่าทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่พักบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน ยกเว้นกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มักนิยมพักตามโรงแรม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 37 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตาม พาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักแรม

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
พาหนะเดินทาง				
รถยนต์ส่วนบุคคล	13 (56.6)	51 (57.3)	199 (75.7)	4 (88.0)
รถโดยสารประจำทาง	3 (13.0)	21 (23.6)	26 (9.9)	1 (4.0)
รถของคนรู้จัก/ญาติ/เพื่อน	3 (13.0)	9 (10.1)	17 (6.5)	1 (4.0)
รถจักรยานยนต์	2 (8.8)	2 (2.2)	6 (2.3)	-
รถบริษัทนำเที่ยว	-	3 (3.5)	6 (2.3)	-
รถเช่า	1 (4.3)	1 (1.1)	3 (1.1)	1 (4.0)
รถแท็กซี่	1 (4.3)	1 (1.1)	4 (1.5)	-
รวมมหาวิทยาลัย	-	-	2 (0.7)	-
เรือ	-	1 (1.1)	-	-

ตารางที่ 37 (ต่อ)

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ระยะเวลาการเดินทาง				
ไป-กลับภายในวันเดียว	16 (69.6)	77 (86.5)	241 (91.6)	24 (96.0)
พักค้างแรม	7 (30.4)	11 (13.5)	22 (8.4)	1 (4.0)
สถานที่พักค้างแรม				
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	2 (50.0)	11 (78.6)	22 (95.7)	-
โรงแรม	-	2 (14.3)	1 (4.3)	1 (100.0)
วัด/โรงเรียน	2 (50.0)	-	-	-
บ้านเช่า	-	1 (7.1)	-	-

5.5 ระดับการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

นักท่องเที่ยวในกลุ่มระดับการศึกษาดังแต่ปริญญาตรีขึ้นไปนิยมรับประทานอาหารตามภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ขณะที่กลุ่มผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษามักจะรับประทานอาหารตามร้านอาหารธรรมดาทั่วไปในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

ในด้านจำนวนค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนหลักร้อย โดยกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่ารถหรือค่าน้ำมันรถในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ซึ่งสองกลุ่มหลังนี้จะใช้จ่ายเป็นค่าอาหารหรือเครื่องดื่มในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 38 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตาม
ค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
สถานที่รับประทานอาหาร				
ร้านอาหารทั่วไป	19 (82.8)	64 (72.0)	181 (68.9)	16 (64.0)
ภัตตาคาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	-	3 (3.4)	29 (11.0)	4 (16.0)
รถเข็น/แผงลอยใกล้แหล่งท่องเที่ยว	1 (4.3)	4 (4.5)	14 (5.3)	1 (4.0)
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	1 (4.3)	4 (4.5)	13 (4.9)	-
นำอาหารมาจากบ้าน	1 (4.3)	6 (6.8)	9 (3.4)	2 (8.0)
ร้านอาหารบนเรือ	-	2 (2.2)	7 (2.8)	1 (4.0)
วัดจัดเลี้ยง	-	2 (2.2)	3 (1.1)	-
โรงแรม	-	2 (2.2)	1 (0.4)	-
ข้าวกล่องบริการขณะทัศนศึกษา	1 (4.3)	2 (2.2)	-	-
ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า	-	-	3 (1.1)	-
กลับไปรับประทานอาหารที่บ้าน	-	-	3 (1.1)	-
ร้านอาหารตามเส้นทางที่เดินทางผ่าน	-	-	-	1 (4.0)

ตารางที่ 38 (ต่อ)

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
จำนวนค่าใช้จ่าย				
หลักร้อยละบาท	15 (65.2)	49 (55.1)	140 (53.2)	13 (52.0)
หลักพันบาท	6 (26.1)	27 (30.3)	110 (41.8)	12 (48.0)
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	2 (8.7)	11 (12.4)	12 (4.6)	-
หลักหมื่นบาท	-	2 (2.2)	1 (0.4)	-
ลักษณะค่าใช้จ่าย				
ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	14 (73.6)	51 (60.6)	110 (44.5)	10 (42.0)
ค่ารถ/ค่าน้ำมัน	3 (15.8)	20 (23.8)	93 (37.5)	12 (50.0)
ค่าทำบุญ	1 (5.3)	4 (4.8)	13 (5.2)	1 (4.0)
ค่าเครื่องเล่นในสวนสนุก	-	4 (4.8)	12 (4.8)	-
ค่าบริการ/ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	-	2 (2.4)	10 (4.0)	1 (4.0)
ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น	1 (5.3)	3 (3.6)	8 (3.2)	-
ค่าชมภาพยนตร์	-	-	2 (0.8)	-

5.6 ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้าน
ระดับความพึงพอใจ และความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่ม
ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปแสดงความไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี
อีกในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ซึ่งสองกลุ่มหลังมี
ความคาดหวังที่จะท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีกในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มแรก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 39 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จำแนกตาม
ระดับความพึงพอใจ และความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

รายการ	ระดับการศึกษา			
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ระดับความพึงพอใจ				
พอใจปานกลาง	14 (60.9)	42 (47.2)	173 (65.8)	14 (56.0)
พอใจมาก	9 (39.1)	47 (52.8)	85 (32.3)	11 (44.0)
พอใจน้อย	-	-	5 (1.9)	-
ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจ.ปทุมธานีอีก				
ไม่แน่ใจ	9 (39.1)	47 (52.8)	155 (58.9)	16 (64.0)
คาดว่าจะเที่ยวอีก	13 (56.5)	42 (47.2)	98 (37.3)	9 (36.0)
ไม่เที่ยวอีกเลย	1 (4.4)	-	10 (3.8)	-

6. รายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์เรื่องรายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกรายได้ของกลุ่มผู้ท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มรายได้ 5,001-15,000 บาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มรายได้ 15,001-25,000 บาทต่อเดือน

กลุ่มที่ 4 กลุ่มรายได้ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป

6.1 รายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว อำนวยการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว **เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี**

นักท่องเที่ยวในทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่าสามครั้ง โดยมากกว่าร้อยละ 50 ของทุกกลุ่มรายได้ ไม่ได้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ในด้านเกณฑ์การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่ามีแนวโน้มเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากเกณฑ์ด้านความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่าเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากเกณฑ์ด้านสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวในร้อยละที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ที่สูงกว่า

สำหรับสื่อที่มีผลต่อการจูงใจ พบว่าส่วนใหญ่คำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักเป็นสิ่งจูงใจของทุกกลุ่มรายได้ และยังพบว่าข่าวสารจากวิทยุหรือโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการจูงใจในกลุ่มผู้มีรายได้ตั้งแต่ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปในร้อยละที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 40 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนกตามความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีผลต่อการจูงใจเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว				
มากกว่า 3 ครั้ง	57 (47.9)	81 (54.0)	34 (46.6)	41 (70.7)
ครั้งแรก	42 (35.3)	36 (24.0)	19 (26.0)	13 (22.5)
ครั้งที่ 2	11 (9.2)	21 (14.0)	13 (17.8)	2 (3.4)
ครั้งที่ 3	9 (7.6)	12 (8.0)	7 (9.6)	2 (3.4)
การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว				
ไม่ได้ตัดสินใจด้วยตัวเอง	81 (68.1)	82 (54.7)	41 (56.2)	34 (59.6)
ตัดสินใจด้วยตนเอง/มีส่วนร่วม	38 (31.9)	68 (45.3)	32 (43.8)	24 (41.4)
เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว				
สภาพ/ลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	53 (44.5)	58 (38.7)	27 (36.9)	16 (27.6)
ความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	17 (14.3)	31 (20.7)	13 (17.8)	24 (41.4)
ความเหมาะสมกับระยะเวลา	15 (12.6)	28 (18.7)	12 (16.5)	5 (8.6)
เพื่อนร่วมทางที่ถูกต้อง	12 (10.1)	14 (9.3)	7 (9.6)	4 (6.9)
ความสะดวกสบายของการเดินทาง/ที่พัก	16 (13.5)	13 (8.6)	7 (9.6)	1 (1.7)

ตารางที่ 40 (ต่อ)

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
เพื่อนร่วมเดินทางที่ถูกต้อง	12 (10.1)	14 (9.3)	7 (9.6)	4 (6.9)
ความสะดวกสบายของการเดินทาง/ที่พัก	16 (13.5)	13 (8.6)	7 (9.6)	1 (1.7)
ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย	2 (1.7)	6 (4.0)	7 (9.6)	8 (13.8)
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3 (2.5)	-	-	-
ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สิน	1 (0.8)	-	-	-
สื่อที่มีผลต่อการจูงใจ				
คำชักชวนจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	98 (82.4)	107 (71.3)	53 (72.6)	48 (82.8)
ข่าวสารจากวิทยุ/โทรทัศน์	4 (3.4)	17 (11.3)	7 (9.6)	8 (13.8)
เป็นพลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น	7 (5.9)	9 (6.0)	8 (10.9)	1 (1.7)
บทความในหนังสือ/วารสารท่องเที่ยว	1 (0.8)	7 (4.7)	4 (5.5)	1 (1.7)
คำชักชวนจากอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา	6 (5.1)	5 (3.3)	-	-
คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	-	4 (2.7)	-	-
การเชิญชวนจากแผ่นพับ/ใบปลิว	1 (0.8)	1 (0.7)	1 (1.4)	-
คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	1 (0.8)	-	-	-
คำแนะนำจากจังหวัดปทุมธานี	1 (0.8)	-	-	-

6.2 รายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านการเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวในทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวโดยหาข้อมูลก่อนการเดินทางเมื่อเปรียบเทียบพบว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปเป็นกลุ่มที่ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทางสูงกว่ากลุ่มอื่นคือร้อยละ 48.3

ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่หาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลที่คล้ายคลึงกันคือหาข้อมูลจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก แต่มีข้อแตกต่างที่ชัดเจนคือกลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่า หาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบทความหรือสารคดี หรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์สูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า

สำหรับเพื่อนร่วมเดินทาง พบว่าทุกกลุ่มรายได้นิยมเดินทางกับครอบครัวสูงสุด รองลงมาคือเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 41 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว				
หาข้อมูลก่อนเดินทาง	78 (65.5)	93 (62.0)	50 (68.5)	30 (51.7)
ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง	41 (44.5)	57 (38.0)	23 (31.5)	28 (48.3)
แหล่งข้อมูล				
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	90 (75.6)	98 (65.3)	55 (75.4)	41 (70.7)
บทความ/สารคดี/รายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์/วารสาร/วิทยุ/โทรทัศน์	13 (10.9)	20 (13.3)	10 (13.7)	12 (20.7)
คนในท้องถิ่น/ชาวบ้านที่อาศัยใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	6 (5.1)	11 (7.3)	1 (1.4)	4 (6.9)

ตารางที่ 41 (ต่อ)

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
นักเที่ยวที่เคยมาแล้ว	3 (2.5)	10 (6.7)	3 (4.1)	1 (1.7)
ผู้บังคับบัญชา/อาจารย์	6 (5.1)	6 (4.0)	2 (2.7)	-
แผ่นพับ/ใบปลิวแนะนำแหล่งท่องเที่ยว		3 (2.0)	2 (2.7)	-
อินเทอร์เน็ต	-	2 (1.4)	-	-
หนังสือคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	1 (1.8)		-	-
เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว				
เดินทางกับครอบครัว	50 (50.5)	72 (48.0)	45 (61.6)	30 (51.7)
เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	53 (44.5)	65 (43.4)	23 (31.5)	26 (44.8)
เดินทางคนเดียว	3 (2.5)	13 (8.6)	4 (5.5)	2 (3.5)
อื่นๆ ได้แก่ เดินทางกับอาจารย์/ผู้บังคับบัญชา และกับกลุ่มนักท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	3 (2.5)	-	1 (1.4)	-

6.3 รายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือนมักจะเดินทางเพื่อศึกษาศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต หรือการเกษตร และเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อนสูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจสูงกว่า

ในด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไประบุว่าสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษเป็นสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวในร้อยละที่สูงกว่ากลุ่มอื่น

สำหรับการทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่านิยมเล่นกีฬาสูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่า ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่าจะชอบชมธรรมชาติ และเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุกในร้อยละที่สูงกว่าผู้มีรายได้สูงกว่า โดยส่วนใหญ่ทุกกลุ่มรายได้จะใช้ระยะเวลาสำหรับการทำกิจกรรมต่างๆ ขณะท่องเที่ยวมากกว่า 3 ชั่วโมง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 42 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว				
เพื่อผ่อนคลายความเครียด/หลีกเลี่ยงความจำเจ	42 (35.3)	67 (44.7)	29 (39.7)	27 (46.6)
เพื่อกิจกรรมทางศาสนา/การทำบุญ	19 (15.9)	9 (6.0)	12 (16.4)	7 (12.1)
เพื่อความบันเทิง/สนุกสนาน	14 (11.8)	16 (10.7)	5 (6.9)	7 (12.1)
เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต/เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	9 (7.6)	16 (10.7)	7 (9.6)	3 (5.2)

ตารางที่ 42 (ต่อ)

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน/ครอบครัว	8 (6.7)	6 (4.0)	5 (6.9)	11 (19.0)
เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน	9 (7.6)	7 (4.6)	5 (6.8)	-
เพื่อศึกษา/ค้นคว้า	3 (2.5)	12 (8.0)	1 (1.4)	-
เพื่อศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/ การเกษตร	6 (5.1)	5 (3.3)	1 (1.4)	1 (1.7)
เพื่อรักษาสภาพ	3 (2.5)	2 (1.3)	3 (4.1)	2 (3.4)
เพื่อศึกษาเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	3 (2.5)	3 (2.0)	2 (2.7)	-
เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ/เป็นเกียรติประวัติที่ได้ ท่องเที่ยว	2 (1.7)	4 (2.7)	-	-
อื่นๆ ได้แก่ เพื่อคูดวง อุปสมบทญาติ รับประทาน อาหารและชื้อของ	2 (1.7)	4 (2.7)	-	-
เพื่อการประชุม/สัมมนา	1 (0.8)	3 (2.0)	3 (4.1)	-
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว				
โบราณสถาน/โบราณวัตถุ	27 (22.7)	31 (20.7)	17 (23.3)	6 (10.3)
สภาพแวดล้อมที่ดี/ไม่มีมลพิษ	20 (16.8)	24 (16.0)	11 (15.1)	21 (36.2)
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	22 (18.5)	21 (14.0)	10 (13.7)	10 (17.4)

ตารางที่ 42 (ต่อ)

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
แหล่งท่องเที่ยวบนเทิง	17 (14.3)	24 (16.0)	11 (15.1)	4 (6.9)
ศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	6 (5.0)	15 (10.0)	8 (10.9)	8 (13.8)
แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา/ การทำบุญ	13 (10.9)	13 (8.7)	7 (9.6)	1 (1.7)
ความรู้ทางวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	6 (5.0)	14 (9.3)	5 (6.8)	4 (6.9)
ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	1 (0.9)	3 (2.0)	3 (4.1)	2 (3.4)
แหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก	3 (2.5)	5 (3.3)	-	1 (1.7)
อื่น ๆ ได้แก่ ซื้อเลี้ยงของหลวงปู่เทียน ศรีทราเจ้า อวาส และรักษาโรค	1 (0.9)	-	1 (1.4)	1 (1.7)
อาหารของท้องถิ่น	3 (2.5)	-	-	-
การทำกิจกรรมระหว่างแหล่งท่องเที่ยว				
ร่วมกิจกรรมทางศาสนา/ปฏิบัติธรรม/ทำบุญ	21 (17.6)	16 (10.7)	18 (24.7)	6 (10.3)
ชมธรรมชาติ	21 (17.6)	24 (16.0)	7 (9.6)	4 (6.9)
ชมโบราณสถาน/โบราณวัตถุ	22 (18.5)	20 (13.3)	7 (9.6)	4 (6.9)
ชมศิลปะ/วัฒนธรรม/ประเพณี/วิถีชีวิต/การเกษตร	8 (6.7)	22 (14.7)	8 (10.9)	3 (5.2)

ตารางที่ 42 (ต่อ)

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
ชมเทคโนโลยี/ภูมิปัญญาไทย	9	15	7	7
เล่นกีฬา	(7.6)	(10.0)	(9.6)	(12.1)
เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก	1	9	7	21
	(0.8)	(6.0)	(9.6)	(36.2)
ซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	12	14	4	3
	(10.1)	(9.3)	(5.5)	(5.2)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	5	14	6	-
	(4.2)	(9.3)	(8.2)	
เที่ยวสถานบันเทิง	10	4	2	3
	(8.4)	(2.7)	(2.7)	(5.2)
รับประทานอาหารท้องถิ่น	5	5	3	1
	(4.2)	(3.3)	(4.1)	(1.7)
รักษาสุขภาพ	2	5	1	1
	(1.7)	(3.3)	(1.4)	(1.7)
ร่วมงานประเพณีของชุมชนท้องถิ่น	2	1	3	1
	(1.7)	(0.7)	(4.1)	(1.7)
ปล่อยปลา	1	-	-	1
	(0.9)			(1.7)
สนทนาธรรมกับพระ	-	1	-	-
		(0.7)		
	-	-	-	1
				(1.7)

ตารางที่ 42 (ต่อ)

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
ระยะเวลา				
มากกว่า 3 ชั่วโมง	31 (26.1)	62 (41.3)	29 (39.7)	30 (51.7)
1 ชั่วโมง	28 (23.5)	32 (21.3)	23 (31.6)	8 (13.8)
2 ชั่วโมง	24 (20.2)	28 (18.7)	12 (16.4)	8 (13.8)
3 ชั่วโมง	23 (19.3)	22 (14.7)	6 (8.2)	11 (19.0)
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	13 (10.9)	6 (4.0)	3 (4.1)	1 (1.7)

6.4 รายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านพาหนะเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักผ่อน

นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่าเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคลในร้อยละ ที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่าจะเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง และรถของครอบครัว ญาติ หรือเพื่อน ในร้อยละที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่า

ในด้านระยะเวลาเดินทาง กลุ่มผู้มีรายได้สูงมักจะนิยมเดินทางไปและกลับภายในวันเดียว ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่าจะพักค้างแรมในร้อยละที่สูงกว่าผู้มีรายได้สูงกว่า

สำหรับสถานที่พักผ่อน พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูงมักจะพักโรงแรมในร้อยละที่สูงกว่า กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า ส่วนผู้มีรายได้ต่ำกว่ามักจะพักบ้านญาติหรือบ้านเพื่อนในร้อยละที่สูงกว่า กลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 43 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนกตามพาหนะ
เดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสถานที่พักแรม

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
พาหนะเดินทาง				
รถยนต์ส่วนบุคคล	68 (57.1)	95 (63.3)	64 (87.6)	58 (100.0)
รถโดยสารประจำทาง	21 (17.6)	27 (18.0)	3 (4.1)	-
รถของคนรู้จัก/ญาติ/เพื่อน	20 (16.8)	9 (6.0)	1 (1.4)	-
รถจักรยานยนต์	1 (0.9)	8 (5.3)	1 (1.4)	-
รถบริษัทนำเที่ยว	4 (3.3)	4 (2.7)	1 (1.4)	-
รถเช่า	-	3 (2.0)	3 (4.1)	-
รถแท็กซี่	2 (1.7)	4 (2.7)	-	-
รถมหาวิทยาลัย	2 (1.7)	-	-	-
เรือ	1 (0.9)	-	-	-
ระยะเวลาการเดินทาง				
ไป-กลับภายในวันเดียว	102 (85.7)	134 (90.0)	65 (89.1)	57 (98.3)
พักค้างแรม	17 (14.3)	15 (10.0)	8 (10.9)	1 (1.7)

ตารางที่ 43 (ต่อ)

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
สถานที่พักค้างแรม				
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	14 (82.4)	15 (93.8)	6 (75.0)	-
โรงแรม	1 (5.9)	1 (6.2)	1 (12.5)	1 (100.0)
วัด/โรงเรียน	2 (11.7)	-	-	-
บ้านเช่า	-	-	1 (12.5)	-

6.5 รายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านสถานที่
รับประทานอาหาร จำนวนค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มรายได้มีความคล้ายคลึงกันคือส่วนใหญ่รับประทานอาหารตาม
ร้านอาหารทั่วไป แต่มีข้อแตกต่างที่ชัดเจนคือกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่ามักจะนำอาหารมาจากบ้าน
ในร้อยละที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่า ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ตั้งแต่ 15,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป
นิยมรับประทานอาหารตามภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

ในด้านจำนวนค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวน
หลักร้อย ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้ตั้งแต่ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปมีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนหลักพัน
สูงกว่ากลุ่มรายได้อื่น โดยลักษณะค่าใช้จ่ายของทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่จ่ายสำหรับค่าอาหาร
หรือเครื่องดื่ม รองลงมาเป็นค่ารถหรือค่าน้ำมันรถ ทั้งนี้ยังพบอีกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ตั้งแต่
15,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปจะใช้จ่ายเป็นค่าทำบุญสูงกว่ากลุ่มอื่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 44 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนกตามค่าใช้จ่าย และลักษณะค่าใช้จ่าย

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
สถานที่รับประทานอาหาร				
ร้านอาหารทั่วไป	79 (66.4)	107 (71.3)	48 (65.8)	46 (79.4)
ภัตตาคาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	8 (6.7)	12 (8.0)	10 (13.6)	6 (10.3)
รถจีน/แผงลอยใกล้แหล่งท่องเที่ยว	6 (5.0)	9 (6.0)	5 (6.9)	-
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	8 (6.7)	8 (5.3)	2 (2.7)	-
นำอาหารมาจากบ้าน	8 (6.7)	6 (4.0)	3 (4.1)	1 (1.7)
ร้านอาหารบนเรือ	3 (2.5)	3 (2.0)	2 (2.7)	2 (3.4)
วัดจัดเลี้ยง	2 (1.7)	2 (1.3)	1 (1.4)	-
โรงแรม	2 (1.7)	1 (0.7)	-	-
ข้าวกล่องบริการขณะทัศนศึกษา	2 (1.7)	1 (0.7)	-	-
ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า	-	-	-	3 (5.2)
กลับไปรับประทานอาหารที่บ้าน	1 (0.9)	1 (0.7)	1 (1.4)	-
ร้านอาหารตามเส้นทางที่เดินทางผ่าน	-	-	1 (1.4)	-

ตารางที่ 44 (ต่อ)

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
จำนวนค่าใช้จ่าย				
หลักร้อยละบาท	70 (58.8)	85 (56.7)	41 (56.1)	21 (36.2)
หลักพันบาท	34 (28.6)	55 (36.7)	31 (42.5)	35 (60.4)
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	15 (12.6)	8 (5.3)	1 (1.4)	1 (1.7)
หลักหมื่นบาท	-	2 (1.3)	-	1 (1.7)
ลักษณะค่าใช้จ่าย				
ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	66 (61.7)	58 (41.4)	30 (41.1)	31 (56.4)
ค่ารถ/ค่าน้ำมัน	30 (28.0)	53 (37.9)	32 (43.9)	13 (23.7)
ค่าทำบุญ	2 (1.9)	6 (4.3)	7 (9.6)	4 (7.3)
ค่าเครื่องเล่นในสวนสนุก	5 (4.7)	9 (6.4)	-	2 (3.6)
ค่าบริการ/ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	-	8 (5.7)	2 (2.7)	3 (5.4)
ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น	4 (3.7)	4 (2.9)	2 (2.7)	2 (3.6)
ค่าชมภาพยนตร์	-	2 (1.4)	-	-

6.6 รายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวด้านระดับ
ความพึงพอใจ และความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางมากที่สุด
รองลงมารู้สึกพอใจในระดับมาก โดยมากกว่าร้อยละ 50 ในทุกกลุ่มรายได้แสดงความไม่แน่ใจ
ว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก และส่วนที่เหลือระบุว่าคาดว่าจะเที่ยวในจังหวัด
ปทุมธานีอีก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางที่ 45 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในกลุ่มรายได้ต่างๆ จำแนกตาม
ระดับความพึงพอใจ และความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

รายการ	รายได้			
	กลุ่มที่1	กลุ่มที่2	กลุ่มที่3	กลุ่มที่4
ระดับความพึงพอใจ				
พอใจปานกลาง	69 (57.9)	93 (62.0)	47 (64.4)	34 (58.6)
พอใจมาก	50 (42.1)	56 (37.3)	23 (31.5)	23 (39.7)
พอใจน้อย	-	1 (0.7)	3 (4.1)	1 (1.7)
ความคาดหวังที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจ.ปทุมธานีอีก				
ไม่แน่ใจ	65 (54.6)	87 (58.0)	40 (54.8)	35 (60.3)
คาดว่าจะเที่ยวอีก	50 (42.0)	57 (38.0)	32 (43.8)	23 (39.7)
ไม่เที่ยวอีกเลย	4 (3.4)	6 (4.0)	1 (1.4)	-

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ระเบียบวิธีวิจัยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีด้วยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวเป็นสามประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนสถาน และแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับแหล่งท่องเที่ยวทั้งสามประเภทตามที่ได้แบ่งชั้นไว้ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจำนวน 10 แห่ง แล้วกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Quota Sampling) นักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง 40 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างรวม 400 คน

การรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Closed Questions) และปลายเปิด (Open-ended Questions) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี แบบสอบถามที่สร้างขึ้นผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ตามเนื้อหา โครงสร้างและภาษาที่ใช้จากผู้เชี่ยวชาญ และการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) แจกแจงเป็นค่าความถี่และค่าร้อยละ โดยนำเสนอด้วยตารางเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งนำเสนอด้วยตารางไขว้ (Cross Tabulation) เพื่ออธิบายเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง โดยประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยจำแนกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่านักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 15-24 ปีมากที่สุด รองลงมาคืออายุระหว่าง 25-34 ปี และอายุ 35-44 ปี กระจายอยู่ทุกอาชีพ โดยเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทมากที่สุด รองลงมาเป็นนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย และอาชีพเกษตรกรกรรมและรับจ้าง ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-15,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีสถานภาพไม่สมรส (ซึ่งหมายถึงคนโสด หม้าย หรือหย่าร้าง) มากกว่าสถานภาพสมรส อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด และประกอบกิจกรรมยามว่างที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยว รองลงมาคือดูภาพยนตร์หรือฟังเพลงที่บ้าน เล่นกีฬา และไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้าตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี มากกว่าสามครั้ง ที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก และเคยเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งที่สอง ส่วนใหญ่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง เกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเรียงตามลำดับคือสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมกับระยะเวลา และเพื่อนเดินทางที่ถูกใจ สื่อที่มีผลต่อการูงใจที่เด่นๆ คือ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จัก ข่าวสารจากวิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น และบทความในหนังสือหรือวารสารท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวโดยหาข้อมูลก่อนการเดินทางจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จักมากที่สุด รองลงมาหาข้อมูลจากบทความหรือสารคดีหรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสารวิทยุ หรือโทรทัศน์ และส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว

สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญเรียงตามลำดับคือ เพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ เพื่อร่วมกิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญ และเพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนาน สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวที่เด่นๆ คือ โบราณสถานหรือโบราณวัตถุ สภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่ดี

มลพิษ และแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และพบว่านักท่องเที่ยวทำกิจกรรมเด่นๆ ระหว่างท่องเที่ยวคือร่วมกิจกรรมทางศาสนาหรือปฏิบัติธรรมหรือทำบุญ ชมธรรมชาติ ชม โบราณสถานหรือโบราณวัตถุ และชมศิลปะหรือวัฒนธรรมหรือประเพณีหรือวิถีชีวิตหรือการเกษตร ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากกว่าสามชั่วโมง

ด้านยานพาหนะ นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะที่หลากหลายเรียงตามลำดับคือรถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง รถของคนรู้จักหรือญาติหรือเพื่อน และรถจักรยานยนต์ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวมากกว่าพักค้างแรม ขณะเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าตามร้านอาหารทั่วไปมากที่สุด รองลงมารับประทานอาหารเช้าตามภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายจำนวนมากที่สุด ลักษณะของค่าใช้จ่ายเด่นๆ เรียงตามลำดับคือ ค่าอาหารหรือเครื่องดื่ม ค่ารถหรือค่าน้ำมัน และค่าทำบุญ

นอกจากนั้น ยังพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และแสดงความไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก ที่เหลือคือนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางท่องเที่ยวอีก มีเพียงส่วนน้อยที่ระบุว่าไม่เที่ยวที่จังหวัดปทุมธานีอีก โดยให้เหตุผลเรียงตามลำดับคือแหล่งท่องเที่ยวไม่น่าสนใจ ไม่สะดวกในการเดินทางเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกล สุขภาพไม่เอื้ออำนวย และต้องการเปลี่ยนไปเที่ยวที่อื่นบ้าง

ขณะเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประสบปัญหาเด่นๆ ที่พบ ได้แก่ ภาษีบอกรถไม่ชัดเจน การเดินทางไม่สะดวก สภาพถนนไม่ดี สถานที่รับประทานอาหารเช้าหรือไม่มีที่รับประทานอาหารเช้าในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง และขาดการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 ระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

พบว่าโดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในแต่ละประเด็นที่น้อยค่อนข้างน้อยมาก เรื่องที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความรู้มากที่สุดสามอันดับแรกคือ มีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับเมืองสามโคกในอดีต หรือปทุมธานี ในปัจจุบันหนาแน่นไปด้วยชาวมอญ โดยเฉพาะในย่านบ้านกระแซงเคยเป็นศูนย์กลางการค้าในอดีตเป็นตลาดที่ค้าขายกันในท้องน้ำจึงเรียกว่า “ตลาดน้ำบ้านกระแซง” เรือทุกชนิดต้องจอดเพื่อส่งสินค้าและรับส่งผู้โดยสาร รองลงมาทราบว่าวัดท้ายเกาะใหญ่ ตำบลท้ายเกาะ อำเภอสามโคก มีเจดีย์ทรงรามัญแบบชเวดากองพม่าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดปทุมธานี และทราบว่าคลองประปาปทุมธานีขุดขึ้นในสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อนำน้ำเข้าโรงประปาที่สามเสน ทำให้ประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลได้น้ำประปา

ส่วนเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวมีความรู้ที่น้อยที่สุดสามอันดับแรกคือนักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าแพขาวเป็นส่วนหนึ่งของจวนข้าหลวง สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ.2460 ใช้เป็นเรือนรับรองแขกตั้งอยู่ริมแม่น้ำ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 8 และรัชกาลที่ 9 ขณะดำรงตำแหน่งพระเจ้าน้องยาเธอเคยเสด็จประทับพักผ่อนอิริยาบถเมื่อคราวเสด็จไปจังหวัดปทุมธานีเมื่อ 8 พฤษภาคม 2489 รองลงมาไม่ทราบว่าจังหวัดปทุมธานีตั้งมานานประมาณ 318 ปี (พ.ศ.2203-2521) ตั้งแต่สมัยพระนารายณ์มหาราช และยกเสาหลักเมืองเมื่อ 23 สิงหาคม 2521 และไม่ทราบว่าคลองลัดเตร็ดหรือคลองลัดเกร็ดที่ขุดขึ้นในสมัยอยุธยาตั้งแต่ท้ายบ้านสามโคกหน้าวัดไก่อ๊ตไปสิ้นสุดที่หน้าวัดศาลเจ้า ความยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ปัจจุบันกลายเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

1. เพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พบว่านักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่าสามครั้ง นักท่องเที่ยวชายมีอำนาจการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยนักท่องเที่ยวชายเลือกตัดสินใจจากเกณฑ์ด้านความเหมาะสมกับค่าใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง ขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงคำนึงถึงสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่า การตัดสินใจดังกล่าว นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงได้รับอิทธิพลจากสื่อที่คล้ายคลึงกันเรียงตามลำดับคือคำชักชวนของเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จัก ข่าวสารจากวิทยุหรือโทรทัศน์ และเป็นผลพลอยได้จากกิจกรรมอื่น

ในการเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่มีการเตรียมตัว โดยหาข้อมูลก่อนการเดินทางจากแหล่งข้อมูลที่คล้ายคลึงกันเรียงตามลำดับคือเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จัก บทความหรือสารคดีหรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุหรือโทรทัศน์ และคนในท้องถิ่นหรือชาวบ้านที่อาศัยใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว

สำหรับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกันคือเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ แต่ที่แตกต่างกันคือนักท่องเที่ยวหญิงมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนานและเพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญสูงกว่านักท่องเที่ยวชาย ขณะที่นักท่องเที่ยวชายมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนหรือครอบครัวสูงกว่า สภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษเป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวชายสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง ส่วนนักท่องเที่ยวหญิงสนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติสูงกว่า ขณะท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชายหญิงทำกิจกรรมที่คล้ายคลึงกัน

ที่เด่นๆ คือร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรมหรือทำบุญ และชมธรรมชาติ แต่ที่แตกต่างกันคือนักท่องเที่ยวชายนิยมเล่นกีฬาสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง ขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงมักจะเที่ยวสถานบันเทิงสูงกว่า โดยรวมทั้งนักท่องเที่ยวชายและหญิงใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวมากกว่าสามชั่วโมง

นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นหลัก นักท่องเที่ยวหญิงมักเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวสูงกว่านักท่องเที่ยวชาย ขณะที่นักท่องเที่ยวชายมักจะพักค้างแรมที่บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน และนิยมรับประทานอาหารที่ภัตตาคารหรือร้านที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง ส่วนนักท่องเที่ยวหญิงมักจะนำอาหารมาจากบ้าน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชายมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยใช้จ่ายสำหรับค่ารถหรือค่าน้ำมันรถเป็นหลัก ขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารหรือเครื่องดื่ม และค่าบริการหรือค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่า

ในด้านความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวชายมีความพึงพอใจในระดับปานกลางสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง ขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดกว่า ทั้งนักท่องเที่ยวชายและหญิงแสดงความคาดหวังว่าจะท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีกไม่แตกต่างกัน แต่ที่แตกต่างกันคือนักท่องเที่ยวชายแสดงความไม่แน่ใจว่าจะเที่ยวอีกสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง

2. อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พบว่านักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่าสามครั้ง กลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการตัดสินใจด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มอื่น ทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจากเกณฑ์ด้านสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวโดยสื่อที่มีผลต่อการจูงใจที่สำคัญที่สุดในทุกกลุ่มอายุคือคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จัก ทุกกลุ่มอายุมีการเตรียมตัวโดยหาข้อมูลก่อนการเดินทางจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลคือจากเพื่อนหรือญาติ หรือคนรู้จักมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งข้อมูลประเภทบทความ สารคดี หรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์ และนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่มักเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว รองลงมาเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน และเดินทางคนเดียว โดยกลุ่มอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไปเดินทางกับครอบครัวสูงกว่ากลุ่มอายุ 15-24 ปี ซึ่งกลุ่ม 15-24 ปีนิยมเดินทางกับเพื่อนมากกว่ากลุ่มอื่น

ในด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ ขณะที่กลุ่มอายุ 15-24 ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนาน ส่วนกลุ่มอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประกอบ

กิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญเป็นหลัก โดยแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจ สูงที่สุดของกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป ในขณะที่วัยรุ่นกลุ่ม 15-24 ปี สนใจแหล่งท่องเที่ยวบันเทิง ส่วนกลุ่มอายุ 55-64 ปี ให้ความสำคัญแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือ การทำบุญ ซึ่งผลการศึกษามีความสัมพันธ์กับการทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวคือ นักท่องเที่ยว กลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป นิยมชมธรรมชาติ กลุ่มอายุ 55-64 ปี มักเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรม หรือทำบุญ ส่วนกลุ่มอายุ 15-24 ปี มุ่งทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก ทั้งนี้ ทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวมากกว่า 3 ชั่วโมง ยกเว้น กลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่จะใช้เวลาท่องเที่ยวเพียงหนึ่งชั่วโมงเท่านั้น

สำหรับพาหนะในการเดินทาง นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ ส่วนบุคคล และนิยมเดินทางไปและกลับภายในวันเดียว กรณีที่มีการพักผ่อน กลุ่มอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป นิยมพักค้างแรมมากกว่ากลุ่มอื่น โดยเลือกพักบ้านญาติหรือบ้านเพื่อนมากกว่าสถานที่พัก ค้างแรมประเภทอื่นๆ ขณะเดินทางท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุเลือกรับประทานอาหารตาม ร้านอาหารธรรมดาทั่วไป ทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนหลักร้อย ยกเว้น กลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนหลักพัน สูงกว่ากลุ่มอื่น โดยค่าอาหารหรือค่าเครื่องดื่ม เป็นค่าใช้จ่ายหลักของกลุ่มอายุ 15-24 ปี 25-34 ปี 45-54 ปี และ 65 ปีขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มอายุ 35-44 ปี ใช้จ่ายสำหรับค่ารถหรือค่าน้ำมันรถเป็นส่วนใหญ่ และกลุ่มอายุ 55-64 ปี ใช้จ่ายเป็น ค่าทำบุญเป็นหลัก

ส่วนด้านความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่มีความพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นกลุ่ม 25-44 ปี มีความพอใจน้อย อย่างไรก็ตาม กลุ่มอายุ 65 ปี ขึ้นไปส่วนใหญ่คาดว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก ขณะที่กลุ่ม 15-24 ปี ส่วนใหญ่ แสดงความไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวอีก

3. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้ที่สมรสและไม่สมรสเคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี มากกว่า 3 ครั้ง กลุ่มผู้ที่สมรสมีอำนาจการตัดสินใจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก แหล่งท่องเที่ยวสูงกว่าผู้ที่ไม่สมรส โดยเลือกจากเกณฑ์ด้านความสะดวกสบายของการเดินทาง หรือที่พักเป็นหลัก และส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากคำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก ขณะที่ กลุ่มที่ไม่สมรสส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจจากเกณฑ์ด้านสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่ง ท่องเที่ยว โดยได้รับอิทธิพลการชักจูงใจจากข่าวสารจากวิทยุหรือโทรทัศน์ และผลพลอยได้จาก กิจกรรมอื่น

ในการเดินทางแต่ละครั้ง กลุ่มที่สมรสมีการเตรียมตัวโดยหาข้อมูลก่อนการเดินทางสูงกว่ากลุ่มที่ไม่สมรส โดยส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากบทความ สารคดี หรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุหรือโทรทัศน์ และข้อมูลบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี และนิยมเดินทางกับครอบครัว ขณะที่กลุ่มที่ไม่สมรสส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลสื่อบุคคลประเภทเพื่อน ญาติ หรือคนที่รู้จัก และมักเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน

สำหรับวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ ประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือทำบุญ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนหรือครอบครัว และเยี่ยมญาติหรือเพื่อนสูงกว่ากลุ่มผู้ไม่สมรส ขณะที่กลุ่มที่ไม่สมรสมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงหรือความสนุกสนาน และเพิ่มประสบการณ์ชีวิตหรือเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวนี้มีความสอดคล้องกับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวและการทำกิจกรรม ณ แหล่งท่องเที่ยวคือ โบราณสถานหรือโบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนาเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มสมรส และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยว โดยเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรมหรือทำบุญสูงกว่ากลุ่มที่ไม่สมรส ขณะที่กลุ่มที่ไม่สมรสส่วนใหญ่ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิง จึงนิยมเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุกและเที่ยวสถานบันเทิงสูงกว่า

ในด้านยานพาหนะ กลุ่มที่ไม่สมรสและกลุ่มสมรสส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล กลุ่มที่ไม่สมรสจะเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวสูงกว่ากลุ่มที่สมรส ขณะที่กลุ่มที่สมรสมักจะพักค้างแรมสูงกว่า กรณีที่มีการพักค้างแรม ทั้งสองกลุ่มมักจะพักค้างแรมบ้านญาติหรือเพื่อนเป็นหลัก

ขณะเดินทางท่องเที่ยว ทั้งกลุ่มที่ไม่สมรสและกลุ่มสมรสส่วนใหญ่รับประทานอาหารตามร้านอาหารธรรมดาทั่วไป ใช้จ่ายด้วยเงินจำนวนหลักร้อยสำหรับจ่ายค่าอาหารหรือเครื่องดื่มเป็นหลัก

ทั้งนี้ ทั้งสองกลุ่มจำนวนเกินกว่าครึ่งมีความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในระดับปานกลาง และส่วนใหญ่แสดงความไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีกหรือไม่ อย่างไรก็ตาม กลุ่มที่สมรสคาดว่าจะเที่ยวอีกสูงกว่ากลุ่มที่ไม่สมรส

4. อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พบว่านักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่าสามครั้ง และมักไม่ได้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนผู้ที่ตัดสินใจด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเวลานั้น กลุ่มที่มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำ ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทมีการตัดสินใจสูงกว่า

กลุ่มอื่น โดยกลุ่มเกษตรกรรมหรือรับจ้างเลือกตัดสินใจจากเกณฑ์ด้านความสะดวกเป็นหลัก ส่วนกลุ่มอื่นที่เหลือส่วนใหญ่เลือกจากเกณฑ์ด้านสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลการจูงใจจากคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ หรือคนรู้จัก

ในการเดินทางท่องเที่ยว ทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวโดยการหาข้อมูลก่อน การเดินทางจากแหล่งข้อมูลประเภทเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย และกลุ่มอาชีพเกษตรกรรม และรับจ้างส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว ขณะที่กลุ่มที่เหลือคือกลุ่มแม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา ข้าราชการบำนาญ และผู้สูงอายุ นิยมเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน คือเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ แต่มีความคิดเห็นแตกต่างกันต่อสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มอาชีพเกษตรกรรมและรับจ้างสนใจโบราณสถานหรือ โบราณวัตถุ และมัชมิมโบราณสถาน หรือ โบราณวัตถุ และร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรมหรือทำบุญ ขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ จึงมักจะชอบเล่นกีฬาในสภาพแวดล้อมที่ดีเป็นหลัก ส่วนข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทสนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จึงนิยมชมธรรมชาติ และชมเทคโนโลยีหรือภูมิปัญญาไทย และกลุ่มนักเรียนนักศึกษาสนใจแหล่งท่องเที่ยวบันเทิง จึงมักใช้เวลากับการเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก ทั้งนี้ทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวมากกว่าสามชั่วโมง

ในด้านยานพาหนะ นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นหลัก และมักจะเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวมากกว่าพักค้างแรม ส่วนผู้ที่พักค้างแรม พบว่าทุกกลุ่มอาชีพจะพักที่บ้านญาติหรือบ้านเพื่อนมากกว่าสถานที่พักแรมประเภทอื่น

ขณะเดินทางท่องเที่ยว ทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่ร้านอาหารธรรมดาทั่วไป และใช้จ่ายด้วยเงินจำนวนหลักร้อย ยกเว้นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย ส่วนใหญ่มักใช้จ่ายด้วยเงินจำนวนหลักพัน ซึ่งทุกกลุ่มอาชีพใช้จ่ายค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นหลัก

ทั้งนี้ทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ในระดับปานกลาง และแสดงความไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดปทุมธานีอีก อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวคาดว่าจะเที่ยวอีกสูงกว่ากลุ่มอื่น ขณะที่กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทระบุว่าจะไม่เที่ยวอีกเลย

5. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พบว่านักท่องเที่ยวทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่า 3 ครั้ง กลุ่มผู้มีการศึกษาดังแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะมีอำนาจการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มอื่น ทุกกลุ่มระดับการศึกษามักจะเลือกตัดสินใจจากสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก ยกเว้นกลุ่มระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจจากเกณฑ์ด้านความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยว และทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จัก

ในการเดินทาง ทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวโดยการหาข้อมูลก่อนการเดินทางจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว และเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจเป็นหลัก

สำหรับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มระดับการศึกษามีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน กลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน หรือโบราณวัตถุ และสภาพแวดล้อมที่ดี หรือไม่มีมลพิษ ขณะที่กลุ่มระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่สนใจโบราณสถาน หรือโบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา หรือทำบุญ ส่วนกลุ่มระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมที่ดี หรือไม่มีมลพิษ และกลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวแตกต่างกัน กลุ่มระดับประถมศึกษา และปริญญาตรีส่วนใหญ่จะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา หรือปฏิบัติธรรม ขณะที่กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่เล่นกีฬา ซึ่งทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวมากกว่า 3 ชั่วโมง ยกเว้นกลุ่มระดับประถมศึกษาใช้เวลาเพียงหนึ่งชั่วโมงเท่านั้น

ด้านยานพาหนะ นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และเดินทางไปและกลับในวันเดียวสูงกว่ากลุ่มระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ขณะที่สองกลุ่มหลังมักจะเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางและพักค้างแรมสูงกว่าสองกลุ่มแรก ในกรณีที่มีการพักค้างแรม ทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่นิยมพักค้างแรมบ้านญาติ หรือบ้านเพื่อน ยกเว้นกลุ่มระดับปริญญาตรีมักพักตามโรงแรมเป็นหลัก ขณะเดินทางนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่รับประทานอาหารตามร้านอาหารทั่วไป มีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนหลักร้อยสำหรับค่าอาหารหรือเครื่องดื่มเป็นหลัก

ทั้งนี้ ทุกกลุ่มระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยกลุ่มระดับปริญญาตรีขึ้นไปแสดงความไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีกสูงกว่ากลุ่มระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ซึ่งสองกลุ่มหลังมีความคาดหวังที่จะท่องเที่ยวอีกในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มแรก

6. รายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พบว่า นักท่องเที่ยวในทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากกว่าสามครั้ง และไม่ได้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง กลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่ามีแนวโน้มเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากเกณฑ์ด้านความสะอาดสูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า ซึ่งกลุ่มหลังนี้เลือกแหล่งท่องเที่ยวจากเกณฑ์ด้านสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มแรก ทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากคำชักชวนของเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักในการเดินทาง ทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวโดยหาข้อมูลก่อนการเดินทางจากแหล่งข้อมูลที่คล้ายคลึงกันคือ จากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก แต่มีข้อแตกต่างกันคือ กลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่าหาข้อมูลจากบทความ หรือสารคดีหรือรายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์ สูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า และทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว

สำหรับวัตถุประสงค์ของการเดินทาง กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือนมักจะท่องเที่ยวเพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตหรือการเกษตร และเพื่อเยี่ยมญาติ หรือเพื่อนสูงกว่ากลุ่มอื่น โดยทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี ไม่มีมลพิษ

ส่วนการทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่านิยมเล่นกีฬาสูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่า ขณะที่กลุ่มหลังจะชอบชมธรรมชาติ และเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุกสูงกว่ากลุ่มแรก โดยส่วนใหญ่ทุกกลุ่มรายได้ใช้เวลาสำหรับการทำกิจกรรมต่างๆ ขณะท่องเที่ยวมากกว่าสามชั่วโมง

ด้านยานพาหนะ และระยะเวลา กลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่านิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวสูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า ขณะที่กลุ่มหลังมักจะเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง และรถของคนรู้จัก หรือญาติ หรือเพื่อน และมักจะพักค้างแรมสูงกว่ากลุ่มแรก ในกรณีที่มีการพักค้างแรม กลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่าจะพักที่โรงแรมสูงกว่าผู้มีรายได้ต่ำกว่า

ขณะเดินทาง ทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่รับประทานอาหารตามร้านอาหารทั่วไป แต่มีข้อแตกต่างที่ชัดเจนคือ กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปนิยมรับประทานอาหารตามภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่ผู้มีรายได้ต่ำกว่ามักจะนำอาหารมาจากบ้าน

สำหรับจำนวนค่าใช้จ่าย ทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนหลักร้อย ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้สูงตั้งแต่ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปใช้จ่ายด้วยเงินจำนวนหลักพันสูงกว่ากลุ่มอื่น โดยลักษณะค่าใช้จ่ายของทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่จ่ายสำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นหลัก

ทั้งนี้ ทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเกินกว่าครึ่งของทุกกลุ่มรายได้แสดงความไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอีก

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำผลจากการวิจัยในประเด็นสำคัญด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาอภิปรายโดยอยู่บนพื้นฐานจากแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก โดยแบ่งการนำเสนอเป็นสองส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ บุคลิกภาพ และการรับรู้ และปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยจะอภิปรายผลการวิจัยตามแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยว (Internal Factors) เป็นปัจจัยที่เกิดจากความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ บุคลิกภาพ และการรับรู้ ดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivation)

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีด้วยเหตุผลที่สำคัญสามประการเรียงตามลำดับคือ เพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ เพื่อร่วมกิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญ และเพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนานนั้น

แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยแรงจูงใจทางด้านอารมณ์ (Emotional Motivation) และแรงจูงใจด้านศาสนา (Spiritual Motivation) มากกว่าแรงจูงใจภายในของนักท่องเที่ยวด้านอื่นๆ เช่น แรงจูงใจด้านความสัมพันธ์กับบุคคล (Interpersonal Motivation) และแรงจูงใจด้านสถานภาพและความมีชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Robinson (1978) ที่ระบุว่าแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เกิดจากความรู้สึกของนักท่องเที่ยว เช่น การหลีกเลี่ยงความจำเจของชีวิตและความเบื่อหน่ายจากการทำงาน และเพื่อนร่วมงาน ส่วนแรงจูงใจทางด้านศาสนาหมายรวมถึงการได้เดินทางไปประกอบพิธีทางศาสนาของนักท่องเที่ยว

1.2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Personality)

อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นนักท่องเที่ยวที่มีบุคลิกภาพที่ผสมผสานระหว่างบุคลิกภาพแบบผู้ตาม (The Guided) และแบบอิงกลุ่ม (The Groupie) ตามแนวคิดเกณฑ์การแบ่งประเภทบุคลิกภาพนักท่องเที่ยวของ Jackson (อ้างใน Holden, 2000) ที่แสดงทรรศนะว่า นักท่องเที่ยวที่มีบุคลิกภาพเช่นนี้ มักจะมีความระมัดระวัง มีการเตรียมความพร้อมก่อนเดินทาง นิยมมีเพื่อนร่วมเดินทาง และทำกิจกรรมเป็นกลุ่มร่วมกับผู้อื่น ซึ่งบุคลิกภาพดังกล่าว สะท้อนได้จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเตรียมตัวโดยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง และมักจะเดินทางกับครอบครัว และเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานมากกว่าเดินทางเพียงลำพัง

ทั้งนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรี บำรุงรัตนกุล (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของสื่อในโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร พบว่านักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นิยมเดินทางเป็นกลุ่มมากกว่าครั้งละ 3 คน และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพัง

1.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ (Perception)

จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หาข้อมูลก่อนการเดินทางจากแหล่งข้อมูลประเภทเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จัก และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีครั้งนี้ได้รับอิทธิพลจากคำชักชวนของเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จักมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Court และLupton (อ้างใน Sakai, 2000) ที่ระบุว่า การรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสาร (Information Sources) ประเภทข้อมูลข่าวสารจากปากต่อปาก (Word Of Mouth) จากสื่อบุคคล ซึ่งส่งผลต่อการเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด

2. ปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยว (External Factors) ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และด้านประชากรศาสตร์ ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีจากสภาพหรือลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวระบุว่า ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่สำคัญสามอันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็น โบราณสถานหรือ โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับการทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวที่เด่นๆ ที่พบคือ ร่วมกิจกรรมทางศาสนาหรือปฏิบัติธรรมหรือทำบุญ ชมธรรมชาติ และชมโบราณสถานหรือ โบราณวัตถุ

อย่างไรก็ตาม ผลจากการวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับความรู้ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้อมูลที่สำคัญเชิงประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภท โบราณสถานหรือ โบราณวัตถุดังกล่าว กลับพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี แต่ระดับที่ที่น้อยค่อนข้างน้อยมาก

จึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมักเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะที่ค่อนข้างฉาบฉวย โดยขาดความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองสนใจ ซึ่งอาจสันนิษฐานจากสาเหตุสองประการคือ ประการแรกอาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์หลักจากแรงจูงใจทางด้านอารมณ์ โดยมุ่งที่จะตอบสนองต่อความต้องการพักผ่อนเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจของชีวิตมากกว่าแรงจูงใจในด้านการพัฒนาตนเอง (Personal Development) ด้วยการเรียนรู้หรือแสวงหาความรู้ใหม่จากแหล่งท่องเที่ยว ดังผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ด้านต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย และสาเหตุอีกประการหนึ่งคือ แหล่งท่องเที่ยวหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจจะทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลเชิงลึกด้านคุณค่าสำคัญทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว โบราณสถานหรือ โบราณวัตถุยังน้อยหรือยังไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร ดังจะเห็นได้จากผลการวิจัยระบุว่า ปัญหาสำคัญอันดับต้นประการหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่ประสบระหว่างท่องเที่ยวคือ ปัญหาจากการขาดการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั่นเอง

2.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

จากแนวคิดของ Swarbrook และ Horner (1999) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และรูปแบบการดำรงชีวิต ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้

มีส่วนสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าวที่พบความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อความแตกต่างทางพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางประการ สรุปได้ดังนี้

2.2.1 ปัจจัยด้านเพศ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชายมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ จึงมักทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวโดยการเล่นกีฬา มีค่าใช้จ่ายสำหรับค่ารถหรือค่าน้ำมันรถสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง ขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มักจะชื่นชมกับธรรมชาติ รวมทั้งเที่ยวสถานบันเทิง และมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารหรือเครื่องดื่ม และค่าบริการหรือค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่า

2.2.2 ปัจจัยด้านอายุ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เป็นวัยรุ่นอายุระหว่าง 15- 24 ปีมักจะเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานสูงกว่านักท่องเที่ยววัยผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มหลังนิยมเดินทางกับครอบครัวสูงกว่า

ในด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนาน ขณะที่นักท่องเที่ยววัยผู้ใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจเป็นหลัก และกลุ่มอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปมักจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือการทำบุญ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวนี้ ส่งผลที่สอดคล้องกับการทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยว กล่าวคือนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่ทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิงหรือสนุกสนาน ขณะที่กลุ่มวัยผู้ใหญ่มักจะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรม หรือทำบุญ และชมธรรมชาติเป็นหลัก

2.2.3 ปัจจัยด้านสถานภาพสมรส

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่สมรสนิยมเดินทางกับครอบครัวสูงกว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่สมรส ขณะที่กลุ่มที่ไม่สมรสมักจะเดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานสูงกว่า กลุ่มที่สมรสสนใจแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา มีวัตถุประสงค์เพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ และต้องการประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรือทำบุญ จึงมักจะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรมหรือทำบุญสูงกว่ากลุ่มที่ไม่สมรส ขณะที่กลุ่มที่ไม่สมรสส่วนใหญ่ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิง มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงหรือความสนุกสนาน จึงนิยมเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุกและเที่ยวสถานบันเทิงสูงกว่า

2.2.4 ปัจจัยด้านอาชีพ

ผลการวิจัยพบว่า แม้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพจะมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกันคือ เพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ แต่มีข้อแตกต่างกันทางด้านความสนใจในประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จึงส่งผลให้การทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวแตกต่างกันด้วย ดังนี้

กลุ่มอาชีพเกษตรกรกรรมและรับจ้างสนใจ โบราณสถานหรือโบราณวัตถุ และมักชม โบราณสถาน หรือ โบราณวัตถุ และร่วมกิจกรรมทางศาสนา ปฏิบัติธรรมหรือทำบุญ ขณะที่กลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ จึงมักจะชอบเล่นกีฬาในสภาพแวดล้อมที่ดีเป็นหลัก ส่วนข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทสนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จึงนิยมชมธรรมชาติ และชมเทคโนโลยีหรือภูมิปัญญาไทย และกลุ่มนักเรียนนักศึกษาสนใจแหล่งท่องเที่ยวบันเทิง จึงมักใช้เวลากับการเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก

2.2.5 ปัจจัยด้านระดับการศึกษา

แม้ผลการวิจัยจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความสนใจต่อประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แต่มีข้อที่น่าสังเกตว่า ความสนใจดังกล่าวไม่ได้สอดคล้องกับพฤติกรรมด้านการทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวดังเช่นผลการวิจัยที่พบในปัจจัยด้านอายุและอาชีพ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภท โบราณสถานหรือ โบราณวัตถุ และสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ ขณะที่กลุ่มระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่สนใจ โบราณสถาน หรือ โบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา หรือทำบุญ ส่วนกลุ่มระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ และกลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวแตกต่างกัน กลุ่มระดับประถมศึกษาและปริญญาตรีส่วนใหญ่จะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา หรือปฏิบัติธรรม ขณะที่กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่เล่นกีฬา

2.2.6 ปัจจัยด้านรายได้

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างด้านวัตถุประสงค์นี้ไม่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการทำกิจกรรมขณะท่องเที่ยวเช่นเดียวกับผลการวิจัยด้านระดับการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือนมักจะท่องเที่ยวเพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตหรือการเกษตร และเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน

สูงกว่ากลุ่มอื่น โดยทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีหรือไม่มีมลพิษ

ส่วนการทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่านิยมเล่นกีฬาสูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่า ขณะที่กลุ่มหลังจะชอบชมธรรมชาติ และเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุกสูงกว่ากลุ่มแรก

ส่วนที่ 2 รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว

จากผลการวิจัย อาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่มีรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเป็นลักษณะการท่องเที่ยวส่วนบุคคลที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง กล่าวคือเป็นรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตนเองหรือกลุ่มของตนเอง เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลหรือยานพาหนะประเภทอื่น โดยสามารถกำหนดการเดินทางได้เองว่าจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใด เวลาไหน หรือเปลี่ยนแปลงได้ตามความต้องการของตนเอง และยังสามารถจัดหาบริการต่าง ๆ ระหว่างท่องเที่ยวได้เอง โดยไม่ต้องพึ่งพาจากผู้ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว

นอกจากนั้น ยังพบว่านักท่องเที่ยวมักจะเดินทางในระยะสั้นด้วยรูปแบบเดินทางไปและกลับภายในวันเดียว อาจจะเป็นเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพื้นที่ติดกับเขตจังหวัดปทุมธานี ทำให้นักท่องเที่ยวสะดวกในการเดินทางไปและกลับภายในวันเดียวมากกว่าพักค้างแรม

อย่างไรก็ตามแม้ผลการวิจัยจะพบว่ามีนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ตามต่างจังหวัด และเขตปริมณฑลอยู่บ้าง แต่ก็ยังเป็นจังหวัดพื้นที่ตั้งไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีเท่าใดนัก เช่น นนทบุรี สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา สิงห์บุรี และนครราชสีมา ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดต่าง ๆ ดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการเดินทางไปและกลับภายในวันเดียว มีส่วนน้อยที่พักค้างแรมที่บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มหลังนี้มักจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ ควบคู่กับการเยี่ยมชมญาติหรือเพื่อนพร้อมกันด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่เสนอมาย่างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สืบเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และโบราณสถาน ประกอบกับผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่มีระดับความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวค่อนข้างน้อย ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีควรจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะข้อมูลสำคัญที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยว และตามสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะชักจูงใ้สนใจใ้ให้สอดคล้องตรงตามกลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว เพื่อพัฒนาเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพสำหรับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนมากเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงความจำเจ ดังนั้น การจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ดังกล่าว ไม่ควรดำเนินการในลักษณะเชิงวิชาการมากนัก แต่ควรดำเนินการให้สอดคล้องกับอุปนิสัยโดยทั่วไปของคนไทยที่ชอบความสนุกสนานรื่นเริง เช่น อาจจัดกิจกรรมสอดแทรกให้กลมกลืนกับกิจกรรมวัฒนธรรม ประเพณี หรือพิธีทางศาสนา อาทิ การสอดแทรกในงานทอดกฐิน ฟ้าป่า หรือกิจกรรมทำบุญ เป็นต้น

นอกจากนั้น แหล่งท่องเที่ยวหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจร่วมมือกับหน่วยงานภาคเอกชนจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้นี้ตามสถานที่สำคัญๆ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร กภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า และแหล่งชุมชนสำคัญในละแวกใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2. จากการวิจัยพบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว และส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือสื่อบุคคลประเภทญาติ เพื่อน คนรู้จัก และนักท่องเที่ยวที่เคยเที่ยวแล้ว รองลงมาคือวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และแผ่นพับ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีผ่านสื่อบุคคล โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่กำลังเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีเป็นหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวไปยังบุคคลอื่น ซึ่งคาดว่าจะกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีในอนาคต และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวจะเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำอีกต่อไป

นอกจากนั้น เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง จึงไม่ควรละเลยสื่อประเภทอื่น ๆ ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ของการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีทางสื่อต่างๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3. จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในระดับปานกลาง และขณะเดินทางมักประสบปัญหาในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับคือ ปัญหาป้ายบอกทางไม่ชัดเจน การเดินทางไม่สะดวกเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกล สภาพถนนไม่ดี สถานที่รับประทานอาหารมีน้อยหรือไม่มีที่รับประทานอาหารในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง และขาดการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการปรับปรุงพัฒนาด้านปัจจัยสนับสนุน และอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งโดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจที่ชัดเจน ได้แก่ ป้ายบอกทาง ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง เส้นทางเดินรถที่ชัดเจน ปรับปรุงสภาพผิวจราจรของเส้นทาง การเดินทาง สถานที่รับประทานอาหารมีจำนวนเพิ่มขึ้น เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมความประทับใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

4. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการวิจัย สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป อาจใช้แบบสัมภาษณ์ในลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น หรืออาจศึกษาเปรียบเทียบแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท เพื่อจะได้ทราบข้อมูลในเชิงเปรียบเทียบครอบคลุมตามลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น ควรมีการศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อทราบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี เพื่อจะเป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่เป็นชาวต่างชาติต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

จันทน์ วรรณถนอม

- 2544 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชิดจันทร์ หังสสุติ

- 2539 หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: แสงจันทร์การพิมพ์.

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ

- 2538 พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

บุปผา ส่งเสริม

- 2544 ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคที่พยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

พัชรี บำรุงรัตนกุล

- 2543 ประสิทธิภาพของสื่อในโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2541 - 2542 (AMAZING THAILAND 1998 - 1999) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ไพฑูรย์ พงสะบุตร และวิลาสวงศ์ พงสะบุตร

- 2542 คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะวนศาสตร์

- 2544 โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบครบวงจรในพื้นที่
นาร์อง.

รำไพพรรณ แก้วสุวิยะ

- 2544 "การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ"
อนุสารอศท. ปีที่ 42 ฉบับที่ 4 พฤศจิกายน 2544 หน้า 118.

สมชาย เดชะพรหมพันธ์ และภัทราพร สร้อยทอง

- 2544 การบริหารงานและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติ
ในภาคตะวันออก. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมชาติ สุกฤตยานันท์

- 2533 ความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทาง
ท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์วารสาร
ศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

สุรเชษฐ์ เชนฐมาศ และศิริลักษณ์ ปิ่นเกษร

- 2535 นันทนาการกับการปิ้งไม้ชุมชน. สาขาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ศรัทธา วิญญูหัตถกิจ และสมจรรย์ ชัยสิงห์ประสาท

- 2546 "เจาะพฤติกรรมเที่ยวทั่วไทย" Brand Age Research House. ปีที่ 3 ฉบับที่ 8
สิงหาคม 2546.

ศิริ ฮามสุโพธิ์

- 2543 สังคมวิทยาการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โอเอสพริ้นติ้งเฮาส์.

ภาษาอังกฤษ

Burke, J. F. and Resnick, B. P.

- 1991 **Marketing and Selling the Travel Product.** Cincinnati: South - Western Publishing.

Cohen, E.

- 1979 "A Phenomenology of Tourist Experience", in **Sociology**. Volume 13 pp. 129 - 201.

Holden, A.

- 2000 **Environmental and Tourism.** New York: Routledge.

Khan, M. A.; Olsen, M. D. and Vart, T.

- 1993 **Encyclopaedia of Hospitality and Tourism.** New York: Van Nostrand Reinhold.

McIntosh, R. W. and Goeldner, C. R.

- 1984 **Tourism: Principles, Practices and Philosophies.** New York: Wiley

Pizan, A. and Mansfeld, Y.

- 1999 **Consumer Behavior in Travel and Tourism.** Oxford: The Haworth Press.

Robinson, H.

- 1976 **A Geography of Tourism.** London: McDonald and Evan.

Swarbrooke, J. and Horrer, S.

- 1999 **Consumer Behavior in Tourism.** Oxford: Butterworth Heinemann.

SaKai, M. Y. et al.

2000 **Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure**. Wallingford:
CABI publishing.

Woodside, G. A and Lysonski, S.

1989 " A general model of traveler destination choice", in **Journal of Travel
Research**. Volume 27 pp. 8- 14.

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด
ปทุมธานี

คำชี้แจง กรุณาเติมข้อความลงในช่องว่าง.....หรือกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง
หน้าข้อที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 15-24 ปี 4. 45-54 ปี
 2. 25-34 ปี 5. 55-64 ปี
 3. 35-44 ปี 6. 65 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

1. โสด 3. หม้าย / หย่าร้าง
 2. สมรส

4. ที่อยู่ปัจจุบันของท่าน

1. กรุงเทพมหานคร
 2. ต่างจังหวัด
 3. ปริมณฑล (นนทบุรี , นครปฐม , สมุทรสงคราม , สมุทรสาคร)

5. ระดับการศึกษาของท่าน

1. ประถมศึกษา 3. ปริญญาตรี
 2. มัธยมศึกษา 4. สูงกว่าปริญญาตรี

6. อาชีพหลักของท่าน (ตอบเพียงข้อเดียว)

1. นักเรียน / นักศึกษา 3. ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย
 2. ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/
 พนักงานบริษัท 4. เกษตรกร/ รับจ้าง
 5. แม่บ้าน
 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. รายได้ต่อเดือนของท่าน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท 3. 15,001 – 25,000
 2. 5,001 – 15,000 4. 25,000 บาทขึ้นไป

8. การประกอบกิจกรรมยามว่างที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

1. เดินทางท่องเที่ยว
 2. อ่านหนังสือ
 3. ดูภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์
 4. ดูภาพยนตร์ / ฟังเพลงที่บ้าน
 5. เที่ยวสถานบันเทิง
 6. เล่นกีฬา
 7. ไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้า
 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปทุมธานี

9. จำนวนครั้งที่ท่านเคยมาเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

1. ครั้งแรก 3. ครั้งที่ 3
 2. ครั้งที่ 2 4. มากกว่า 3 ครั้ง

10. การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีครั้งนี้ของท่าน

1. ต้องหาข้อมูลก่อน
 2. ไม่เคยหาข้อมูลก่อนการเดินทาง เนื่องจาก(โปรดระบุเหตุผล).....

11. ท่านได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีครั้งแรกจากแหล่งข้อมูลใดมากที่สุด

(ตอบเพียงข้อเดียว)

1. คนในท้องถิ่น/ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว
 2. เพื่อน /ญาติ / คนรู้จัก
 3. นักท่องเที่ยวที่เคยมาแล้ว
 4. ผู้บังคับบัญชา / อาจารย์
 5. แผ่นพับ / ใบปลิวแนะนำแหล่งท่องเที่ยว
 6. บทความ / สารคดี / รายการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์/วารสาร/
 วิทยุ / โทรทัศน์
 7. หนังสือคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว

- 8. บริษัทนำเที่ยว
- 9. อินเทอร์เน็ต
- 10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. พาหนะหลักที่ท่านใช้ในการเดินทาง

- 1. รถโดยสารประจำทาง
- 2. รถแท็กซี่
- 3. รถจักรยานยนต์
- 4. รถยนต์ส่วนบุคคล
- 5. รถของคนรู้จัก/ญาติ/เพื่อน
- 6. รถบริษัทนำเที่ยว
- 7. รถเช่า
- 8. เรือ
- 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. ระยะเวลาในการเดินทางของท่าน

- 1. ไป-กลับภายในวันเดียว (ถ้าตอบข้อนี้กรุณาข้ามไปตอบข้อ 15)
- 2. พักค้างแรม

14. สถานที่พักค้างแรม

- 1. โรงแรม
- 2. บ้านญาติ/เพื่อน
- 3. วัด / โรงเรียน
- 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. เพื่อนร่วมเดินทางของท่านครั้งนี้

- 1. เดินทางคนเดียว
- 2. เดินทางกับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน
- 3. เดินทางกับครอบครัว
- 10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

16. อำนาจการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวครั้งนี้ของท่าน (ตอบเพียงข้อเดียว)

- 1. ตัดสินใจด้วยตนเอง/มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- 2. ไม่ได้ตัดสินใจด้วยตนเอง

17. เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้ที่สำคัญที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- 1. สภาพ / ลักษณะที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว
- 2. ความสะดวกในการเดินทาง

- 3. ความเหมาะสมกับระยะเวลา
- 4. ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย
- 5. ความปลอดภัยในชีวิต / ทรัพย์สิน
- 6. ความสะดวกสบายของการเดินทาง / ที่พัก
- 7. เพื่อนร่วมเดินทางที่ถูกต้อง
- 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

18. สื่อใดที่มีผลต่อการจูงใจท่านในการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- 1. คำชักชวนจากเพื่อน / ญาติ / คนรู้จัก
- 2. คำชักชวนจากอาจารย์ / ผู้บังคับบัญชา
- 3. บทความในหนังสือ / วารสารท่องเที่ยว
- 4. ข่าวสารจากวิทยุ / โทรทัศน์
- 5. คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 6. คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว
- 7. คำแนะนำจากจังหวัดปทุมธานี
- 8. การเชิญชวนจากแผ่นพับ / ใบปลิว
- 9. เป็นผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่น (โปรดระบุกิจกรรม).....
- 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

19. สิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่สุดของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีครั้งนี้ (ตอบเพียงข้อเดียว)

- 1. โบราณสถาน / โบราณวัตถุ
- 2. ศิลปวัฒนธรรม / ประเพณี / วิถีชีวิต / การเกษตร
- 3. ความรู้ทางวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี / ภูมิปัญญาไทย
- 4. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ
- 5. แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา / การทำบุญ
- 6. แหล่งท่องเที่ยวบันเทิง
- 7. ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น
- 8. อาหารของท้องถิ่น
- 9. แหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก
- 10. สภาพแวดล้อมที่ดี / ไม่มีมลพิษ
- 11. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

20. วัตถุประสงค์หลัก ของการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ของท่าน (ตอบเพียงข้อเดียว)

- 1. เพื่อผ่อนคลายความเครียด / หลีกหนีความจำเจ
- 2. เพื่อรักษาสุขภาพ
- 3. เพื่อความบันเทิง / สนุกสนาน
- 4. เพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน
- 5. เพื่อการประชุม / สัมมนา
- 6. เพื่อศึกษา / ค้นคว้า / วิจัย
- 7. เพื่อศึกษาศิลปะ / วัฒนธรรม / ประเพณี / วิถีชีวิต / การเกษตร
- 8. เพื่อศึกษาเทคโนโลยี / ภูมิปัญญาไทย
- 9. เพื่อกิจกรรมทางศาสนา / การทำบุญ
- 10. เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต / เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ
- 11. เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ / เป็นเกียรติประวัติที่ได้มาเที่ยว
- 12. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน / ครอบครัว
- 13. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

21. การท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านทำกิจกรรมใดมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- 1. ชมโบราณสถาน / โบราณวัตถุ
- 2. ชมศิลปะ / วัฒนธรรม / ประเพณี / วิถีชีวิต / การเกษตร
- 3. ชมเทคโนโลยี / ภูมิปัญญาไทย
- 4. ชมธรรมชาติ
- 5. รับประทานอาหารท้องถิ่น
- 6. ร่วมงานประเพณีของชุมชนท้องถิ่น
- 7. ร่วมกิจกรรมทางศาสนา / ปฏิบัติธรรม / ทำบุญ
- 8. ซื้อสินค้า / ผลิตภัณฑ์ของชุมชน
- 9. เยี่ยมญาติ / เพื่อน
- 10. เล่นกีฬา
- 11. เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก
- 12. รักษาสุขภาพ
- 13. เที่ยวสถานบันเทิง
- 14. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

22. สถานที่รับประทานอาหารขณะที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้

- 1. โรงแรม
- 2. กภัตตาคาร / ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
- 3. ร้านอาหารธรรมดาทั่วไป
- 4. ร้านอาหารบนเรือ
- 5. รถเข็น / แผงลอยใกล้แหล่งท่องเที่ยว
- 6. บ้านญาติ / บ้านเพื่อน
- 7. วัดจัดเลี้ยง
- 8. นำอาหารมาจากบ้าน
- 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

23. ท่านใช้เวลา ณ แหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยเฉลี่ยนานเท่าใด

- 1. ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง
- 2. 1 ชั่วโมง
- 3. 2 ชั่วโมง
- 4. 3 ชั่วโมง
- 5. มากกว่า 3 ชั่วโมง

24. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณสำหรับการท่องเที่ยวของท่านครั้งนี้

- 1. ไม่เสียค่าใช้จ่าย
- 2. หักร้อยละบาท
- 3. หักพันบาท
- 4. หักหมื่นบาท

25. ค่าใช้จ่ายมากที่สุดในการท่องเที่ยวของท่านครั้งนี้

- 1. ค่าอาหาร / เครื่องดื่ม
- 2. ค่ารถ / ค่าน้ำมัน
- 3. ค่าบริการนำเที่ยว
- 4. ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น
- 5. ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว
- 6. ค่าเครื่องเล่นในสวนสนุก
- 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

26. โดยภาพรวมการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีครั้งนี้ทำให้ท่านรู้สึกพึงพอใจเพียงใด

- 1. พอใจมาก
- 2. พอใจปานกลาง
- 3. พอใจน้อย เนื่องจาก.....

27. ท่านคิดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวใน จ.ปทุมธานี อีกหรือไม่

1. คาดว่าจะมาอีก (โปรดระบุระยะเวลา).....
2. ไม่น่าใจ
3. ไม่น่าอีกเลย (โปรดระบุเหตุผล)

28. การเดินทางท่องเที่ยวของท่านครั้งนี้ท่านประสบปัญหาหรือไม่

1. ไม่มีปัญหา
2. ประสบปัญหา (โปรดระบุ).....

29. ท่านเคยรับทราบเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ในจังหวัดปทุมธานีดังต่อไปนี้ หรือไม่

คำถาม	ทราบ	ไม่ทราบ
1) คลองลัดเตร็ดหรือคลองลัดเกร็ด ที่ขุดขึ้นในสมัยอยุธยาตั้งแต่ท้ายบ้านสามโคก หน้าวัดไก่อ๊ตี้ย ไปสิ้นสุดที่หน้าวัดศาลเจ้า ความยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ปัจจุบันกลายเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา		
2) คลองประปาปทุมธานี ขุดขึ้นในสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อนำน้ำมาเข้าโรงประปาที่สามเสน ทำให้ประชาชนกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้ใช้น้ำประปา		
3) วัดท้ายเกาะใหญ่ ตำบลท้ายเกาะ อำเภอสามโคก มีเจดีย์ทรงรามัญแบบขเวดากองพม่า ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดปทุมธานี		
4) วัดมูลจินดาราม ตำบลบึงยี่โถ อำเภอธัญบุรี สร้างโดยศรัทธาของชาวเยอรมัน นายมุลเลอร์ กับนางจีน ผู้เป็นภรรยาเป็นผู้จัดการ ในการขุดคลองเชื่อมระหว่างคลองรังสิต กับนครนายก พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงได้พระราชทานนามให้ว่า วัดมูลจินดาราม เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อของผู้มีจิตศรัทธาสร้าง		
5) โดกยายมัน เป็นชุมชนโบราณ ตำบลบางกระบือ อำเภอสามโคก พบเครื่องปั้นดินเผาจำนวนมาก รวมทั้งเครื่องมือ เครื่องใช้ ที่ทำด้วยโลหะ ลูกกระพรวนสำริด เงินพดด้วงสมัยอยุธยาทำด้วยเงิน		
6) ตำบลสวนพริกไทย อยู่ในเขตอำเภอเมือง ทางทิศตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณริมแม่น้ำอ้อม (แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า) ก่อนสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ มีการทำสวนพริกไทย เพื่อส่งให้หลวง		

คำถาม	ทราบ	ไม่ทราบ
7) เมืองสามโคกในอดีต หรือปทุมธานีในปัจจุบันหันหน้าไปด้วยชวามอญ โดยเฉพาะในย่านบ้านกระแซง เป็นศูนย์การค้าในอดีต เป็นตลาดที่ค้าขายกันในท้องถิ่น จึงเรียกว่า "ตลาดน้ำบ้านกระแซง" เรือทุกชนิดต้องจอดเพื่อส่งสินค้าและรับส่งผู้โดยสาร		
8) หลุมหลบภัย จอมพล ป. พิบูลสงคราม ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง สร้างสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2486 เดิมมีสภาพเป็นป่า ทหารบกมาตั้งค่ายสื่อสารเพื่อสอดส่องดูแลกองทัพญี่ปุ่นที่ใช้คลองรังสิตเป็นทางลำเลียงพลลงใต้และกาญจนบุรี จอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรี ในสมัยนั้น ได้มาสังเกตการณ์ ทหารบกจึงได้สร้างบ้านพักและหลุมหลบภัยให้		
9) แพขาวเป็นส่วนหนึ่งของจวนข้าหลวง สร้างเมื่อ พ.ศ. 2460 ใช้เป็นเรือนรับรองแขก ตั้งอยู่ริมแม่น้ำ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 8 และรัชกาลที่ 9 ขณะทรงดำรงตำแหน่งพระเจ้าน้องยาเธอเคยเสด็จมาประทับพักผ่อนอิริยาบถเมื่อคราวเสด็จมาจังหวัดปทุมธานี เมื่อ 8 พฤษภาคม 2489		
10) จังหวัดปทุมธานีตั้งมานานประมาณ 318 ปี (พ.ศ. 2203-2521) ตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ไม่ปรากฏว่ามีศาลหลักเมืองจนเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เมืองปทุมธานีต้องถูกโยกย้ายถึง 8 ครั้ง และทำการยกเสาหลักเมืองเมื่อ 23 สิงหาคม 2521		
11) หลวงพ่อเพชร วัดสองพี่น้องตำบลบ้านจ้ว อำเภอสามโคก เป็น พระพุทธรูปศิลาศักดิ์สิทธิ์ประชาชนเมื่อได้รับความเดือดร้อนหรือปรารถนาให้ธุรกิจการค้าประสบความสำเร็จก็จะบนบานศาลกล่าว พ่อค้าขายโอ่งขายอ่าง เมื่อนำสินค้าบรรทุกเรือไปค้าขายต่างจังหวัดเมื่อเรือผ่านหน้าวิหารก็จะวิกน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นพรมสินค้าของตน และอธิษฐานให้ทำมาค้าขายคล่อง		

ขอขอบคุณที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถาม