

ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน

ปริญญาานิพนธ์
ของ
ไพจิตร จิรเรืองกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
สิงหาคม 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๗๙๐.๐๖๙
พ.ศ. ๒๕๓๖
๘ ๒

ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน

บทคัดย่อ

ของ

ไพจิตร จิรเรืองกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ

สิงหาคม ๒๕๔๘

๒ ๒๘๒๔๔๒

ไพจิตร จิรเรืองกุล. (2548). ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน.

ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์, รองศาสตราจารย์ ดร.กำโชค เมื่อกสุวรรณ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน ตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มี 2 ตอนคือ 1. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 2. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบเกี่ยวกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-test) และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ที่อยู่อาศัย ประกอบอาชีพทำธุรกิจ และมีถิ่นที่อยู่อาศัยในภาคเหนือ
2. ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบปัญหาอยู่ในระดับน้อยคือ ด้านบุคลากรด้านเจ้าหน้าที่ บริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว ส่วนด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน กับด้านเจ้าหน้าที่มัคคุเทศก์ พบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง
3. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศ อายุ อาชีพ ต่างกัน พบปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน แต่ผู้มีถิ่นที่อยู่ต่างกัน พบปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

HUMAN RESOURCE PROBLEMS OF CHINESE TOURISM MANAGEMENT

AN ABSTRACT

BY

PHAJIT JIRARUANGKUL

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Science Degree in Recreation Management
at Srinakharinwirot University

August 2005

Phaijit Jiraruangkul. (2005). *Human Resource Problems of Chinese Tourism*

Management. Master thesis, M.Sc. (Recreation Management). Bangkok :
Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee :
Asst. Prof. Panomsak Sawatpong, Assoc. Prof. Dr. Kamchoke Phueksuwan.

The purpose of this research were to study and compare human resource problems of Chinese tourism management among 4 variables : sex, age, occupation, and the native place. The samples for the study consists of 400 Chinese tourists at Bangkok and Pattaya. The instrument used for collecting data had two parts. 1. To investigate about general status of the samples. 2. To investigate about human resource problems of Chinese tourism for collecting data was five rating scale questionnaires. The data analysis was approached by percentage, arithmetic mean, standard deviation, t-test and F-test (One Way Analysis of Variance).

The results of the research were as follow:-

1. The most Chinese tourists on samples were female, more than 30 years old, business and the north native place.
2. The human resource problems of Chinese tourism management were in medium level for all aspects and every variables. When, consideration on each aspect were medium problem level on the government official and private citizen personal and guides, and was least problem level on the private enterprises personal.
3. There were no significant difference in sex, aged and occupation concerning human resource problems of Chinese tourism management, but was signification in the native place at 0.05 level.

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน

ของ
นายไพจิตร จิระเรืองกุล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญสิริ จิระเดชากุล)

วันที่ 16 เดือน สิงหาคม 2548

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. กำโชค เมื่อกสุวรรณ)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม

(รองศาสตราจารย์สุภารัตน์ วรรณทอง)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม

(อาจารย์สมชาย แสงจิตต์พันธ์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี เพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก รongศาสตราจารย์ ดร. กำโชค เมื่อกสุวรรณ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์ ที่เป็นกรรมการดูแล ให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อีกทั้งให้การสนับสนุน ให้กำลังใจอย่างดียิ่ง จนทำให้ผู้วิจัยสามารถทำปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วง

ขอขอบพระคุณ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ กรรณาดูแล แก้ไขเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติต่างๆ อย่างดียิ่ง และขอขอบพระคุณ รongศาสตราจารย์สุภารัตน์ วรทอง อาจารย์สมชาย แสงจิตต์พันธ์ุ ที่กรุณามาเป็นกรรมการอ่านและสอบปากเปล่า พร้อมทั้งให้ข้อคิด แก้ไขข้อบกพร่องครั้งนี้

ขอขอบคุณบิดา มารดา พี่ น้อง และครอบครัว ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนผู้วิจัย
คุณค่าและประโยชน์ใดๆ ที่ผู้อ่านได้รับจากปริญญานิพนธ์นี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชา
พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

ไพจิตร จิรเรืองกุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดและทฤษฎีทางนันทนาการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	6
แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	23
การจัดการท่องเที่ยว.....	24
องค์ประกอบในการท่องเที่ยว.....	30
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว.....	34
บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว.....	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	51
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	52
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	69
สรุปผลการวิจัย.....	70
อภิปรายผล.....	71
ข้อเสนอแนะ.....	75
บรรณานุกรม.....	76
ภาคผนวก.....	82
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญ.....	83
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	85
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	93

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตาม ตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย.....	59
2	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง กับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน ในด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน.....	60
3	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง กับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน ในด้านเจ้าหน้าที่ภาคธุรกิจ.....	62
4	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง กับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน ในด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัท ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว.....	63
5	ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง กับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน โดยรวมทุกด้าน.....	65
6	การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของปัญหาที่พบเกี่ยวกับ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตาม ตัวแปรเพศ.....	65
7	การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของปัญหาที่พบเกี่ยวกับ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตาม ตัวแปรอายุ.....	66
8	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนเฉลี่ยปัญหาบุคลากร ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามตัวแปรอาชีพ.....	66
9	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนเฉลี่ยปัญหาบุคลากร ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามตัวแปร ถิ่นที่อยู่อาศัย.....	67
10	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัด การท่องเที่ยวชาวจีนเป็นรายคู่ จำแนกตามตัวแปรถิ่นที่อยู่อาศัย.....	68

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 ระบบการท่องเที่ยว.....	30

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทหนึ่ง ที่จัดให้เป็นอีกประเภทหนึ่งของกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลได้ทุกเพศ ทุกวัย และสามารถสร้างพลังแห่งความสุขให้แก่ตนเอง และสังคมได้ อันเป็นความปรารถนาต้องการของบุคคลทุกคน โดยถือเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของความต้องการ จึงเป็นเหตุให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจกันทั่วโลก

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญของประเทศในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศไทย รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยถือได้ว่าเป็นหัวใจในการนำเงินเข้าประเทศโดยตรง เพราะนักท่องเที่ยวจะต้องจับจ่ายใช้สอย บริโภคสินค้า อาหารในประเทศไทย และนอกจากนั้นต้องใช้จ่ายเงินเพื่อรับบริการในการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น จ่ายค่าโดยสาร รถ เรือ รถไฟ เครื่องบิน รวมถึงค่าที่พัก หรือของที่ระลึก เป็นต้น

เป้าหมายของรัฐบาลในปี พ.ศ.2547 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ประมาณ 24,800,000 คน จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 808,095 ล้านบาท (แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แห่งชาติ พ.ศ.2545-2549 : 331) ในการประมาณการครั้งนี้ส่วนหนึ่งได้มาจากนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งมีอยู่จำนวนมาก คาดว่าประมาณร้อยละ 40 ของยอดประมาณการ ซึ่งการจัดการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวจีนนี้มีปัญหาในด้านต่างๆ เป็นจำนวนมาก เพราะจากการได้รับข่าวสารทางสื่อมวลชนต่างๆ ปรากฏว่านักท่องเที่ยวจีน ประมาณ 95% จำนวนกว่า 1,700,000 คน ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยโดยไม่ได้นำเงินตราเข้ามาเลย กลับกลายเป็นประเทศไทยต้องเสียเงินตราให้ต่างประเทศโดยผู้จัดท่องเที่ยวในประเทศไทยไปซื้อนักท่องเที่ยวเข้ามา นับเป็นสิ่งผิดปกติที่เราเรียกกันว่า วงจรอุบาทว์แห่งการท่องเที่ยว ปัญหาเหล่านี้อาจจะทำให้เกิดการละเลยปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง หรือมีกลุ่มผู้มีอิทธิพลอยู่เบื้องหลังในการใช้มรดกเทศก์ทำการทุจริตบังคับ หรือแม้กระทั่ง อาจจะทำให้เกิดกรณีทำร้ายร่างกายนักท่องเที่ยว ซึ่งถ้าหน่วยงานรัฐขาดความสนใจและให้ความสำคัญ แนวโน้มปัญหานี้อาจจะลุกลามไปได้ ประเทศไทยอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวลดลงและไม่กล้าเข้ามาเที่ยวอีกเลยก็เป็นได้

จากการวิเคราะห์จุดอ่อนของการท่องเที่ยวของไทยใน "แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (ระหว่าง พ.ศ.2545-2549) คือ ปัญหาความ

หย่อนยานในการบังคับใช้กฎหมาย เช่น การลงโทษผู้ที่หลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหา การจ้อราษฎร์บังหลวงที่เสนอในสื่อต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวมองภาพลักษณ์ประเทศไทย ไปในทางเสียหาย รวมทั้งการขาดความร่วมมือ และขาดการประสานงานที่ดีในภาครัฐ ทั้งหมดนี้ เป็นปัญหามาก กล่าวคือ ระบบการบริหาร ราชการไทยที่แยกส่วน จากการศึกษาที่ผ่านมา พบว่าภาครัฐไม่มีการประเมินและวัดผลในการปฏิบัติงาน และไม่มีระบบติดตามผลงานอย่างจริงจัง ซึ่งนับว่าเป็นจุดอ่อนอันสำคัญในสายตา นักท่องเที่ยวต่างประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2547 : 3-4)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) มุ่งเน้นการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสอดคล้องกับนโยบายหลักการและแนวทาง ของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่นอกจากเป็นการนันทนาการแล้ว ยังสามารถความรู้ ด้านสิ่งแวดล้อมศึกษาแก่นักท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ดีได้อีกทางหนึ่ง การ แก้ไขผลกระทบจากการท่องเที่ยว และมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น จำเป็นต้อง ประกอบไปด้วยความร่วมมือจากบุคลากรหลายฝ่าย เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่น

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจะช่วยในการประเมินคุณภาพบุคลากรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่จะนำไปสู่การปรับปรุงการบริหารและการปฏิบัติ หน้าที่ของบุคลากร เพื่อสร้างความประทับใจ ให้นักท่องเที่ยว และปรับปรุงแก้ไขการทำงานที่ดี จะทำให้สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ดีของนักท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นการ ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ

ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงกลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างเป็น ระบบ โดยรัฐบาลควบคุมดูแลอย่างจริงจัง ถึงกับออกเป็นกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย ฉะนั้นการจัดการการท่องเที่ยวจึงจำเป็นที่จะต้องมีการเป็นมาตรฐานสากล เพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสะดวก ปลอดภัย และ ประทับใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกัน

ประชาชนชาวจีนชอบการท่องเที่ยวมากเหมือนกับชนชาติอื่น ๆ และในปัจจุบันรัฐบาล จีนส่งเสริมให้ชาวจีนได้ออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจีน มาเที่ยวในปี พ.ศ.2547 มีจำนวน 789,650 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2547 : 4) นับว่ามากจนเป็นเหตุให้มีผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวทำธุรกิจกับ ชาวจีนมากมายหลายบริษัท มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นการบริหารจัดการโดยเฉพาะ ผู้ทำหน้าที่ให้บริการของบริษัทการท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้ความชำนาญ สุภาพ เรียบร้อย มีปริมาณมากพอที่จะให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ต้องมีเจ้าหน้าที่ด้านอื่น ๆ เช่น มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐคอยดูแลนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด ถ้าหากการบริหารจัดการ ไม่ดีแล้ว อาจทำให้มีปัญหาในประเด็นต่าง ๆ ได้ เช่น การบริการล่าช้า การบริการไม่สะดวก

รวดเร็ว การบริการที่ผิดพลาดของเจ้าหน้าที่ ปัจจัยองค์ประกอบเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัญหาของบุคลากรทั้งสิ้น อาจเป็นผลทำให้ธุรกิจ ท่องเที่ยวของไทยพัฒนาได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา "ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน" เพื่อนำข้อมูลไปพิจารณาปรับปรุงในการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำให้ทราบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อนำข้อมูลไปพิจารณาในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นเป็นข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้าไว้ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 789,650 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. พ.ศ. 2547 : 4)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางเทียบขนาดของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970 : 608) ที่ขนาดประชากร 789,650 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ตัวแปรที่จะศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 อาชีพ
- 1.4 ถิ่นที่อยู่อาศัย

2. ตัวแปรตาม

ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัญหาของบุคลากร หมายถึง ลักษณะเหตุการณ์การปฏิบัติหน้าที่ของบุคคลที่ทำหน้าที่ดำเนินการในการจัดการท่องเที่ยว มีผลก่อให้เกิดปัญหา หรือความยุ่งยาก ความล่าช้า ความผิดพลาดในการบริหาร และจัดบริการให้นักท่องเที่ยวชาวจีน

2. บุคลากร หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ให้บริการ และดำเนินการในขั้นตอนของการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย อันประกอบไปด้วย เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์

3. การจัดการท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง การจัดดำเนินการให้บริการในการนำนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมาเที่ยวในประเทศไทยโดยเน้นกรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา

4. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อการใด ๆ ก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายหารายได้

5. นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติจีน อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เดินทางออกจากประเทศจีนมายังประเทศไทยเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อน หรือเพื่อการใด ๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายหารายได้

6. เพศ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวจีนที่แสดงออกเป็นเพศชาย และเพศหญิง แบ่งเป็น

- 6.1 ชาย
- 6.2 หญิง

7. อายุ หมายถึง อายุเต็มตามปฏิทินของนักท่องเที่ยวจีน แบ่งเป็น

- 7.1 ต่ำกว่า 30 ปี
- 7.2 30 ปีขึ้นไป

8. อาชีพ หมายถึง สถานภาพการทำงานที่ได้รับผลตอบแทน หรือศึกษาเล่าเรียนในสถานที่ศึกษา แบ่งเป็น

- 8.1 ข้าราชการ

8.2 นักธุรกิจ

8.3 เกษตรกรรม

8.4 รับจ้าง

9. ถิ่นที่อยู่อาศัย หมายถึง แหล่งพำนักอาศัยของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในประเทศจีน มี 4 ภาค ดังนี้

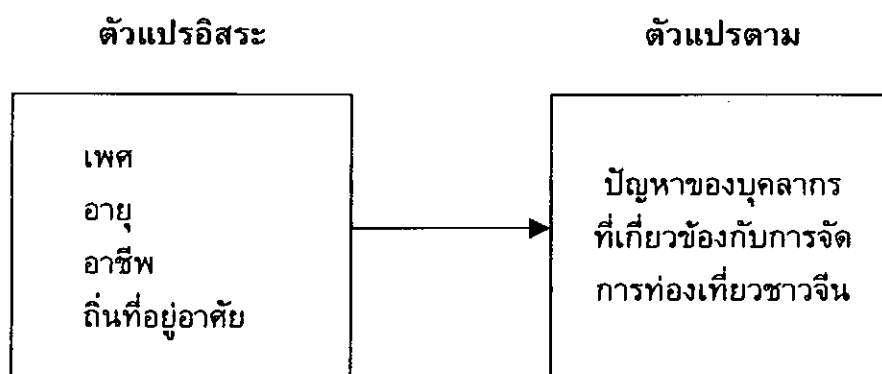
9.1 ภาคเหนือ

9.2 ภาคใต้

9.3 ภาคตะวันออก

9.4 ภาคตะวันตก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตามลำดับต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีทางนันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
 - 1.1 นันทนาการธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยว
 - 1.2 นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 2.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
 - 2.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
3. การจัดการท่องเที่ยว
4. องค์ประกอบในการท่องเที่ยว
5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
6. บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 7.1 งานวิจัยต่างประเทศ
 - 7.2 งานวิจัยในประเทศ

แนวคิดและทฤษฎีนันทนาการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 88 - 96) ได้สรุปแนวคิด และทฤษฎีนันทนาการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็นนันทนาการธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งกล่าวไว้ดังต่อไปนี้

นันทนาการธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยว

ปัจจุบันกิจการและโปรแกรมนันทนาการได้รับความสนใจในชุมชน และสังคมของทุกประเทศ ทั้งนี้ เนื่องจากความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมในช่วงเวลาว่าง และเวลาอิสระของชุมชนมีมากขึ้น และถือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยปกติองค์กรภาครัฐมี

หน้าที่ที่จะต้องจัดแหล่งนันทนาการต่าง ๆ เพื่อเป็นสวัสดิการทางสังคมให้แก่ประชาชนของตน แต่อย่างไรก็ตามการจัดแหล่งนันทนาการ และกิจกรรมนันทนาการนั้นต้องใช้งบประมาณใช้กำลังบุคลากรในการดำเนินการจัดสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งองค์กรของรัฐเหล่านี้ก็มีขีดจำกัดในการให้บริการทางด้านนันทนาการ เพื่อเป็นสวัสดิการทางสังคม และในยุคโลกาภิวัตน์ การสื่อสารและโทรคมนาคมมีบทบาทสำคัญยิ่ง จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ดำเนินงานภาคเอกชน บริษัทธุรกิจต่างให้ความสนใจที่จะจัดกิจกรรมนันทนาการ และแหล่งนันทนาการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีสิทธิในการเลือกกิจกรรมตามความพึงพอใจ ดังนั้น ในสองทศวรรษที่ผ่านมาธุรกิจทางด้านนันทนาการ และแหล่งนันทนาการจึงมีการจัดตั้งขึ้นอย่างมีรูปแบบที่หลากหลายและเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูง ตัวอย่างเช่น การจัดคันทริคคลับ สโมสรกีฬา ศูนย์พัฒนาสุขภาพ ชมรมเรือยอชต์ สนามกอล์ฟ ชมรมทางสังคม กลุ่มที่มีความสนใจเป็นพิเศษได้เกิดขึ้นมาในทุกชุมชนเมือง และได้ขยายตัวไปยังนานาชาติ

จากการศึกษาการจัดการบริหารธุรกิจด้านนันทนาการได้มีนักวิชาการพยายามจัดแบ่งประเภทของนันทนาการธุรกิจการค้าหลายแบบ

1. คอสลีย์และเจมีสัน (Crossley and Jamieson. 1993) ได้แบ่งธุรกิจนันทนาการบริการเป็นสี่ประเภท ได้แก่

- 1) อุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 2) อุตสาหกรรมที่พักและบริการ
- 3) อุตสาหกรรมธุรกิจนันทนาการท้องถิ่น
- 4) ผู้จัดและบริการนันทนาการ

2. ชับบ์กับชับบ์ (Chubb and Chubb) ได้จำแนก สถานที่ทางนันทนาการธุรกิจออกเป็นเก้าประเภท ได้แก่

- 1) ศูนย์การค้า
- 2) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม
- 3) ศูนย์รวมทางสังคม
- 4) อุทยานสวนสนุก
- 5) พืชภัณฑ์ สวนพักผ่อน
- 6) โรงละคร การแสดง และทัวร์
- 7) สนามกีฬา และสนามแข่งม้า
- 8) ค่ายพักแรม โรงแรม รีสอร์ท
- 9) ที่ดินและฟาร์ม

3. เคลลี (1990) ได้จำแนกธุรกิจบริการนันทนาการเป็นห้าประเภท ได้แก่

- 1) การท่องเที่ยว

- 2) กีฬา
- 3) วัฒนธรรมที่นิยม
- 4) ศิลปศาสตร์
- 5) อื่นๆ

นอกจากนี้ เคลลียังได้แบ่งแหล่งนันทนาการออกเป็น 10 ประเภท ได้แก่

- 1) จุดสนใจท่องเที่ยว
- 2) สิ่งสนับสนุนท่องเที่ยว
- 3) ศูนย์กิจกรรมชุมชน
- 4) กีฬาเพื่อบันเทิง
- 5) ศูนย์สอนทักษะ
- 6) แหล่งนันทนาการกลางแจ้ง
- 7) กิจกรรมเครื่องเล่นไฟฟ้า
- 8) ร้านบริการอุปกรณ์
- 9) ศูนย์รวมกาสิโน
- 10) ศูนย์อาหารและที่พัก

ซึ่งในการนำเสนอแหล่งนันทนาการธุรกิจการค้าจะขอแบ่งการจัดการ โดยมองที่มีผู้ดำเนินการ ได้แก่

1. ผู้ดำเนินการภาคเอกชน และแหล่งนันทนาการ
2. ผู้ดำเนินการภาคธุรกิจการค้า

1. ผู้ดำเนินการภาคเอกชน และแหล่งนันทนาการ (Private Providers & Resource)

องค์กรเอกชนได้เสนอโอกาสทางด้านนันทนาการอันหลากหลายให้แก่สมาชิก สำหรับการเข้ารับบริการของสมาชิกระดับพิเศษ ยกตัวอย่างเช่น ภายในคันทรีคลับ (Country Club) มักจะมีราคาค่าใช้จ่ายสูง และมีกฎข้อบังคับที่เข้มงวด ในขณะที่การเข้ารับบริการของสมาชิกระดับธรรมดาจะจ่ายค่าธรรมเนียมในระดับต่ำกว่า ยกตัวอย่างเช่น ภายในเซียร์คลับ (Sierra Club) หรืออเมริกันออร์คิดโซไซตี้ (American Orchid Society) เช่นเดียวกับองค์กรสาธารณชน องค์กรส่วนบุคคลจัดตั้งขึ้นโดยไม่หวังผลกำไร และดำเนินงานโดยข้าราชการ ผู้อำนวยการจะถูกเลือกจากสมาชิกขององค์กรและพนักงานจะได้รับค่าจ้างเป็นรายวัน ในส่วนต่อไปเราจะเรียนรู้ภาคเอกชนธุรกิจการค้าสำหรับนันทนาการและการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ในอีกหลายรูปแบบ โดยกำหนดเป็นหน่วยงานย่อยๆ ดังนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ. 2544 : 93-94)

1.1 สโมสรกีฬา และกิจกรรมกลางแจ้ง (Sport & Outdoor Club) ชมรมประเภทนี้ให้ความบันเทิงที่น่าสนใจในหลายรูปแบบ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หรูหราฟุ่มเฟือยไปจนถึงแบบที่เรียบง่าย คันทรีคลับ (Country Club) มีกอล์ฟคอร์ส คอร์ตเทนนิส และสระว่ายน้ำไว้บริการ พร้อมทั้งวิธีการเล่นกีฬาเหล่านี้ด้วย สิ่งที่น่าสนใจอีกก็คือ ร้านอาหารอุปกรณ์สำหรับมืออาชีพ ซึ่งมีทั้งชายและให้เช่าอุปกรณ์และสินค้าดังต่อไปนี้ แร็กเกตบอล สควอช และคอร์ตแอนด์บอลล์ ซึ่งมีบริการห้องล็อกเกอร์ ห้องอบไอน้ำ และเซาน่า นอกจากนี้ยังมีห้องที่สมาชิกสามารถอ่านหนังสือ พบปะสังสรรค์ เล่นเกมการพนัน มีบาร์ และห้องอาหารทั้งมือเที่ยง และมือเย็น มีสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ ยังมีห้องโถงใหญ่สำหรับการเต้นรำ และงานปาร์ตี้ด้วยชมรมกีฬาของชาวเมือง (City Athletic Club) เป็นที่นิยมมากในบรรดานักธุรกิจที่ชื่นชอบนันทนาการในร่มพร้อมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวข้างต้น ชมรมส่วนบุคคลอื่นๆ มักจะมุ่งเน้นทางด้านกีฬา เช่น กอล์ฟ แร็กเกตบอล หรือเทนนิส ชมรมเรือยอชต์ (yacht club) มีบริการต่อเรือ และมีท่าจอดเรือสำหรับซ่อม พร้อมทั้งมีบริการเรือเล็กให้เช่าสำหรับสมาชิก มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถหาได้ที่คันทรีคลับ (Country Club) รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับอาหารมือเย็น และการเต้นรำ ชมรมสกีส่วนบุคคล (Private Ski-Club) มีบริการทางลาดชัน ลิฟต์ และคลับเฮาส์ และชมรม ซึ่งเป็นที่นิยมในอเมริกาเหนือก็คือชมรมสำหรับกิจกรรมกลางแจ้ง กิจกรรมต่างๆ จะถูกจัดขึ้นบนที่ดินสาธารณะ ที่ดินส่วนบุคคลหรือที่ดินสำหรับให้เช่าบางชมรมมีห้องพักให้เช่าด้วย

1.2 ชมรมทางสังคม (Social Clubs) ชมรมทางสังคมส่วนบุคคล (Private Social Club) จัดการขอบเขตทั้งหมดจากเล็กไปหาใหญ่ รับผิดชอบต่อสมาชิกเพิ่ม และไม่รับผิดชอบต่อสมาชิกเพิ่ม ในความเป็นจริงแล้วชมรมทางสังคมมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางนันทนาการมากพอๆ กับคันทรีคลับ ชมรมกีฬา และชมรมเรือยอชต์ สำหรับชมรมสังคมอื่นๆ มักจะถูกจัดตั้งโดยกลุ่มคนที่มีลักษณะวัฒนธรรมคล้ายๆ กัน พวกที่เคร่งศาสนา บุคคลที่ชอบแลกเปลี่ยนทัศนคติทางการเมือง อยู่ในละแวกบ้านเดียวกันหรือมีอาชีพเดียวกัน บางชมรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นของตนเอง บางแห่งมีการเข้าสถานที่หรือนัดพบกันตามบ้านและที่ทำงาน

1.3 กลุ่มที่มีความสนใจเป็นพิเศษ (Special Interest Clubs) องค์กรหลาย ๆ แห่งที่ดึงดูดผู้คนที่มีความสนใจเป็นพิเศษในทุกๆ ช่วงอายุ และปุมหลังชีวิต จากอเมริกันออคิดโซไซตี้ (American Orchid Society) จนถึงสมาคมปืนยาวแห่งชาติ (National Rifle Association) หลายองค์กรที่มีวิธีการ และจัดการแข่งขันสำหรับผู้ที่ต้องการพัฒนาทักษะในกิจกรรมที่จัดให้ ตั้งแต่กีฬายิงเป้าบิน หมากกรุก และการต่อเครื่องบินจำลอง กิจกรรมอื่นๆ มีทั้งการประชุม การจัดสาขาวิธีการต่างๆ การจัดนิทรรศการ และการซื้อขายสมาชิกจะได้รับวารสารและจดหมายข่าว มีการจัดชุมนุมบ่อยครั้ง สิ่งที่ได้รับคือคำแนะนำอย่างชำนาญจากเจ้าหน้าที่

ที่สมาชิกกว่าจ้าง และส่วนลดจากอุปกรณ์และบริการ กลุ่มที่เหลือจะถูกจัดตั้งโดย เพื่อนบ้าน หรือผู้ร่วมงานที่มีความสนใจร่วมกัน เช่น งานตัดเย็บ หรือการอ่านอัตราค่าสมัครสมาชิกขึ้นอยู่กับชมรมสังคมนุคคล ซึ่งโดยปกติแล้วจะคิดราคาตามหลักการไม่หวังผลกำไร

ชมรมบริการสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Service Clubs) สมาชิกชมรมบริการสำหรับผู้ใหญ่ ได้แก่ กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มผู้มีอาชีพ และกลุ่มสังคมภายในชุมชน สมาชิกมีจุดประสงค์ที่จะปรับปรุงชีวิตภายในชุมชนให้เหมาะสมกับผู้อยู่อาศัยทุกคน สมาชิกต้องมีคุณสมบัติตามที่กำหนดและต้องจ่ายค่าธรรมเนียม การบริการไม่มุ่งหวังผลกำไร รายได้จะมาจากค่าธรรมเนียม เงินบริจาค และรายได้จากวาระโอกาสพิเศษต่างๆ ชมรมสำหรับบริการผู้ใหญ่ให้บริการโอกาสทางด้านนันทนาการแก่สมาชิกและให้บริการทางด้านกีฬาหรือโปรแกรมอื่นๆ สำหรับคนหนุ่มสาวในท้องถิ่น บางองค์การให้สิทธิพิเศษแก่คนหนุ่มสาวที่มีรายได้ต่ำแต่อาศัยอยู่ภายในบริเวณที่มีอัตราเสี่ยงสูงชมรมอื่นๆ เช่น ชไรเนอร์ (Shriners) มีกิจกรรมสำหรับเด็กพิการ และเด็กที่ประสบอุบัติเหตุ เด็กๆ จะได้รับการดูแล โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

2. ผู้ดำเนินธุรกิจการค้า (Commercial Providers)

ผู้จัดสรรทางการค้าสำหรับนันทนาการและการให้บริการกิจกรรมเวลาว่างเป็นโปรแกรมที่เป็นที่นิยมและมีการจัดการที่ดี โดยไม่มุ่งหวังผลกำไร ในสหรัฐอเมริกา และแคนาดา ตลาดทางการบริการประเภทนี้เป็นส่วนที่มีการเติบโตเร็วที่สุดทางด้านเศรษฐกิจ การจัดสรรทางการค้าเสนอโอกาสทางด้านนันทนาการเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดยกตัวอย่าง เช่น การให้ความบันเทิง การรับรองแขก และการให้บริการยามว่างภายใต้สิ่งแวดล้อมอันเป็นธรรมชาติ มีกิจกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว ในส่วนต่อไปจะเสนอตัวอย่างที่ชี้เฉพาะเจาะจงของการจัดสรรประเภทนี้

2.1 ธุรกิจสื่อเครื่องเสียงเครื่องเล่นไฟฟ้า ในหมู่ผู้จัดสรรของการให้ความบันเทิงในสหรัฐอเมริกา คือ ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่ายโทรทัศน์ วิดีโอเทป สเตอริโอ วิดีโอเกมส์ และสินค้าให้ความบันเทิงประเภทอื่นๆ ซึ่งดีพอๆ กับการเป็นเจ้าของวิดีโออาเขต ประมาณ 98% ของชาวอเมริกันจะมีโทรทัศน์ภายในบ้าน และผู้ชมทางบ้านสามารถสนุกสนานกับการจำลองโทรทัศน์ที่มองไม่เห็นได้ เนื่องจากผลประโยชน์ที่ได้รับและอีกประการหนึ่งก็คือความนิยมอย่างมากในภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งดึงดูดทั้งเด็กและผู้ใหญ่

ตลอดการขายสื่อประเภทนี้ที่มีการเติบโตเร็วที่สุด ก็คือ วิดีโอเกมส์และอาเขต เมื่อปี ค.ศ.2000 คาดว่าอุตสาหกรรมวิดีโอเกมส์จะเพิ่มจาก 6 พันล้านเหรียญสหรัฐ เป็น 1.8 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ วิดีโอเกมส์ที่ขายตามบ้านมีอัตราเติบโตสูงถึงปีละ 25% และในปี 1992 ผลกำไรของอาเขตมีค่าประมาณ 9 พันล้านเหรียญสหรัฐ เนื่องจากเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มีรูปแบบเฉพาะของชาวอเมริกัน วิดีโอเกมส์จึงมีอยู่ตามแต่ละบ้านถึง 30% และประมาณ 50% ของการซื้อวิดีโอเกมส์นั้นสำหรับผู้ใหญ่มากกว่าที่เด็กจะเล่น

ถึงแม้ว่าจะได้รับความนิยมถึงขีดสุด วิดีโออาเขตก็เคยประสบปัญหาการถูกเหยียดหยามเนื่องจากโอมเกม ซึ่งมีความสมจริงและราคาถูกลงกว่า ซึ่งในการแก้ปัญหาหลายๆ บริษัทจึงเร่งปรับปรุงความสมจริงของเกม อาเขต และได้แนะนำเกมที่ใหญ่กว่า เร็วกว่า และสนุกกว่า ซึ่งผลิตโดยคอมพิวเตอร์ที่มีความเร็วสูง (Multiple High Speed Computer) เครื่องเล่นแผ่นเลเซอร์ เครื่องมือภาพนิ่งกระพริบถี่ (Strobe) เครื่องฉายภาพนิ่ง จอภาพขนาดใหญ่ และระบบเสียงดิสโกเรคที่ทันสมัย

ตั้งแต่ครั้งแรกที่วิดีโอเกมส์ถูกแนะนำให้เป็นที่รู้จัก ผู้ปกครอง และ ผู้ผลิตได้ถกเถียงกันถึงข้อดีของการให้ความบันเทิงแบบนี้แก่เด็ก ผู้ปกครอง และพลเมืองที่เกี่ยวข้องคัดค้านความรุนแรง ราคาที่แพงเกินไปของวิดีโอเกมส์หลายๆ ชนิด ข้อที่โต้ตอบของผู้ผลิตที่ว่าวิดีโอเกมส์ สามารถปรับปรุงความสามารถในการแก้ปัญหา ทำให้การเรียนรู้เป็นที่น่าสนใจ พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่น และเคารพตนเอง

2.2 แหล่งให้ความบันเทิง : สวนสนุก และที่มพาร์ก (Entertainment : Amusement and Theme Park) สวนสนุก (Amusement Parks) ให้บริการเครื่องเล่นผาดโผน เกมเสียงโซด การแสดงประกอบ มีอาหาร และเครื่องดื่มบริการ ที่มพาร์ก (Theme Parks) เกิดจากสิ่งสนใจประเภทนี้ แต่ถูกปรับปรุงให้เป็นศูนย์รวมความบันเทิงภายในครอบครัว และเชิญชวนให้ผู้เข้าร่วมมีประสบการณ์ในเรื่องที่พิเศษและยุคประวัติศาสตร์ในบรรยากาศแบบแฟนตาซี

2.2.1 สวนสนุก (Amusement Parks) สวนสนุก ซึ่งเป็นที่รู้จักมากที่สุด ในสหรัฐอเมริกา น่าจะเป็น Coney Island นิวยอร์กซิตี สิ่งอำนวยความสะดวกแบบถาวรที่ให้ความเพลิดเพลินแห่งแรกในสหรัฐอเมริกา ก็คือ ป่าไม้โจนส์ (Jones Woods) ในนิวยอร์ก สร้างขึ้นในปี ค.ศ.1857 สวนสนุกที่มีศูนย์บริการให้ความสนุกสนาน เครื่องเล่น และแสดงให้ถึงความรุ่งเรืองในปลายศตวรรษที่ 19 รุ่งเรืองสุดช่วงปี ค.ศ.1920-1930 และหลังจากนั้นก็เริ่มซบเซาลง หลายคนเห็นพ้องกันว่าสวนสนุกนั้นไม่น่าเชื่อถือ อุปกรณ์ที่ผ่านการใช้งานมานานอาจก่อให้เกิดการบาดเจ็บและเสียชีวิต ข้อบังคับทางราชการในการผลิตจักรยาน และค่าบริการที่แพงขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากค่าประกันภัยที่ทางกฎหมายกำหนดทำให้สวนสนุกหลายๆ แห่งต้องปิดกิจการ และสิ่งที่เข้ามามีบทบาทแทนที่ก็คือที่มพาร์ก ซึ่งมีหลักการที่ให้ความบันเทิงภายในบรรยากาศที่เป็นครอบครัว

2.2.2 อุทยานแนวคิด (Theme Parks) ในปี ค.ศ.1950 นักวาดการ์ตูนที่มีชื่อเสียงอย่างวอลต์ ดิสนีย์ ได้เริ่มออกแบบ และสร้างที่มพาร์กแห่งแรกของสหรัฐอเมริกา และเปิดใน Anaheim ที่แคลิฟอร์เนีย ในปี ค.ศ.1955 ดิสนีย์แลนด์สร้างขึ้นบนที่ดิน 180 เอเคอร์ (เกือบ 500 ไร่) บนพื้นที่ใจกลางสวนส้ม และวอลนัท หลักการใหม่สำหรับความบันเทิงถูกออกแบบให้เป็นสนามเด็กเล่นอันแสนมหัศจรรย์ งานออกร้านที่เต็มไปด้วยสีสันเมืองนิทาน มายากล นครหลวงในอนาคต และแหล่งที่ให้ความสุขและความรู้ปัจจุบันนี้มีที่มพาร์กถึงแปดแห่งทั่วโลกและเพิ่มสิ่งที่น่าสนใจจาก 18 แห่ง เป็น 60 แห่ง และภายในสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้แก่

Epcot Center, Disney World และ Bush Gardens ในรัฐฟลอริดา Six Flage ในตะวันออกเฉียงกลาง และทางตอนใต้ Knott's Berry Farm ในแคลิฟอร์เนีย และ Great Adventure ในนิวเจอร์ซีย์ ผู้พัฒนาในปี ค.ศ.1993 เปิดที่มพาร์กถึงสามแห่ง มีโรงแรมคล้ายๆ การ์ตูนในลาสเวกัส MGM'S Park บนที่ดิน 33 เอเคอร์มีบริการขี่ม้า การแสดง และบริการรับดูแลเด็ก ตัวอย่างอุทยาน แนวคิด ได้แก่ สวนสยาม ดรีมเวิลด์ ซาฟารีเวิลด์ โอเชียนเวิลด์ เอเวอร์แลนด์ เป็นต้น

อุทยานแนวคิดกลายเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยว และหลายๆ แห่งมีโรงแรมไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว และการประชุมทางธุรกิจ เจ้าของบริการแก้ปัญหาค่าใช้จ่ายที่สูงมากสำหรับการจัดการ โดยคิดว่าค่าเข้าชมพร้อมทั้งตั้งราคาและของที่ระลึกไว้สูงมาก เนื่องจากเป็นผู้บุกเบิกที่มพาร์ก วอลต์ ดิสนีย์ได้ศึกษาความรู้ความชำนาญในการบริหารงาน เทคโนโลยีขั้นสูง และการวางแผนงานทางยุทธศาสตร์อาณาจักรของดิสนีย์ ยังคงมีการวางแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สำหรับสวนสาธารณะเพื่อครอบครัว (Domestic Park) และความสำเร็จในสหรัฐอเมริกาผลักดันให้วอลต์ดิสนีย์ สร้างสวนสาธารณะในฝรั่งเศส และญี่ปุ่น

ในเวลาเดียวกันอุทยานแนวคิดในยุโรปก็เริ่มเข้ามามีบทบาทในสหรัฐอเมริกาจากความสำเร็จของเลโก้แลนด์ (Legoland) ในเดนมาร์ก ทำให้มีต้นทุนถึง 100 ล้านดอลลาร์เพื่อสร้างเลโก้แลนด์ใน Carlsbad ในแคลิฟอร์เนีย ซึ่งต้องการบุคลากรที่รู้เทคนิคเป็นมืออาชีพ และรู้เรื่องการปกครองถึง 100 คน แบบเต็มเวลา และคนงานชั่วคราวอีก 600 คน ผู้คน 1.8 ล้านคน ที่เฝ้าคอยจะเข้าชมสวนในทุกๆ ปี ทำให้ได้รับเงินถึง 76 ล้านดอลลาร์ในแต่ละปี โครงการใหม่ของเลโก้แลนด์จะสร้างรีสอร์ทที่มีห้องพักหรูหราถึง 700 ห้อง

ความท้าทายทางด้านการตลาดทำให้อุตสาหกรรมที่มพาร์กยังคงต้องการแข่งขันกันด้วย ต้องมีการยกระดับสิ่งที่น่าสนใจขณะที่ต้องคงไว้ ซึ่งบรรยากาศแบบครอบครัวในปี ค.ศ.1993 เจ้าของกิจการที่มีรายได้ 6 พันล้านเหรียญสหรัฐ ต้องใช้เงินถึง 200 ล้านดอลลาร์เพื่อปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มพาร์กได้เสนอโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนใกล้เคียงด้วยการให้โอกาสในการว่าจ้าง เพิ่มรายได้จากการขาย เพิ่มราคาทรัพย์สิน ยกตัวอย่างเช่น เมื่อครั้งดิสนีย์แลนด์เปิดครั้งแรกในปี ค.ศ.1995 ณ เมืองอานาเฮม (Anaheim) มีโรงแรมห้าแห่ง โรงแรมริมทางสองแห่ง และห้องอาหารสามแห่งปัจจุบันนี้ให้ฤดูกาลที่คึกคักที่สุด ดิสนีย์แลนด์ต้องจ้างคนงานถึง 12,000 คน และนักเรียนนักศึกษากว่า 50,000 คน มีรายได้จากการทำงานให้ดิสนีย์แลนด์ไปจ่ายค่าเล่าเรียน

2.3 แหล่งให้ความบันเทิง : ศูนย์การค้า และภัตตาคาร (Entertainment : Malls & Restaurant) แนวคิดที่ปรากฏขึ้นสำหรับนันทนาการภายในร่ม ก็คือ ซ็อบปีงมอลล์ (shopping mall) ซึ่งเป็นแหล่งรวมความบันเทิง มอลล์ในสหรัฐอเมริกาที่บลูมมิงตันในรัฐมินเนโซตา ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ถึง 98 เอเคอร์ เป็นศูนย์กลางที่รวมการค้าขายและแหล่งให้ความบันเทิงของชาติที่ใหญ่ที่สุด และปัจจุบันนี้เป็นสิ่งดึงดูดที่เป็นที่นิยมมากที่สุดของนักท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกาในการเพิ่มทางออกของมอลล์ จึงจำเป็นต้องมีบริการร้านอาหาร บาร์กีฬา และไนต์คลับ ตู้โชว์

Galtin Music City ที่เป็นจุดเด่นในการแสดงสด เพลงแนวคันทรี่ Knott's Camp Snoopy เป็นอุทยานแนวคิดในร่มที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ มีม้าสำหรับขี่ถึง 26 ตัว และ สิ่งที่น่าสนใจอื่นอีกมากมาย มอลล์อื่นๆ มีบริการ Lego Imagination Center สองระดับวางรถไฟพร้อมรถไฟเคลื่อนที่ 30 โบกี้ ห้าระดับ เน้นสำหรับเล่นกอล์ฟ และแบบจำลองย่อส่วนสำหรับเล่นกอล์ฟ สองระดับสถานที่ให้ความบันเทิงสำหรับครอบครัว ซึ่งเป็นที่นิยมอีกแห่งหนึ่งก็คือ Showbiz Pizza Time (คิดค้นโดยการรวมตัวของ Showbiz Pizza กับ Chuck E. Cheese Pizza Time Theatre) มีสาขามากกว่า 350 แห่ง ทั่วประเทศไทย มีบริการพิซซ่า สลัดบาร์ และขนมต่างๆ ที่ดึงดูดความสนใจพร้อมกับสิ่งให้ความบันเทิงแก่เด็กๆ มากมาย โดยไม่คิดค่าบริการ ยกตัวอย่างเช่น การแสดงสดของหุ่นยนต์เคลื่อนที่บนเวที วิดีโอเกมส์ ฮอกกี้อากาศ ซึ่ม้า เรือยานอวกาศ ชิงช้าสวรรค์ รถเกลี่ยดิน บอลครอว์ล (Ball Crawl) และเบบี้บอลบาส (Baby Ball Bath) เด็กๆ สามารถเล่นเกมฝึกทักษะได้ด้วยราคาเพียง 25 เซ็นต์ และผู้ชนะจะได้รับตัวอย่างน้อยหนึ่งใบเพื่อนำไปแลกเป็นพิซซ่า

2.4 สถานจัดตั้งค่ายพักแรมเอกชนและงานบริการ (Hospitality : Commercial Campgrounds) สามารถเป็นเจ้าของได้โดยปัจเจกชน ครอบครัว ธุรกิจขนาดเล็ก บริษัทขนาดใหญ่ และพลเมือง สถานที่ตั้งแคมป์เพื่อการค้า มีบริเวณตั้งแคมป์ถึง 33,000 แห่ง การตั้งแคมป์ยังคงเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจสำหรับครอบครัวและปัจเจกชน และคาดว่าจะได้รับความนิยมในหมู่ผู้สูงอายุก่อนเกษียณและผู้เกษียณแล้ว

สถานที่ตั้งแคมป์ที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้ทางด่วนเหมาะจะให้บริการแก่ผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ และใช้ยานพาหนะนั้นแทนการเพื่อการพักผ่อนระยะสั้น สถานที่ตั้งแคมป์ที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งนันทนาการสำหรับกิจกรรม ยกตัวอย่างเช่น การล่องเรือ การล่าสัตว์ และการตกปลา สถานที่ตั้งแคมป์มักมีบริการร้านซักรีด ร้านค้าทั่วไป สถานที่ให้บริการแก๊ส และห้องอาหารหนึ่งแห่ง หรือมากกว่านั้น บางแห่งมีสระว่ายน้ำและคอร์ตเทนนิสไว้บริการ นอกจากนี้ยังมีบริการกิจกรรมทั้งกลางวันและตอนเย็น รวมทั้งการท่องเที่ยว

สถานที่ตั้งแคมป์บางแห่งอนุญาตให้สมาชิกสามารถซื้อที่ตั้งแคมป์ได้โดยหลักการของการแบ่งเวลา ในบางกรณีสมาชิกสามารถซื้อขายที่ตั้งแคมป์ในบริเวณอื่นๆ ได้ สถานที่ตั้งแคมป์ในแบบคอนโดมิเนียม (Condominium Campground) ขายที่ดินแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Lot)

การให้บริการนันทนาการค่ายพักแรมภายในสิ่งแวดล้อมอันเป็นธรรมชาติ : แคมป์อันเนื่องมาจากการผลิต การเข้าร่วมแคมป์กลายเป็นกิจกรรมยามว่างในช่วงปิดภาคฤดูร้อน ซึ่งเป็นที่นิยมมากที่สุดของวัยรุ่นอเมริกัน บางแคมป์ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรสาธารณะ และแห่งอื่นที่เป็นของส่วนบุคคล ซึ่งจัดตั้งหรืออยู่ในเครือข่ายของกลุ่มที่นับถือศาสนาเดียวกัน และอีกจำนวนน้อยที่ได้รับการสนับสนุนจากสาธารณะหรือส่วนของประเทศบาล แคมป์จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักอาศัยเสียเป็นส่วนมาก ส่วนที่เหลือเป็นแคมป์ตอนกลางวันประมาณ

สองในสามของแคมป์ คือ ส่วนที่เกี่ยวกับการศึกษาแบบสหศึกษา ที่เหลืออีกประการหนึ่งในสาม เป็นการศึกษาแบบเฉพาะสำหรับเด็กชาย หรือเด็กหญิง และที่เหลืออีกเล็กน้อยเป็นค่ายสำหรับ ครอบครัว

ตามปกติแล้วประสบการณ์จากค่ายช่วงฤดูร้อนจะได้แก่ กีฬาทางน้ำ กีฬา ยิงธนู การศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมผจญภัยกลางแจ้ง ดนตรี กิจกรรมเข้าจังหวะ การละคร ศิลปะ และงานฝีมือ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ อีก ซึ่งจะขึ้นอยู่กับเพศ และวัยของผู้เข้าร่วม ปัจจุบันนี้หลายๆ แคมป์ได้มุ่งเน้นไปที่วัยรุ่นที่มีความต้องการเป็นพิเศษ โดยที่เด็กหนุ่มสาวที่ต้องการเลี้ยงและเด็กที่ไร้ความสามารถทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ต้องการลดน้ำหนัก และต้องการความรู้ทางด้านวิชาการ และความสนใจที่พิเศษ เช่น เทนนิส ล่องเรือ ซี่มา เบสบอล ออกกั ฟิกเกอร์สเกต ดนตรี เต้นรำ การละคร ศิลปะ การศึกษาอวกาศหรือกฎหมาย

สมาคมการตั้งแคมป์แห่งสหรัฐอเมริกา (American Camping Association) ได้พัฒนามาตรฐานระดับชาติ ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ได้กับค่ายทุกรูปแบบ ได้แก่ สาธารณะ ส่วนบุคคล กลางวัน และที่พักอาศัย สมาคมการตั้งแคมป์ แห่งสหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญต่อค่ายที่สามารถรักษามาตรฐานได้

2.5 การเดินทางและการท่องเที่ยวทัศนศึกษา (Travel & Tourism) ในช่วงปี ค.ศ.1980-1990 การท่องเที่ยวที่แสนเฟลิดเฟลีน ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นจากชาวอเมริกันได้มีอัตราสูงขึ้นจาก 324 ล้านเป็น 460.5 ล้าน เนื่องมาจากสภาวะการเดินทางและการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Travel & Tourism Council) การเดินทาง และการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก และจะขยายตัวเป็นสองเท่าในระหว่างปี ค.ศ.1995-2005 จากการสำรวจ ในปี ค.ศ.1993 ซึ่งดำเนินการโดยนิตยสารการเดินทาง และการใช้เวลาว่าง (Travel & Leisure Magazine) พบว่า ผู้ตอบสนองเชื่อว่าการท่องเที่ยวส่วนตัวช่วยให้เข้าใจถึงวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ ช่วยพัฒนาการทำงานเพื่อสิ่งแวดล้อมอันเป็นธรรมชาติ หรือช่วยให้ได้รับรู้ถึงการดำรงชีวิตในอนาคต

2.6 การท่องเที่ยวในชนบท (Rural Tourism) สถานที่ที่น่าสนใจอีกแห่งหนึ่งสำหรับนักเดินทาง ก็คือ การท่องเที่ยวในชนบท ชนบทหลายๆ แห่งเคยอยู่ในเศรษฐกิจตกต่ำ เนื่องมาจากการปฏิเสธผลกำไรจากการเพาะปลูก การทำเหมืองแร่ และการเลี้ยงไม้ขาย และชุมชนชนบทอีกหลายแห่งได้ฟื้นฟูเศรษฐกิจด้วยการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจใช้เวลาว่างและชีวิตแบบชนบท การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวนั้นเกิดจากการที่ชนบทมีความเป็นธรรมชาติมีที่ว่างเปิดโล่ง มีวิถีชีวิตแบบชนบท ทะเลสาบ ลำธาร ป่าไม้ และอากาศบริสุทธิ์ ในทำนองเดียวกัน สิ่งที่น่าสนใจ ก็คือ การใช้เวลาว่างในการตกปลา ล่าสัตว์ ซี่มา ปีนเขา พายเรือ แคนู ล่องแก่ง การต้อนวัว ดนตรีลูกทุ่งตะวันตก และการเต้นรำ กำไรที่เกิดจากแนวความคิดนี้ก็คือ การรับรองแขก ซึ่งทั้งโรงแรม โรงแรมริมทาง ห้องนอน และอาหารเช้า ห้องอาหาร และบาร์ การขายทุกสิ่งทุกอย่างตั้งแต่อาหาร อุปกรณ์ตั้งแคมป์ ไปจนถึงของที่ระลึก มีการบริการให้

เช่าม้า และเรือ พร้อมทั้งมีการนำเที่ยว มีการจัดเก็บสัมภาระ และการเป็นเจ้าของสถานที่ตั้งแคมป์ มีทรัพย์สินส่วนบุคคลให้เช่าเพื่อการล่าสัตว์ และตกปลา นักท่องเที่ยวมักจะให้ความสนใจแก่วันเทศกาล ซึ่งเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

การทำฟาร์มปศุสัตว์ และการเพาะปลูกเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ ในวันหยุดสำหรับชาวเมืองที่สนใจวิถีชีวิตแบบชนบท ผู้ที่มาพักอาศัยจะช่วยงานเพื่อเรียนรู้การทำฟาร์มปศุสัตว์และการเพาะปลูกในหลายๆ รูปแบบสำหรับผู้ที่ไม่ต้องการทำฟาร์มปศุสัตว์ จะมีบรรยากาศตะวันตกโบราณอันแสนโรแมนติก มีบริการห้องเช่า อาหาร วิธีการขี่ม้า สนามขี่ม้า ว่ายน้ำ เทนนิส อาหารปิกนิก และเหตุการณ์สำคัญต่างๆ เหมือนแร่วินิจฉัยแล้วในวันตกก็ จะถูกเปิดอีกครั้ง เพื่อเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว มีทั้งความบันเทิงและความรู้ความเข้าใจในวิถีชีวิตที่ไม่ปรากฏให้พบเห็นอีกแล้ว

การเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในชนบทได้ส่งเสริมสมาคมการเดินทาง และการท่องเที่ยวแห่งสหรัฐอเมริกา (USA Travel and Tourism Administration, USTTA) ดำเนินการให้ Rural Partnership Act of 1980 จัดการโดยได้รับการสนับสนุนจาก Congressional Travel and Tourism Caucus และการทำงานของสมาคมผู้ว่าการรัฐแห่งชาติ (National Governors Association) และคณะผู้บริหารเศรษฐกิจสมิธ (Smith Business Administration) ปฏิเสธ USTTA ที่จะตรวจสอบศักยภาพของการท่องเที่ยวในชุมชนชนบท เพราะถือว่าการดำเนินงานที่ไม่มีจุดมุ่งหมาย จากการศึกษาได้ชี้เฉพาะให้เห็นถึงความจำเป็นในการจัดทํานโยบายพันธมิตรในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทเหล่านี้ได้ส่งเสริมให้ธุรกิจขนาดเล็กทำงานร่วมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว Rural Partnership Act ได้คิดค้นโปรแกรมการพัฒนาชนบทที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ซึ่งจัดสรรแหล่งที่มีเป้าหมายแน่นอนเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม

สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวไม่ได้เพียงแต่นำนักท่องเที่ยวมาเท่านั้น ยังเป็นการเพิ่มโอกาสทางนันทนาการสำหรับคนในท้องถิ่นอีกด้วย ความเติบโตของการท่องเที่ยวในชนบทได้สร้างสรรค์โอกาสทางอาชีพใหม่ๆ สำหรับมืออาชีพทางด้านนันทนาการ และใช้เวลาว่าง นักพัฒนา และนักวางแผนทางด้านนันทนาการ คาดว่าจะจำได้ถึงสิ่งดึงดูดชีวิตแบบชนบท เมื่อออกแบบกิจกรรมสำหรับผู้มาท่องเที่ยว และผู้ที่มาพักอาศัย ผู้ซึ่งค้นหาการพักผ่อนและรูปแบบชีวิตที่เรียบง่าย (สมบัติ กาญจนกิจ. 2544 : 88-96)

นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 97-99) กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยที่ปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์ ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต และคุณภาพชีวิตของสังคมไทย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นันทนาการ เป็นศาสตร์สาขาหนึ่งของวิทยาศาสตร์การกีฬา และสังคมศาสตร์ที่

มุ่งเน้นช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างความสมดุลแห่งประสบการณ์ชีวิต ช่วยลดความตึงเครียด จากภาระการทำงาน ส่งเสริมการพัฒนาเขาวนอารมณ์ (Emotional Quotient)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของนันทนาการธุรกิจ ที่ส่งเสริมเศรษฐกิจ รายได้ ให้ทั้งสังคมชนบท สังคมเมือง และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สามารถสร้างรายได้เข้า ประเทศเป็นอันดับหนึ่งมาเกือบสองทศวรรษ ดังเช่น

ปี พ.ศ.2523 ทำรายได้ 17,765 ล้านบาท ใน พ.ศ.2533 สามารถทำรายได้ 110,000 ล้านบาท และในปี พ.ศ.2543 ทำรายได้ช่วยเศรษฐกิจวิกฤตทั้งสิ้น 300,000 ล้านบาทเศษ

ทั้งนี้เพราะระบบต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยเอื้ออำนวย เช่น จุดสนใจ และ แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Attraction) มีหลากหลาย ทั้งทางด้านวัฒนธรรม อารยธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยมีเขตรมรดกโลกถึงสี่แห่งอุตสาหกรรมเกี่ยวกับที่พัก โรงแรม (Accommodation & Hotel Industry) ได้รับการยกย่องมีคุณภาพมาตรฐานระดับ นานาชาติ และมีโรงแรมไทยได้รับการคัดเลือกว่าเป็นโรงแรมที่ดีที่สุดในโลกมาหลายปี ระบบ การคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว (Transportation) การทำอากาศยานแห่งประเทศไทยได้ การยกย่องว่าเป็นศูนย์กลางและมีความทันสมัยเป็น 1 ใน 3 ของเอเชีย การบินไทยเป็น สายการบินชั้นนำของภูมิภาคเอเชียและนานาชาติ และประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าขาย ของและของที่ระลึก เป็นต้น

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการชนิดหนึ่งที่บุคคลต่าง ๆ ใช้เป็นปัจจัยในการ ส่งเสริม ฟื้นฟู และบำรุงคุณภาพชีวิตได้เป็นอย่างดี นันทนาการศาสตร์ จัดแบ่งชนิดของการ ท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง (Outdoor Recreation) เพราะในการเดินทาง ท่องเที่ยวแล้วยังมีกิจกรรมเสริมร่วมในการท่องเที่ยวด้วยเสมอ เช่น ค้างแรมโดยมีกิจกรรม การละเล่น อนุรักษ์ชาติ ศึกษาสัตว์ พืช ในพื้นที่ทางบก และทางทะเล ร่วมกิจกรรมด้วยการชม เลือกซื้อหาสิ่งของจากการแสดงของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ มีความสุขสนุกสนาน เบิกบานใจกับการได้สัมผัสกับธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) นอกจากนั้นยังมีการเดินทางท่องเที่ยวมุ่งเพลิดเพลินอย่างเดียว เช่น ท่องเที่ยว เพื่อสร้างสันติภาพ โดยการไปเยี่ยมเยือน (Tourism for Understanding and Get Peace) กิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งจะสัมพันธ์กับเพศ วัย และสถานภาพต่างๆ ของแต่ละ บุคคล อย่างไรก็ตาม การเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวให้ประโยชน์และคุณค่ามาก มาย พอสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
2. พักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด
3. เกิดอารมณ์สุข สนุกสนาน เพิ่มปริมาณความฉลาดทางอารมณ์
4. มีความสมบูรณ์ทางอารมณ์

5. มีสมาธิดีขึ้น
6. สร้างมิตร และความรักสามัคคี
7. คอบสนองความต้องการตามธรรมชาติ
8. จิตใจงามมองโลกในแง่ดี
9. เสริมสร้างคุณค่าของสังคมประชาธิปไตย

หรือการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสร้างสมรรถภาพของจิตใจ (Voyage, Travel for Make Mind Performance) การท่องเที่ยวเช่นนี้ ผู้ท่องเที่ยวมีทั้งตั้งเป้าหมาย และไม่ตั้งเป้าหมาย

กำโชค เมื่อกสุวรรณ (2538 : 8-9) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจ และนิยมเลือกในช่วงเวลาว่าง หรือเวลาอิสระมากที่สุด เป็นกิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตอันเกิดจากปัจจัยอิทธิพลที่มาดึงดูดความสนใจ (Attractions) มีอย่างหลากหลาย ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น กิจกรรมทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา การเมือง วิทยาศาสตร์ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า กิจกรรมเกม และกีฬากลางแจ้ง การบันเทิง การอาบน้ำแร่ และชิมชัมผัสวัฒนธรรมชาติ สมุนไพร และมีประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวและ สมบัติกาญจนกิจ. (2544 : 43-44) สรุปว่า การท่องเที่ยวสามารถส่งผลกระทบต่อสภาพต่างๆ ดังนี้

1. ผลทางด้านสังคม

1.1 ครอบครัวยังมีความพึงพอใจทางความสัมพันธ์ทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ง่ายตายและมีผลต่อการปรับสมดุลย์ทางเศรษฐกิจ

1.2 การเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาอันเนื่องมาจากไปท่องเที่ยว ก่อให้เกิดพฤติกรรมอันดีงามของมนุษย์ โดยทั่วกันการอยู่ร่วมในสังคมเป็นสุข

1.3 เกิดการสร้างความร่วมมือกัน แข็งแรง และมีสันติภาพในบ้านเมือง

1.4 ระบบของเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การเกษตร การเมือง สัมพันธ์กับทางบวก ทั้งนี้ อาศัยกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ

2. ผลทางด้านจิตใจ

2.1 ได้ความรู้ ความเข้าใจ และสัมพันธ์ของธรรมชาติมากยิ่งขึ้น

2.2 หนีหลีกเลี่ยงความกดดันจากสิ่งกายภาพ

2.3 หนีปัญหาสังคม

2.4 จิตแจ่มใส มีความสงบ และมีสมรรถภาพดีขึ้น

2.5 มีอิสระภาพ ที่จะทำ จะคิด

2.6 เพิ่มปริมาณความฉลาดทางอารมณ์

2.7 ตื่นเต้น

2.8 ใจมั่นคง สงบ สมานคีติ

2.8 ใจมั่นคง สงบ สมานัตติ

2.9 เกิดพลังจิตใจโดยอาศัย การซึมซับจากธรรมชาติ

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่สามารถเลือกเฟ้นหาได้ในแต่ละบุคคล ตามความต้องการและจะพบเสมอจากขบวนการของการท่องเที่ยว นั้น จะมีกิจกรรมต่างๆ ร่วมอยู่ในขบวนการท่องเที่ยว นั้นๆ และส่วนใหญ่จะอาศัยธรรมชาติ มาเป็นปัจจัยในการประกอบกิจกรรมร่วม อาจเป็นที่พักพิงอาศัยร่วมไม้ หรืออาจจะต้องอาศัยทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ดิน หิน น้ำ ต้นไม้ มาเป็นอุปกรณ์ในการสร้างกิจกรรม ซึ่งมีการสนับสนุนจากหลายๆ คน เช่น นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติ สามารถประกอบกิจกรรมนันทนาการได้หลายรูปแบบทั้งกิจกรรมประเภทการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้แก่ การดูนก (Bird Watching) ดูสัตว์ (Wildlife Viewing) เดินป่า (Hiking) ศึกษาธรรมชาติ (Nature Photography, Video Taping And Sound of Nature Audio Taping) ล่องเรือใบ (Sail Boating) พายเรือแคนู (Canoeing) ดำน้ำชมปะการัง (Snorkel) ดำน้ำลึก (Scuba Diving) หรือศึกษาท้องฟ้า และดาราศาสตร์ (Sky Interpretation) เป็นต้น กิจกรรมประเภทชื่นชมธรรมชาติ (Appreciative Recreating Activities) ได้แก่ การชมทัศนียภาพในบรรยากาศสงบ (Relaxing) ประกอบอาหารรับประทาน (Picnicking) หรือพักแรมด้วยเต็นท์ (Tent Camping) เป็นต้น และกิจกรรมประเภทตื่นเต้นผจญภัย (Adventurous, Recreation Activities) ได้แก่ การล่องแพ (Water Rafting) วินเซิร์ฟ (Wind Surfing) เล่นเครื่องร่อนขนาดเล็ก (Hang Gilder) ปีนเขา (Rock Climbing) หรือขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติ (Mountain Biking) สุธะเชษฐ์ เศษฐมาศ และดร.ชนี เอมพันธ์ (2538 : 48) กล่าวว่า การประกอบกิจกรรมนันทนาการทั้งในรูปแบบของกิจกรรมนันทนาการชุมชน และกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง ประเภทท่องเที่ยว จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรเป็นพื้นฐานในการดำเนินกิจกรรม ทรัพยากรต่างๆ ที่รองรับกิจกรรมเหล่านั้นเรียกว่า ทรัพยากรนันทนาการ (Recreating Resources) ซึ่งหมายถึง สิ่งใดก็ตามทั้งที่เป็นผลผลิตของมนุษย์ และเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่มีคุณค่าสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่มนุษย์หรือสังคม เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความสุขในรูปของนันทนาการ ได้แก่ สนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ สวนสนุก สวนสัตว์ ที่โล่งแจ้ง อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า เกาะแก่ง ชายหาด แหล่งน้ำ สถานพักผ่อนที่พัฒนา และบริการโดยเอกชน วัดโบราณสถาน หรือพิพิธภัณฑน์ เป็นต้น และสุทธะเชษฐ์ เศษฐมาศ และดร.ชนี เอมพันธ์ (2538 : 192-193) กล่าวว่า ทรัพยากรนันทนาการไม่ได้ หมายถึง เพียงส่วนใดส่วนหนึ่งของที่ดิน และแหล่งน้ำที่มีความโดดเด่นเท่านั้น แต่ยังมีคามหมายครอบคลุมถึงองค์ประกอบหรือการผสมผสานระหว่างคุณภาพของธรรมชาติ กับความต้องการของมนุษย์ที่ใช้ประโยชน์เพื่อนันทนาการด้วย มิฉะนั้นแล้วทรัพยากรดังกล่าวก็จะมีคามหมายเพียงแค่อิน หิน และต้นไม้เท่านั้น

การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการจึงเป็นการสร้างประสบการณ์ชีวิตที่สำคัญยิ่ง ดังที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 26-281) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการอันเป็นสื่อ เพื่อสร้างสันติภาพ และเพื่อความร่วมมือร่วมใจ และสร้างความแข็งแกร่งทางจิตใจให้กับบุคคล และชุมชน เป็นนันทนาการที่จัดเป็นอุตสาหกรรมเรียกว่าเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อ นันทนาการอันหมายถึง กลุ่มกิจกรรมใดๆ ในสังคม ที่ให้ผลผลิตและบริการ ซึ่งอำนวยความสะดวก ให้มนุษย์ทางด้านจิตใจ และร่างกาย รวมทั้งตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นนันทนาการที่อยู่บนหลักการ 3 ประการ คือ 1. ผู้ท่องเที่ยวทำด้วยความ สัมผัสใจ 2. เดินทางออกกำลังกายจากที่อยู่อาศัยไปชั่วคราว 3. ไม่มีวัตถุประสงค์ด้านการ ประกอบอาชีพใดๆ แสวงหาแต่ความเพลิดเพลินจำเริญใจเท่านั้น ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงเป็น ผู้เข้าร่วม กิจกรรมนันทนาการ โดยมีวัตถุประสงค์ของการไปเยี่ยมเยือน และ สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 72-74) ได้สรุปเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปของแหล่งนันทนาการท่องเที่ยวและนันทนาการ กลางแจ้งไว้ ดังนี้

แหล่งนันทนาการท่องเที่ยวและนันทนาการกลางแจ้ง

1. สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น (The Built Environment)

คือ สิ่งดึงดูดความสนใจ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นจากแรงบันดาลใจ ทั้งในอดีตจนถึง ปัจจุบัน ซึ่งศูนย์กลางสถานที่ หรือสิ่งประดิษฐ์ตลอดจนวัฒนธรรม ความเชื่อ สามารถจำแนก ออกเป็นรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1 สิ่งประดิษฐ์ทางอุตสาหกรรม (Industrial Archeology) ซึ่งถือเป็นจุดเด่น สำหรับนักท่องเที่ยว ทักษะศึกษาทั้งใน และต่างประเทศ ได้แก่ เขื่อนเก็บน้ำ อุโมงค์เรือ โรงงาน ผลิตน้ำตาล นิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น

1.2 สิ่งดึงดูดความสนใจทางประวัติศาสตร์ (Historical Attractions) ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง พระราชวังจักรพรรดิ ราชวงศ์หมิง อุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย กรุงวอชิงตัน ดีซี เป็นต้น

1.3 พิพิธภัณฑ์สถาน (Museums) เป็นสถานที่ที่แสดงให้ความรู้ ความเข้าใจ ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตแก่ประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์ รวม และเฉพาะที่แตกต่าง กัน เช่น พิพิธภัณฑ์สถานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ทางศิลปวัฒนธรรม ทางอุตสาหกรรม ทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี

1.4 วัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk Way Customs) เป็นวิถีชีวิต และระเบียบประเพณี ของท้องถิ่น ที่มีเสน่ห์ และมีรูปแบบเอกลักษณ์เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เทศกาล สงกรานต์ การแต่งกายของภาคต่างๆ ของไทย

1.5 จุดสนใจทางการเมือง (Political Attractions) เมืองหลวง หรือนครเก่าแก่ ที่มีความสำคัญ บทบาททางการเมือง ก็เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่

สำคัญทางการเมือง เช่น กรุงวอชิงตัน ดีซี ทำเนียบขาว กรุงมอสโก พระราชวังแวร์ซายส์ นครปักกิ่ง เป็นต้น

1.6 จุดสนใจทางศาสนา (Religion Attractions) ศาสนาเป็นที่พึ่งและที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจของมวลมนุษยโลก คือ สถานที่สำคัญทางศาสนา จึงได้มีการก่อสร้างสถานที่ด้วยงานศิลปะ สถาปัตยกรรม ที่สวยงาม เป็นที่สนใจ และดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงวาทิกัน โบสถ์ วัดวาอาราม กรุงเยรูซาเลม นครเมกกะ โบสถ์นอร์ดัม เป็นต้น

1.7 สถาปัตยกรรม (Architecture) สิ่งก่อสร้างที่เป็นที่พักอาศัย หรืองานศิลปะ งานสถาปัตยกรรม เป็นต้น จุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น ตึกสูงระฟ้าของนครหลวงต่างๆ นครซานฟรานซิสโก นิวยอร์ก ฮองกง สิงคโปร์ สถาปัตยกรรมตามยุคสมัยของแต่ละประเทศ เช่น สถาปัตยกรรมไทยโรมันร่วมสมัยอโกซิก เรนเนสซองส์ เป็นต้น

1.8 ศูนย์กลางการค้า (Shopping Centre) การซื้อสินค้าที่นิยมของที่ระลึก สินค้าพื้นเมืองก็เป็นจุดดึงดูดความสนใจมากแก่นักท่องเที่ยวซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมค่อนข้างสูงทำให้ตลาดท่องเที่ยวต่างๆ ได้สร้างศูนย์การค้าที่มีความทันสมัย มีสินค้าที่หลากหลายมาบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพมหานคร ฮองกง สิงคโปร์ นครปารีส นิวยอร์ก ซิดนีย์ เป็นต้น

2. กิจกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Activities)

ประเพณีวัฒนธรรมและกิจกรรมที่ส่งเสริมทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ถ่ายทอดการแสดงออกทางวัฒนธรรมและอารยธรรม และอารยธรรมทางมวลมนุษยกลุ่มต่างๆ พอจะแบ่งออกได้เป็น งานเทศกาล ศิลปะหัตถกรรม ดนตรี และประเพณีและชีวิตพื้นบ้าน

2.1 เทศกาล (Festivals) นักท่องเที่ยวสนใจเทศกาลต่างๆ เพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้น เล่นเกม เช่น เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง แห่บั้งไฟ ปีใหม่ งานฉลอง มาร์ติกราส์ ในกรุงนิวยอร์ก เทศกาลฮอโตเบอร์เฟส ในมิวนิค เทศกาลคริสมาสของชาวคริสต์ เทศกาลไหว้พระจันทร์ของชาวจีน เป็นต้น

2.2 ศิลปะ (Arts) นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปะ เช่น ภาพวาด รูปปั้น และสลัก ภาพเขียน สถาปัตยกรรม หรือแหล่งผลิตทางศิลปะ หัตถกรรมโดยจัดเป็นเทศกาลศิลปะหัตถกรรม เพื่อดึงดูดความสนใจ เช่น ในยุโรป สหรัฐอเมริกา และไทย เช่น เทศกาลศิลปะเอดินเบอระในสกอตแลนด์ เทศกาลดนตรีในนครเวียนนาสัปดาห์แห่งศิลปะหัตถกรรม เป็นต้น

2.3 งานหัตถกรรม (Handicrafts) เช่น งานหัตถกรรมของชาวเขา ชาวเกาะ เครื่องปั้นดินเผาของชาวอินเดียนแดง งานแกะสลัก เครื่องเฟอร์นิเจอร์ เครื่องเงิน เครื่องหนัง เครื่องประดับ อัญมณี ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ทำให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงไปทั่วโลก เพราะมีช่างงานหัตถกรรมที่มีความละเอียดอ่อน วิจิตรพิสดาร ดังนั้น งานทางด้านหัตถกรรมจึงเป็นกิจกรรมวัฒนธรรมที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่สำคัญประเภทหนึ่ง

2.4 ดนตรี และการเต้นรำ (Music and Dance) ดนตรีและการเต้นรำเป็นจุดดึงดูดความสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวไม่แพ้กิจกรรมวัฒนธรรมประเภทอื่นๆ เช่น การฟ้อนรำและรำวงของไทย การเต้นแบบโพลีเนเซียนของฮาวาย การเต้นบัลเลย์ โอเปร่า การเต้นรำนานาชาติของชาวเกาหลี ญี่ปุ่น และชาวยุโรป เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวนานาชาติ เป็นต้น

2.5 ประเพณี และชีวิตพื้นบ้าน (Native Life and Customs) นักท่องเที่ยวต่างชาติและในประเทศมีความสนใจเป็นพิเศษ เกี่ยวกับวิถีชีวิต และการแต่งกายของชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น หรืออาจเรียกว่า ประเพณี และชีวิตพื้นบ้าน ตัวอย่างเช่น กรุงเทพมหานคร ในอดีตเคยมี คู คลอง มากมาย การคมนาคมก็ต้องสัญจรกันทางน้ำ นักท่องเที่ยวจึงสนใจชีวิตชาวบ้านริมคลอง หรือสนใจวิถีชีวิตการแต่งกายของชาวเขา ชาวเล ชาวเกาะ ในต่างประเทศก็เช่นเดียวกัน นักท่องเที่ยวมีความสนใจชีวิตพื้นบ้านตามชนบท หรือกลุ่มชนกลุ่มน้อยที่มาอยู่รวมกันในสหรัฐอเมริกา ก่อตัวเป็น China Town, Little Tokyo, Korea Town และ Solwang ของชาวต่างชาติ เป็นต้น

2.6 ภาษา (Language) นักท่องเที่ยวมีความสนใจจุดหมายปลายทางว่า ประเทศนั้นสามารถสื่อสารความเข้าใจกันได้ดีหรือไม่ ดังนั้น ภาษากลาง เช่น ภาษาอังกฤษ จีน สเปน และญี่ปุ่น จึงมีบทบาทสำคัญ และเป็นตัวแปรในการเลือกจุดหมายปลายทางด้วย นอกเหนือจากเรื่องความมั่นใจ และปลอดภัย ปัจจุบัน สถาบันการศึกษาต่างๆ ได้จัดโปรแกรมพิเศษ หรือปิดภาคฤดูร้อนไปศึกษาด้านภาษา ศิลปะ และวัฒนธรรมในประเทศต่างๆ เช่นกัน จึงเป็นการเปิดโอกาสการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และประสบการณ์ชีวิต

3. จุดสนใจทางศาสนา (Religion Attraction)

ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวจำนวนมาก นับเป็นสิบล้านคน เดินทางไปสถานที่สำคัญทางศาสนา ในแต่ละปีมีจำนวนมาก ทั้งนี้เพราะต้องการมีโอกาสชม สัมผัสกับสถานที่สำคัญที่เป็นจุดเริ่มต้นการเผยแพร่ทางศาสนา หรือเป็นการต้นกำเนิดของศาสนาต่างๆ เช่น เมืองเมกกะเป็นศูนย์กลางศาสนาอิสลาม เมืองเยรูซาเลมของศาสนายิว และศาสนาคริสต์ กรุงวาติกันที่สำคัญของคริสต์ศาสนานิกายโรมันคาทอลิก หรือไปอินเดียและเนปาล เพื่อไปสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนา เช่นเดียวกับประเทศไทย เพราะเป็นประเทศที่ยังมีความเจริญรุ่งเรืองทางพุทธศาสนามากกว่าที่อื่นใดทั่วโลกในปัจจุบัน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้เลือกที่จะใช้เวลาว่าขณะท่องเที่ยว ณ ประเทศจุดหมายปลายทาง เยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางศาสนา เช่น วัด โบสถ์ อาราม หรือมอสก์ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ เปรียบเทียบกับสิ่งที่ตนเองชอบ ศรัทธาอีกด้วย

4. จุดสนใจทางการเมือง (Political Attention)

การเมืองการปกครองเป็นสิ่งสำคัญและทำให้มนุษย์มีความคิด วิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความสนใจเป็นพิเศษที่อยากจะรู้ถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของประชากรที่มีระบบการปกครองที่แตกต่างไปจากตน ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา มีการปกครองสามระบบการปกครอง ได้แก่ โลกเสรีประชาธิปไตย

คอมมิวนิสต์ และสังคมนิยม ซึ่งก็เป็นไปได้ด้วยความลำบาก ครั้งกลุ่มประเทศคอมมิวนิสต์แตกสลายลงไป ประเทศกลุ่มเสรีประชาธิปไตยต่างก็นิยม สนใจที่จะไปท่องเที่ยวในยุโรป ตะวันตก รัสเซีย และรวมถึงสาธารณรัฐประชาชนจีน ในกรณีที่ประเทศฮ่องกง ซึ่งตกไปอยู่ในความปกครองของอังกฤษมากกว่า 150 ปี และในวันที่ 30 มิถุนายน 2540 ให้มีการโอนอำนาจการปกครองคืนจีน จึงเกิดเป็นความสนใจของคนทั่วโลกและก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมหาศาลในทำนองเดียวกันประเทศที่มีความไม่มั่นคง ปลอดภัยทางการเมือง กลับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความลังเลใจ หรือเล็งเห็นไม่เข้าไปท่องเที่ยวทัศนศึกษา เช่น พม่า กัมพูชา เป็นต้น

5. จุดสนใจทางวิทยาศาสตร์ (Science Attraction)

เมืองที่มีชื่อเสียงในด้านความเจริญก้าวหน้าของด้านวิทยาศาสตร์ หรือมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงทางด้านนี้ ก็จะเรียกความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากทีเดียว เช่น ยูซีแอลเอ มหาวิทยาลัยในแคลิฟอร์เนีย หรือแทจอน หรือเมืองวิทยาศาสตร์ในเกาหลี M.I.T Silicon Valley เป็นต้น

6. ธรรมชาติทางกายภาพ (Physical Nature)

เช่น อุทยานแห่งชาติแกรนด์แคนยอน เบลล์เวิร์สโตน อุทยานแห่งชาติ หรือ Dinosaur Nationpark ในมลรัฐโคโลราโด หรือเมืองโรโดแก้ว ที่มีทัศนียภาพพิเศษ มีน้ำพุร้อนโคลนร้อน ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของนิวซีแลนด์ เช่นเดียวกับหาดหินดำ ในอุทยานแห่งชาติตะรุเตา และแพะเมืองผีจังหวัดแพร่ ที่มีการกัดเซาะหินและดิน ทำให้เป็นแคนยอน สำหรับนักท่องเที่ยวได้

7. ภูมิอากาศ (Climate)

ภูมิอากาศมีส่วนช่วยในการตัดสินใจให้เกิดการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ฤดูร้อน เป็นการสร้างบรรยากาศให้คนท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ผู้ที่อยู่ในโซนอากาศหนาวจะท่องเที่ยวไปยังประเทศที่มีอุณหภูมิอบอุ่น หรือเขตเมดิเตอร์เรเนียน หรือเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

8. ทัศนียภาพ (Scenery)

ทัศนียภาพทั้งงดงามตามธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ก็มีช่วยตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวเลือกประเทศสวีตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ เพราะอยากชมทัศนียภาพที่ประทับใจ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ชอบสวรรค์อันดามัน ภูเก็ต กระบี่ สมุย เพราะทัศนียภาพทางทะเลที่งดงามในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยชอบทัศนศึกษาภูกระดึง ภูเรือ และภูหลวง ของจังหวัดเลย เพราะได้เพลิดเพลินกับทัศนียภาพเมือง ทะเล ภูเขา ที่งดงามตระการตา

9. ชีวิตสัตว์ป่า (Wildlife)

ถ้าเอ่ยถึงประเทศกลุ่มทวีปแอฟริกาหลาย ๆ ประเทศ จะทำให้นึกถึงจินตภาพชีวิตสัตว์ป่า (Wild life) หรือซาฟารีปาร์ก เพราะบรรยากาศของสัตว์ป่าที่ยังมีชีวิตที่ดูร้ายจำนวนมากกว่าที่ให้เห็นที่อื่น ก็จะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

10. นันทนาการกลางแจ้ง และกีฬา (Outdoor Recreation and Sport)

กีฬาและกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชอบผจญภัยหรือใกล้ชิดธรรมชาติ หรือเลือกกิจกรรมที่ท้าทายความสามารถของตนเอง โดยอาศัยธรรมชาติแวดล้อม ตัวอย่างเช่น ประเทศนิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย จะมีกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งให้เลือกพักผ่อนตากอากาศ และเล่นเกม กีฬาที่ท้าทาย เป็นจำนวนมาก

11. บันเทิง มหรสพ (Entertainment)

เมืองลาสเวกัส แอดแลนติกซิตี หรือมิวนิค ในยุโรปได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวว่ามีแหล่งบันเทิง ที่มีความหลากหลาย เหมาะที่จะไปท่องเที่ยวพักผ่อน

12. สุขภาพ อาบน้ำแร่ (Health and Spa)

มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ชอบเดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ และเดินทางไปอาบน้ำแร่ หรือเพื่อการรักษาบำบัด ตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน

แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ "การท่องเที่ยว" (Tourism) ไว้ว่า เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างขวาง เพราะว่ามีได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้น ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับจนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ด้วยกัน (วินิจ วิจารณ์, 2532 : 1-2)

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) และนักท่องเที่ยว (Tourist)

ประเทศไทย มีการใช้คำที่มีความหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาเป็นเวลานานแล้ว โดยในระยะแรกๆ ใช้คำว่า "ไปเที่ยว" หมายถึง การเดินทางไปในที่ต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน คำว่า "ท่องเที่ยว" เริ่มมีใช้กันมากขึ้นในปี พ.ศ.2479 และในปี พ.ศ.2480 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณา ความหมายของคำว่า "ท่องเที่ยว" ว่ามีความหมายเชิงเที่ยวเตร่ เหลวไหลได้ ต่อมาในปี พ.ศ.2492 เสด็จในกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ได้ประทานคำว่า

"ทัศนจาร" ขึ้นมาใช้ ทำให้ความหมายของคำว่า "ท่องเที่ยว" เริ่มมีความหมายกว้างมากขึ้น (กองพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม. 2547 : 2-3)

ในสมัยก่อนการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นยังไม่ชัดเจนมากนัก จนกระทั่งภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง การท่องเที่ยวเริ่มมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากมีผู้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าในสมัยนั้นการคมนาคม ถนนหนทางจะยังไม่สะดวกก็ตาม บางครั้งไม่มีที่พักแรม ต้องไปขออาศัยบ้านของชาวบ้าน ศาลาวัดเป็นที่พักแรม แต่คนก็ยังเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆ

ในปี ค.ศ. 1963 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาเห็นว่าเนื่องจากคำว่านักท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางดังกล่าวแล้ว จึงเห็นสมควรกำหนดคำจำกัดความของคำว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) ให้เน้นคำที่กินความกว้างขวางขึ้น เพื่อใช้เป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่จะสามารถใช้เปรียบเทียบซึ่งกันและกันได้ต่อไปโดยการเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า "ผู้มาเยือน" (Visitors) แทนคำว่า "นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน" (Tourist) ซึ่งคำว่าผู้มาเยือนให้ความหมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม ที่มีไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

ดังนั้น คำว่า "ผู้มาเยือน" จึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourist) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักฟื้น ทัศนศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจ ร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น
2. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ประเทศไทยก็ได้ยึดถือคำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นที่กรุงโรมนี้ เป็นหลักในการจัดนับสถิติจำนวน "นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ" ซึ่งสรุปแล้วก็หมายถึงชาวต่างประเทศที่ เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อ

1. มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติหรือเพื่อมาพักฟื้น ฯลฯ
2. มาร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนของศาสนา นักกีฬา นักแสดง ฯลฯ

3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทำงานหารายได้

4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

พร้อมกันนี้ก็ได้นำคำนิยามของ "นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน"

(Domestic Tourist) ไว้ว่า คือ คนไทยหรือคนต่างด้าว ที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางจากจังหวัด

ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของคนไปยังจังหวัดอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอะไรก็ตามที่มิใช่ไปทำงานหารายได้ และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน (หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู. 2533 : 19-20)

มล.ศุ่ย ชุมสาย และ ญิบพันธ์ พรหมโยธี (2527 : 41) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง เป็นความสัมพันธ์เบ็ดเสร็จ และปรากฏการณ์ทั้งหลาย ทั้งส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยอยู่อย่างชั่วคราวของคนต่างถิ่นที่พักอยู่ ทั้งนี้ มีเงื่อนไขมิใช่เป็นการตั้งหลักฐานเพื่อประกอบอาชีพ เป็นการชั่วคราวหรือถาวรทำให้เกิดผลกำไร

เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546 : 55 - 58) : กล่าวว่า เมื่อพิจารณาการท่องเที่ยวจากกรอบการมองในแง่บทบาทของการท่องเที่ยว อาจให้ความหมายของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 นัย คือ ประการแรก ความหมายของการเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยที่การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ช่วยยกระดับรายได้และมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศให้สูงขึ้น และถือว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าออกประเภทหนึ่งที่ไม่เห็นตัว

ประการที่สอง เป็นการมองในความหมายของการเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ของมนุษย์ ทั้งนี้เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็น

ในทางสังคมวิทยา การท่องเที่ยวอันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นความสัมพันธ์ (Social relation) ระหว่างบุคคลซึ่งปกติไม่เคยพบกันมาก่อน
2. เป็นการเผชิญหน้ากัน ระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Confrontation) ในกลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิต ภาษา ความแตกต่างกันในด้านเศรษฐกิจ ฯลฯ
3. พฤติกรรมของกลุ่มคนที่ต้องการผ่อนคลาย (Release) จากความตึงเครียดทางเศรษฐกิจและสังคมในชีวิตประจำวัน
4. พฤติกรรมของคนต่างถิ่นที่ประสานกัน ระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ตนได้รับจากการดำรงชีวิตของคนต่างถิ่น ปัจจุบันได้มีนักวิชาการองค์การเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้พยายามที่จะให้คำนิยามของ "การท่องเที่ยวโดยอาศัยเกณฑ์ต่าง ๆ กัน เช่น ยึดถือตามจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ช่วงระยะเวลาของการเดินทางและลักษณะของการเดินทาง ว่าอะไรไม่ใช่หรือไม่ใช่การท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีความหมายอันใดเป็นความหมายสากล หรือมาตรฐานที่เป็นข้อสรุปอันเป็นที่พอใจของทุกคน

ฉะนั้นในการเดินทางท่องเที่ยวอันนั้น ผู้เดินทางอาจจะมีเหตุผลในการเดินทางนั้นแตกต่างกันไป เช่น เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ เดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ เดินทางเพื่อการศึกษา เป็นต้น ซึ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวอันนั้นเป็นการผ่อนคลายความเครียดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการงานหรือเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันพร้อม ๆ กับการได้รับรู้สัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากการดำเนินชีวิตอันเป็นปกติของเรา ทำให้เกิดความ

ผลิตเพลินเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยว จึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้ และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต

จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อหาความสนุกสนาน เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการ ศาสนา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดถึงการเยี่ยมเยียนญาติมิตร โดยที่ไม่มีรายได้เกิดขึ้นจากการ เดินทางในครั้งนั้น

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่มต่างก็มีวัตถุประสงค์ แตกต่างกันไป แต่ก็ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยทั่วไปเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจ เป็นการจัดนันทนาการให้กับตนเอง เพื่อปรับสภาพของสุขภาพจิตใจเป็นสำคัญ และสมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 19 - 26) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวว่ามี หลายประการ ไว้ดังนี้

1. เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์
2. เดินทางเพื่อมาร่วมการประชุมสัมมนา
3. เดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้
4. เดินทางเพื่อการศึกษา
5. เดินทางเพื่อการติดต่อธุรกิจ
6. เดินทางเพื่อการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง
7. เดินทางเพื่อการประกอบศาสนกิจ
8. เดินทางเพื่อทัศนศึกษา
9. เดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ หรือพักผ่อน

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

โสภภาพร สุทธิศักดิ์ (2539 : 82) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นช่องทางยกระดับ มาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้น ไซแต่ในด้าน การแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเท่านั้น ยังทำให้ บทบาทของเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยของการมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย และทำให้อาชีพใหม่ๆ เกิด ขึ้น ซึ่งการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออก เพราะเป็น การซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้า หรือบริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมี การลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศ และช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิด การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลาย ความตึงเครียดพร้อมๆ กับการได้รับความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไป

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539 : 9 - 10) ได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประเด็น คือ

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ นอกจากนี้ รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศ จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศเกินดุลอีกด้วย

1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 3 เท่าตัว

1.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาคนั้นๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายๆ รูปแบบทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างกว้างขวางเป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรคความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่นทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

2.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรักแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

2.4 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการหลังไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

การจัดการท่องเที่ยว (Tourism Management)

การจัดการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคม และสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้น แล้วการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทาง และประสบความสำเร็จหรือไม่

การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System Approach) และบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาระบบย่อย (Sub System) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย

องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย บึง หนอง คลอง) เป็นต้น บางแห่งได้รับการจัดให้เป็นสวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด อุทยานนกน้ำ เป็นต้น

1.2 ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man - made Tourism Resource) นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหน และปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกได้ 3 ชนิด ได้แก่

1.2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งนี้เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาลากลาง แหล่งโบราณคดีก่อน ประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑน์ กำแพงเมือง คูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

1.2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Culture and Rural Way of Life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีในรอบปี ทั้งประเพณีในราชสำนัก (พระราชพิธีต่าง ๆ) ประเพณีไทย ประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีกินเจ หรือประเพณีถือศีลอดงานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น พิธีโกนจุก พิธีแต่งงาน พิธีบวช และพิธีศพ เป็นต้น

1.2.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์ บันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์การแสดงศิลปะสมัยใหม่ แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า ศูนย์การประชุม เป็นต้น

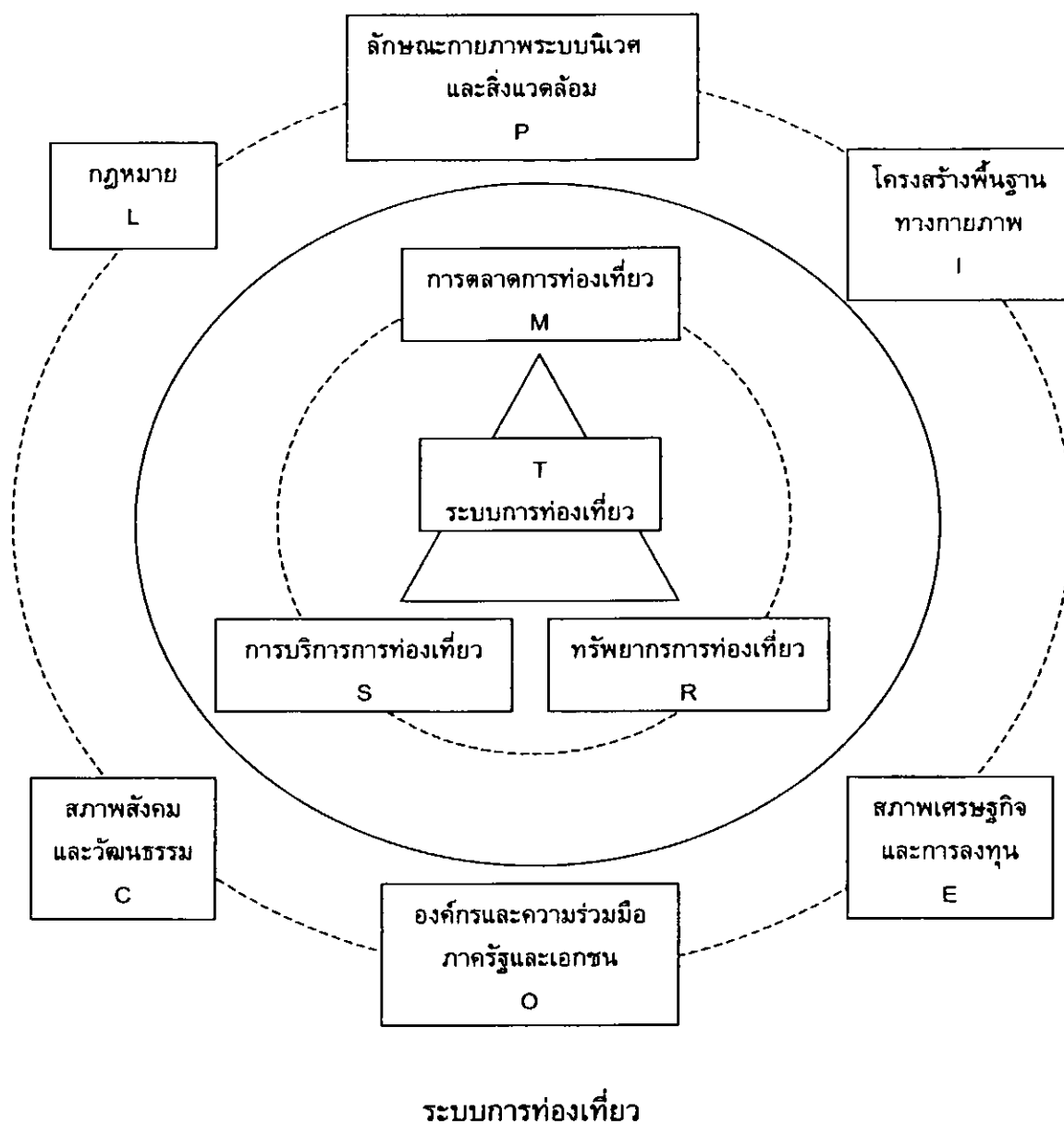
2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการสร้างความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหาร และบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

3. การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใด ๆ จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ 2 วิธี

3.1 การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การใช้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2 การโฆษณา และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้นนักท่องเที่ยว

กล่าวได้ว่า ในการพิจารณาองค์ประกอบภายในระบบการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน เป็นเหตุเป็นผล ซึ่งกันและกัน ซึ่งความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น ดังแสดงในภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 ระบบการท่องเที่ยว

ที่มา : ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. หน้า 97.

องค์ประกอบในการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539 : 7) องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบต่างๆ 8 ประการ ดังนี้

1. การคมนาคมขนส่งทั้งการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
2. ที่พัก

3. ร้านอาหาร และภัตตาคาร
4. บริการนำเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ รวมทั้งประเพณี

วัฒนธรรม และโบราณสถาน

6. ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง
7. ความปลอดภัย
8. การเผยแพร่และโฆษณา

ส่วนในรายงานการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ในอีกทัศนะหนึ่งว่าการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการสังคม และเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 หลัก คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน องค์ประกอบย่อย เช่น สภาพกายภาพ และระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจ และการลงทุน สังคม วัฒนธรรม องค์การและกฎหมาย เป็นต้น ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น โดยความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ เพื่อทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรง และจากการบริการที่เกี่ยวข้อง องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการท่องเที่ยว

บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักทางนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจจะเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรม และบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว

เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อ

กิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยว มักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะเป็นทั้งวัดคุณค่าและเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขายให้นักท่องเที่ยว อาจจะกล่าวได้ว่าเป็น "สินค้า" ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดให้ "ลูกค้า" หรือนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา "ซื้อ" กันถึงที่ตั้งอยู่ของสินค้า

ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เช่น ภูเขา ทิวทัศน์ แม่น้ำ ลำธาร ทะเลสาบ น้ำตก ป่า ภูเขาไฟ น้ำพุร้อน ฯลฯ ตลอดจนปรากฏการณ์ทางธรรมชาติต่างๆ เช่น ฤดูกาลอพยพของสัตว์บางชนิด หรือแหล่งอาศัยของสัตว์ ตลอดจนแหล่งพฤษชาติต่างๆ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Tourism Resource) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งเป็น

2.1 ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน อาคารบ้านเรือน ฯลฯ

2.2 วัฒนธรรม และประเพณี เช่น เทศกาล นิทรรศการ พิธีกรรม ฯลฯ

2.3 วิถีชีวิต เช่น การกินอยู่ การแต่งกาย ขนบธรรมเนียม ฯลฯ

2.4 ความเจริญก้าวหน้า และความทันสมัย เช่น ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์วิทยาศาสตร์ โรงงาน อุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา สนามกีฬา ศูนย์สุขภาพ ฯลฯ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวแยกตามลักษณะ และความต้องการของท่องเที่ยวได้

3 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิศาสตร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล เป็นต้น

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนสถาน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ และบอกให้ทราบถึงวัฒนธรรมที่เก่าแก่ของธรรมชาติ ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง อนุสาวรีย์ เป็นต้น

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวเมื่อได้ไปเยือนที่ใดก็มักจะสนใจอยากรู้ อยากเห็นในความเป็นอยู่ และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนในท้องถิ่นที่เข้าไปเยือน ดังนั้น ประชากรในท้องถิ่นจึงถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีส่วน

สำคัญในการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539 : 18)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวนอกจากแบ่งได้ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังสามารถแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อีกแบบหนึ่ง (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542 : 63) คือ

1. น้ำ หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นน้ำและใกล้น้ำ เช่น ทะเล คลอง แม่น้ำ แหล่ม น้ำตก อ่าว หิมะ เป็นต้น ทรัพยากรประเภทนี้มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างยิ่ง นอกจากประโยชน์โดยตรงแล้วยังก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลายอย่าง เช่น

1.1 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติ และพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เขื่อนกันน้ำ ทำเทียบเรือขนาดใหญ่ แนวหินปะการัง ถ้ำหินงอกหินย้อย น้ำพุร้อน เป็นต้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เช่น พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ นาเกลือ กังหันลม ทำเรือประมง อุโมงค์ลอดใต้ทะเล

1.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ

2. พื้นดิน หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นดิน เช่น ป่าไม้ ไร่ นา สวนป่า สวนสาธารณะ ภูเขา อุทยานแห่งชาติ พื้นที่สีเขียว และพื้นดินทุกประเภทที่ได้รับการเพาะปลูก ปรับปรุงตกแต่งเพื่อผลทางเศรษฐกิจ ตลอดจนฝูงสัตว์ นก พันธุ์ไม้ ดอกไม้ เป็นต้น กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นประเภทนี้ให้ทั้งความเพลิดเพลินและเพื่อการศึกษา

3. อารยธรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน จะเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยือนถิ่นต่าง ๆ เช่น ประเทศที่พัฒนาแล้ว อารยธรรมเทคโนโลยี และความเป็นอยู่สมัยใหม่ก็จะเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวมาจากประเทศที่กำลังพัฒนา ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศที่พัฒนาแล้วก็มักจะนิยมเดินทางไปดูอะไรเก่า ๆ ในประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนาเช่นกัน

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปยังท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือส่งผลต่อท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจแบ่งได้เป็น 3 ด้าน คือ (วิชัย เทียนน้อย. 2528 : 80-82)

1. ด้านเศรษฐกิจ เช่น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ รายได้ หรือการนำเอาทรัพยากรของท้องถิ่นมาใช้

2. ด้านสังคม และสภาพแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปในท้องถิ่นอาจมีผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป เช่น มีลักษณะของความเป็นเมืองมากขึ้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามมา ถ้าหากไม่ได้มีการเตรียมการล่วงหน้าที่ดี

3. ด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ พื้นฟูศิลปะ และประเพณีเก่าแก่ของท้องถิ่น หรืออาจเป็นตัวการทำลายค่านิยม วัฒนธรรมประเพณีเก่าแก่ของท้องถิ่น หรืออาจเป็นตัวการทำลายค่านิยม วัฒนธรรมประเพณี

อันติงามให้ด้อยค่าลงไปได้ โดยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยว และตัวเจ้าของท้องถิ่นเอง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

กองวิชาการ และฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สรุปผลผลิตผลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547 : 18-19)

ปัจจัยภายใน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาล และงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำน้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ / สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมืองแร่

2. ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)

ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น

หรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดการไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของการประกอบการธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบก มีถนนที่พาหนะต่างๆ ผ่านเข้า ออก ได้สะดวก หรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

4.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลายเป็นระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งสัมภาระที่พักรับ เป็นต้น

4.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิด แล้วจะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ และมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

4.5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีธัญชาติไม้ตรี และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีลักษณะ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ

7. ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอาหาร

ปัจจัยภายนอก

1. สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่น

เดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคงเป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยะเวลานั้นในทางตรงกันข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2. ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมามีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลงจากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในระบบประหยัดทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น ความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

3. การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางเดินทางรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

4. การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

ระบบคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวเล็กลง รัฐบาลของประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกันทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาด และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ฉลองศรี ทิมลสมพงศ์ (2542 : 78-79) สรุป ปัจจัยผลักดันที่ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้น และบ่อยขึ้นอันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลง ได้แก่

1. การเกษียณก่อนกำหนดเวลา
2. การมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น
3. ช่วงเวลาทำงานน้อยลง
4. การมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
5. การมีสิทธิได้มีวันหยุดโดยได้รับค่าจ้างเต็ม (Paid Holiday)
6. ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร
7. ครอบครัวมีขนาดเล็กลง
8. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมผู้บริโภค

9. ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน

10. นโยบายของรัฐ กฎหมาย และระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทาง และให้ความปลอดภัย

ทวิตักต์ ทิพยมหิงษ์ (2544 : 18-19) สรุปว่า การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งจูงใจดึงดูดใจทั้งสิ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวนั้นมี 4 ประการ คือ ที่พัก ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

3. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ถนนหนทาง ระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้า และออกจากเมืองต่างๆ ในการเดินทางจากสนามบินของประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อาจรวดเร็วแต่ไปเสียเวลาเพราะระบบจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความไม่สะดวก ถือว่าเป็นสิ่งที่บกพร่องที่ควรแก้ไข

4. การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ทวิตักต์ ทิพยมหิงษ์ (2544 : 9-20) ได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel Motivation) และพบว่า การเดินทางท่องเที่ยวมีแรงผลักดัน (Push Factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกัน การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางได้นั้นขึ้นอยู่กับแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ได้มีการศึกษาและค้นพบสาเหตุหลายประการ ดังนี้

1. ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย ทำงานเหนื่อยต้องการพักผ่อนโดยการเดินทางท่องเที่ยว

2. หลีกหนีความจำเจ ความเครียด รถติด

3. ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ

4. ความภูมิใจที่ตนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ

5. การเดินทาง ซึ่งเดินทางจากความต้องการที่จะศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยเดิม

6. ไปทำใจจากเรื่องราวๆ

7. ความต้องการในการเดินทาง เพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะได้ติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ อย่างไรก็ตามอาจเป็นความต้องการที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว คนรัก หรือความเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าที่ห่างหายไปนาน

แรงดึง (Pull Factors) ในการเลือกจุดหมายปลายทาง ซึ่งแรงดึงต่างๆ นั้นจะนำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักดันในการเดินทางเป็นการไปทำใจเขาอาจต้องการไปที่เงียบๆ ไม่พบปะผู้คน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ การสร้างความภูมิใจให้ตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับทั่วไป

ลักษณะของการไปท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแบบต่างๆ

จากการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีแบบต่างๆ ของการท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะของการไปท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ดังนี้

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล ได้แก่ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดกันสำหรับตัวเอง กับครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อน โดยใช้รถส่วนตัว หรือเช่ารถขับไปกันเอง โดยจะกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งหยุดพัก หรือบริการต่างๆ ระหว่างทางตามสะดวก หรือเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ตามที่ปรารถนา บริการต่างๆ ระหว่างทาง และปลายทางจัดหาเอง

2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์ หรือนำเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวของคนหนึ่งคน หรือ ก็คนก็ตาม ซึ่งมีได้นัดกันไปเสียเงินจำนวนหนึ่งแก่ผู้จัดบริการนำเที่ยว ผู้จัดนำเที่ยวจะจัดการเรื่องยานพาหนะ โรงแรม และบริการอื่นๆ โดยกำหนดได้เป็นรายการแน่นอน นักท่องเที่ยวไม่ต้องจัดอะไร การท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวมักเสียเงินน้อยกว่าแต่ขาดเสรีไปบ้าง ในเรื่องสถานที่อยากจะไปเที่ยว และต้องทำการต่างๆ ตามกำหนดเวลา

3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 อย่าง คือ

3.1 การท่องเที่ยวคาบเวลายาว ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม หรือการศึกษาจะหมายถึงการพักอยู่ ณ ที่หนึ่งที่ใดเป็นคาบเวลายาวนับเป็นสัปดาห์หรือเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุก คาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่อาจเปลี่ยนไป

3.2 การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2-3 วัน ถึง 10-12 วัน เป็นระยะเวลาท่องเที่ยวของผู้ที่ทำงานไม่มีโอกาสจะไปพักผ่อนได้นานๆ

3.3 การท่องเที่ยวแบบทัศนอาจร เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีการพักค้างคืน การทัศนอาจรมีความสำคัญพิเศษสำหรับผู้ที่มีถิ่นอยู่ใกล้ๆ พรอมแดน จะมีทัศนอาจรข้ามพรอมแดน เพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว

3.4 การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวแบบใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ เรือเดินทาง (Cruise) รถนั่งส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสารสาธารณะในประเทศยุโรปการเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศใกล้ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยว

บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว

บุคลากร (Personnel) เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการในกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน ตั้งแต่การตลาด ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการ จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักจิตวิทยาธุรกิจบริการ เพราะการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการให้บริการ นอกจากนั้นต้องดูแลช่วยเหลือแนะนำตั้งแต่เริ่มต้นรับลูกค้า พาลูกค้าท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มต้นจนจบโปรแกรม โดยให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้ามากที่สุด ประกอบด้วย ดังนี้ (สุภัทรดิศ ดิสกุล. 2525 : 345-346)

บุคลากรประจำบริษัทจัดนำเที่ยว

1. บุคลากรประจำบริษัทจัดนำเที่ยว เป็นเจ้าหน้าที่ของบริษัทผู้ประกอบการจัดการท่องเที่ยวโดยทั่วไป อาจจะประกอบไปด้วยฝ่ายประจำสำนักงาน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบริการ และนำนักท่องเที่ยวไปสถานที่ต่าง ๆ

1.1 ฝ่ายประจำสำนักงาน ทำหน้าที่เกี่ยวกับงานธุรการต่างๆ ที่ต้องอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาตส่วนราชการ เช่น การทำวีซ่า (VIZA) การซื้อตั๋วโดยสารเครื่องบิน รถยนต์ การแสดง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งการจัดการติดต่อประสานงานธุรการเกี่ยวกับที่พัก เอกสารผ่าน ตรวจคนเข้าประเทศที่นักท่องเที่ยวต้องไป และจัดทำเอกสารโปรแกรม คู่มือ แนะนำการเดินทางทั้งหมดมอบให้กับนักท่องเที่ยวโดยร่วมมือกับมัคคุเทศก์ประจำบริษัทตนเอง

1.2 มัคคุเทศก์ (Guide) เป็นบุคคลที่บริษัทมอบหมายให้เป็นผู้นำพานักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ต่างๆ ตามกำหนดการที่กำหนดไว้ อาจเป็นเจ้าหน้าที่ประจำของบริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว หรือพนักงานอิสระรับงานเฉพาะครั้งคราว เฉพาะสถานที่ที่ชำนาญเป็นรายชั่วโมง รายวัน รายสถานที่ก็ได้ ทั้งนี้เป็นบุคคลที่ต้องอยู่ใกล้ชิดกับ นักท่องเที่ยวมากที่สุด นับเป็นปัจจัยหลักของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศชาติมากมาย มัคคุเทศก์ซึ่งเป็นส่วนประกอบอันสำคัญยิ่งของอุตสาหกรรม ในอันที่จะนำนักท่องเที่ยวให้รู้เห็นถึงความสวยงามของบ้านเมือง ความปราณีตของศิลปะ ความสูงส่งของวัฒนธรรม ความดีงามของขนบธรรมเนียมประเพณี ความสดสวยของทิวทัศน์และอื่นๆ อีกมาก ฉะนั้นหน้าที่และความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์จึงกว้างขวาง เรียนรู้ไม่มีวันจบสิ้น เพราะบุคคลที่มัคคุเทศก์พบแต่ละครั้งต่างชาติต่างภาษา ผิดแผกทั้งด้านวัฒนธรรมประเพณี ต่างกันในด้านความต้องการ ไม่ว่าจะเป็สถานที่เที่ยวหรือที่พัก

หน้าที่และความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์พอจะจำแนกเป็นข้อๆ ดังนี้

- 1) เป็นตัวแทนของชาติ
 - (1) สร้างภาพพจน์ที่ดีให้ชาติและหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะทำให้ภาพพจน์เสีย
 - (2) ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณีและชีวิตความเป็นอยู่
 - (3) ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในสถาบันต่างๆ ของชาติ
- 2) รับผิดชอบงานของบริษัทที่ตนสังกัดตามที่ได้รับมอบหมาย
 - (1) ลักษณะของบริษัทนำเที่ยว
 - (2) งานที่จะมอบให้มัคคุเทศก์

ลักษณะขอบข่ายของงานมัคคุเทศก์ที่บริษัทผู้ประกอบการมอบหมายบางบริษัทอาจทำหน้าที่รอรับงานเอกสารจากฝ่ายธุรการมาสานต่อ ในการนำนักท่องเที่ยวไปตามโปรแกรมต่างๆ บางบริษัทอาจต้องเริ่มต้นเป็นคณะผู้จัดทำเอกสารด้วยเพื่อรู้งานและรับงานไปดำเนินการต่อไปนอกบริษัท จึงเป็นงานที่หนักมากต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ มากมาย และ (บุปผาคูมมานนท์, 2541 : 210-211) ได้เรียบเรียงเกี่ยวกับการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของมัคคุเทศก์ไว้ดังนี้

งานของมัคคุเทศก์เป็นการประสบปัญหาที่จำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วนอยู่เสมอ และปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องที่ไม่เคยคาดคิดมาก่อนก็มีเป็นจำนวนมาก

ลักษณะประจำตัวของมัคคุเทศก์ที่จะช่วยให้การแก้ไขปัญหาต่างๆ ลุล่วงไปได้ง่ายขึ้น และเป็นผลดีนั้นมีอยู่ 4 ประการ คือ

- 1) ความมีสติ
- 2) ความรู้สึกรับผิดชอบในหน้าที่
- 3) การมองโลกในแง่ดี
- 4) ความมีน้ำใจ

โดยทั่วไปมัคคุเทศก์และชาวไทยก็มีความรู้สึกเอาอกเอาใจชาวต่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทยในฐานะนักท่องเที่ยวที่อยู่แล้ว ถึงจะพบปัญหาบางอย่างเพียงไร ก็พยายามให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มกำลัง

ข้อที่พึงสังวรในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าก็คือ ระเบียบการปฏิบัติหน้าที่ของบริษัทนำเที่ยวแต่ละแห่งมีกฎข้อบังคับแตกต่างกัน จึงเป็นการสมควรที่จะต้องปฏิบัติตามระเบียบของบริษัท อาทิ เช่น ในกรณีเกิดอุบัติเหตุนักท่องเที่ยวได้รับบาดเจ็บ ถึงต้องส่งโรงพยาบาล บริษัทนำเที่ยวแต่ละแห่งได้มีการติดต่อใช้บริการของโรงพยาบาลใดโรงพยาบาลหนึ่งโดยเฉพาะหรือเปล่า เป็นข้อแรกที่มัคคุเทศก์ควรทราบ จะได้จัดการส่งไปรับการรักษาที่โรงพยาบาลที่มีข้อตกลงกันอยู่ก่อนแล้ว เว้นไว้เสียแต่ว่าเป็นกรณีฉุกเฉินรีบด่วนไม่สะดวกในการปฏิบัติ เพราะอาจจะก่อให้เกิดอันตรายถึงแก่ชีวิตหรือพิการจึงจำเป็นต้องใช้สถานพยาบาลที่ใกล้ที่สุด เคยมีเรื่องเกิดขึ้นมาแล้ว

ว่าหลังจากนักท่องเที่ยวได้รับการรักษาพยาบาลแล้ว ค่าใช้จ่ายที่สถานพยาบาลเรียกเก็บเกิดเป็นปัญหายุ่งยากขึ้นภายหลัง

อุบัติเหตุไม่ได้เกิดขึ้นในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่เสมอไป บ่อยครั้งเกิดขึ้นก่อนที่มัคคุเทศก์จะพบกับนักท่องเที่ยว เช่น

นักท่องเที่ยวเกิดตาเจ็บในขณะที่เดินทาง นักท่องเที่ยวทำฟันปลอมหาย นักท่องเที่ยวทำแว่นสายตาแตก ฯลฯ

ปัญหาต่างๆ เหล่านี้พอที่จะสรุปวิธีแก้ไขได้ดังนี้

- 1) หากความรู้เกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติของบริษัทนำเที่ยว
- 2) ความรู้เกี่ยวกับสถานพยาบาล อัตราค่ารักษาพยาบาล
- 3) ปรึกษาหารือกับหัวหน้าคณะของนักท่องเที่ยว
- 4) รายงานให้เจ้าหน้าที่ระดับสูงของบริษัทนำเที่ยวทราบ ก่อนหรือหลังการปฏิบัติ

หน้าที่ตามสมควรแก่กรณี

5) การเดินทางไกลควรแนะนำให้บริษัทหรือบริการรถเช่ามียาชุดที่จะต้องใช้ยามฉุกเฉินติดไว้บ้าง

6) มัคคุเทศก์ควรมียาที่ใช้ประจำตัวติดไว้โดยเตรียมปริมาณไว้เพื่อผู้อื่นบ้าง

ปัญหาเกี่ยวกับการเดินทาง

ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเกิดความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์ สิ่งที่ยังกระทำก็คือเป็นสื่อกลางช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสอบถาม

ขอให้มัคคุเทศก์แสดงความมีน้ำใจ และเห็นอกเห็นใจกับผู้ที่ประสบปัญหา แต่ทั้งนี้ต้องตระหนักดีว่า การตัดสินใจปฏิบัติหน้าที่เกินกว่าสิทธิและอำนาจก็ไม่ใช่สิ่งที่ถูกต้องเสมอไป

สรุปการแก้ปัญหา ก็คือ

- 1) ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการติดต่ออำนวยความสะดวก
- 2) แก้ไขปัญหาที่เร่งด่วนก่อนตามลำดับ แล้วแต่กรณี
- 3) ให้เจ้าหน้าที่ชั้นสูงของบริษัทเป็นผู้รับทราบโดยละเอียดและขอคำสั่งในการ

ปฏิบัติ

ปัญหาที่พักแรม

ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำคือโรงแรมสำรองที่พักซ้ำกัน หรือเกินกว่าขีดความสามารถวิธีการที่จะแก้ไขก็ต้องคำนึงถึงความสำคัญของที่พักแรมว่ามีความสำคัญสูงที่สุด รายการนำเที่ยวไม่ว่าจะดีเลิศเพียงใดแต่ถ้ามีปัญหาเรื่องที่พักแล้ว รายการนำเที่ยวนั้นอาจจะต้องล้มเลิกจึงควรจัดการแก้ไขด้วยการหาที่พักไว้ก่อนแม้ว่าจะต้องเปลี่ยนแปลงรายการนำเที่ยวไปบ้างเพื่อความเหมาะสม หรือตามความจำเป็นจะดีกว่า

ปัจจุบันนี้มีปัญหาเรื่องความปลอดภัยของทรัพย์สิน ในขณะที่นักท่องเที่ยวพักแรม เช่น ของมีค่าหายในห้องพักหรือของขาดหายไปไม่ครบจำนวนในกรณีที่ฝากตู้รับของของโรงแรม

มัคคุเทศก์ต้องขอความร่วมมือจากทางโรงแรมโดยการติดต่อผู้ช่วยผู้จัดการ ซึ่งจะเป็นผู้อยู่ประจำเพื่อให้ความร่วมมือช่วยกันแก้ปัญหาต่อไปตามสมควร

ข้อสรุปในการแก้ปัญหาที่พักรวมไม่พอจำนวน

1) ไม่ควรให้นักท่องเที่ยวแยกย้ายไปพักหลายๆ แห่ง เพราะจะทำให้เกิดปัญหามากขึ้นพยายามให้อยู่รวมกลุ่มกันให้มากที่สุด การขอร้องให้โรงแรมเพิ่มเติมขึ้นแต่ละห้องจะดีกว่าแยกไปพักหลายๆ กลุ่ม

2) กระเป๋าเดินทางควรควบคุมดูแลไว้ที่เดียว จนกว่าการจัดห้องพักจะเรียบร้อย เพื่อป้องกันการสูญหายและการนำส่งผิด

นอกเหนือไปจากคุณสมบัติประจำตัวมัคคุเทศก์ดังได้กล่าวแล้ว ความชำนาญในการทำงานหรือประสบการณ์มีส่วนช่วยมาก ปัญหาต่างๆ ต้องเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ การแก้ไขปัญหาในลุส่งไปได้ด้วยดีขึ้นอยู่กับความเข้าใจอันดีระหว่างทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ที่สำคัญที่สุดก็คือความหวังดีต่ออาชีพและหน้าที่ของมัคคุเทศก์ ความหวังดีต่อวงการธุรกิจการท่องเที่ยว และความหวังดีต่อชื่อเสียงของประเทศชาติเป็นที่สุด

วินิจ วีรยางกูร (2541 : 9-11) กล่าวว่า มัคคุเทศก์เป็นบุคคลที่เป็นตัวแทนของชาตินำชื่อเสียงให้แก่ประเทศชาติ และเป็นบรรชนีปริมาณนักท่องเที่ยวได้พอๆ กับสถานที่ท่องเที่ยวหรือมากกว่า ดังนั้น การปฏิบัติหน้าที่ของมัคคุเทศก์ให้สมบูรณ์ จึงเป็นสิ่งสำคัญซึ่งพอจะกล่าวในรายละเอียดในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์ให้สมบูรณ์ ได้ดังนี้

1) ดูแลอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ตลอดระยะเวลาที่ปฏิบัติงานตั้งแต่รับนักท่องเที่ยวจากสนามบิน โรงแรมหรือจุดนัดพบ จนถึงสิ้นสุดรายการท่องเที่ยวงานมัคคุเทศก์จะเริ่มต้นตั้งแต่มัคคุเทศก์รับงาน รับรายชื่อนักท่องเที่ยวในความรับผิดชอบ แล้วเดินทางไปรับนักท่องเที่ยว ดูแลนักท่องเที่ยว สัมภาษณ์ทุกชนิด ช่วยเจ้าหน้าที่โรงแรมในการส่งนักท่องเที่ยวเข้าพัก (Check-in) จากนั้นเตรียมนัดหมาย จัดลำดับ นำพานักท่องเที่ยวออกท่องเที่ยว ณ สถานที่ต่างๆ ต้องอธิบาย ชี้แจง การปฏิบัติตน การเตรียมตัว การแต่งกาย การดูแลทรัพย์สินส่วนตัว การใช้ภาษาคำพูดเพื่อพบปะทักทายอย่างง่าย ๆ กับประชาชน ท้องถิ่นต่างๆ

2) อธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่นำชม ตลอดจนความรู้ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวควรทราบ เช่น ความรู้เกี่ยวกับภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ความเป็นอยู่ของผู้คน รวมทั้งแนะนำสถานที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก การเข้าชมการแสดง การแลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นต้น

3) ดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในทรัพย์สิน และชีวิต เช่น การถือกระเป๋าเงิน กุญแจห้องพัก เอกสารการเดินทาง สถานที่ใดปลอดภัยหรือไม่ในการเดินทาง เป็นต้น

4) ให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวในการซื้อของโดยพยายามรักษาผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด ช่วยเหลือในการเลือกซื้อ ดูแลความยุติธรรมในเรื่องราคาการซื้อขาย

โดยสรุปแล้ว มัคคุเทศก์เป็นบุคคลที่ต้องใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด เปรียบเสมือนเป็นผู้แทนของคนไทย จึงควรทำหน้าที่เกี่ยวกับการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ชาติ และหลีกเลี่ยงที่จะทำให้ภาพพจน์ของชาติเสียหายให้แก่นักท่องเที่ยวเข้าใจผิด และจะเป็นสิ่งที่งดงามมากคือ มัคคุเทศก์ทุกคนควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

- 1) ต้องมีความรู้ในเรื่องการให้บริการและเฉพาะทางที่จะให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้
- 2) ต้องมีความรักและศรัทธาในอาชีพมัคคุเทศก์เข้าใจว่าเป็นวิชาชีพชั้นสูง
- 3) ฝึกฝนปฏิบัติตนให้เกิดทักษะในการแสดงออกของผู้นำนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน กล่าวคือ มีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกทั่วไปดี มีศิลปะในการพูด

บุคลากรของรัฐ

หมายถึง บุคลากรผู้ทำหน้าที่เกี่ยวกับการให้บริการและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น เจ้าหน้าที่ตรวจดูแลคนเข้าเมือง ตำรวจท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ให้บริการสถานที่พักโรงแรม และเจ้าหน้าที่บริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

1. เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง เป็นบุคลากรของรัฐประจำสถานที่ต่าง ๆ ที่บุคคลต่างชาติผ่านเข้ามาในราชอาณาจักรไทย ประจำอยู่ ณ ท่าอากาศยาน ท่าเรือ ชายแดนต่อระหว่างประเทศ ประกอบด้วย ตำรวจตรวจคนเข้าเมืองและเจ้าหน้าที่ศุลกากร ซึ่งต้องตรวจบุคคลที่ผ่านมาโดยดูเอกสารหนังสือเดินทาง (Passport) หรือเอกสารที่ใช้แทนหนังสือเดินทาง และต้องได้รับการตรวจลงตรา (Visa) จากสถานทูต สถานกงสุลไทยประจำประเทศต่าง ๆ ที่คนต่างชาติต้องขออนุญาตเพื่อเข้ามาเมืองไทย

ลักษณะและประเภทของหนังสือเดินทาง หรือเอกสารใช้แทนหนังสือเดินทางมี 4 ชนิด ดังนี้ (ชาติรี สงวนรักษ์, 2535 : 300-301)

- 1) หนังสือเดินทาง (Proper Passport) แบ่งออกเป็น 4 ชนิด คือ
 - (1) หนังสือเดินทางทูต (Diplomatic Passport) ซึ่งรัฐบาลของประเทศออกได้แก่ เจ้าหน้าที่ทูตหรือกงสุลของประเทศนั้น ๆ อาจรวมทั้งบุคคลอื่น ๆ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้แทนของประเทศของตนไปทำหน้าที่ใด ๆ โดยเฉพาะเรื่องด้วยก็ได้
 - (2) หนังสือเดินทางราชการ (Official Passport) หรือ (Service Passport) ซึ่งรัฐบาลของประเทศได้ออกให้แก่ข้าราชการหรือบุคคลอื่น ๆ ใช้ถือไปราชการต่างประเทศ
 - (3) หนังสือเดินทางธรรมดา (Ordinary Passport) ซึ่งรัฐบาลของประเทศออกให้แก่คนสัญชาติของตนให้ถือไปต่างประเทศ

(4) หนังสือเดินทางสหประชาชาติ (United Nations Passport) หนังสือเดินทางชนิดนี้ ความจริงมิใช่เป็นหนังสือเดินทางโดยตรงนัก เพราะผู้ออกหนังสือเดินทางชนิดนี้หาได้ออกให้แก่คนสัญชาติของประเทศนั้นๆ ไม่ การออกหนังสือเดินทางชนิดนี้ องค์การสหประชาชาติออกให้แก่เจ้าหน้าที่ขององค์การซึ่งอาจเป็นคนสัญชาติใดก็ได้ที่ทำงานอยู่ในองค์การสหประชาชาติโดยตรง

2) เอกสารใช้แทนหนังสือเดินทาง มีดังนี้ คือ

(1) Certificate of Identity

(2) Form of Affidavite to be Used in Lieu of a Passport

(3) Emergency Certificate

(4) Form of Affirmation

(5) Laissez passport

(6) certificate de Depart

(7) Collective Passport

(8) Child's Travel Document ของเยอรมันตะวันตก

(9) Seamen's Discharge Book ใช้สำหรับลูกเรือเดินทะเลที่เข้ามาอยู่กับเรือหรือมาจากต่างประเทศเพื่อจะมาลงเรือในประเทศไทยเท่านั้น

(10) Provisional Aliens Certificate ซึ่งรัฐบาลอินโดนีเซียออกให้แก่คนต่างด้าวที่อยู่ในอินโดนีเซียเท่านั้น

2. ตำรวจท่องเที่ยว เป็นเจ้าหน้าที่บุคลากร สังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ข้าราชการผู้ให้บริการดูแลรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว บริการรับร้องทุกข์ ช่วยเหลือประสานงานอำนวยความสะดวกในการเดินทาง พักผ่อน อาจทำหน้าที่โดยได้รับมอบหมายให้ติดตามอย่างใกล้ชิด และหรือดูแลโดยทั่วๆ ไป ทั้งนี้เป้าหมายหลักคือ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาพักผ่อนอย่างปลอดภัยจากการโจรกรรมต่างๆ ซึ่งตำรวจท่องเที่ยวนี้จะต้องมีอยู่ประจำ ณ สถานที่ตรวจคนเข้าเมืองทุกๆ ด้านตรวจตรา และรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่ระบุไว้ในส่วนราชการ เช่น พัทยา ชะอำ หัวหิน เกาะสมุย ภูเก็ต เป็นต้น สำหรับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อาจมีตำรวจท่องเที่ยวไปทำหน้าที่เพียงตรวจตรา และเวียนมาเป็นระยะๆ และโดยประสานงานกับตำรวจพื้นที่ อื่นๆ ในการจัดนำเที่ยว บริษัทผู้ประกอบการสามารถขอตำรวจท่องเที่ยวมาดูแลให้ความสะดวก ปลอดภัยได้ตลอดพำนักในประเทศไทย โดยประสานขอความร่วมมือมายังสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวได้

3. เจ้าหน้าที่บุคลากรให้บริการบริเวณที่พักและโรงแรมต่างๆ เป็นเจ้าหน้าที่ส่วนประกอบเสริมที่การจัดการท่องเที่ยว โดยบริษัทนำเที่ยวจะต้องจัดบริการให้แก่นักท่องเที่ยวประสานในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยมีคฤเทศก์ และหรือเจ้าหน้าที่บริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว เช่น ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายห้องพัก แม่บ้าน ฝ่ายครัว ฝ่ายจัดเลี้ยง ฝ่ายแผนกสัมภาระ ฝ่ายรักษาความ

ปลอดภัยในโรงแรม ซึ่งมีคฤหาสน์หรือผู้นำท่องเที่ยว (Tour Leader) จะต้องดูแลประสาน กำหนดการต่าง ๆ อย่างละเอียด รอบคอบ เพื่อการบริการแก่นักท่องเที่ยวอันเป็นปัจจัย ความต้องการที่จะส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสรุปแต่ละฝ่ายไว้ดังนี้

ฝ่ายครัว (The Kitchen) มีหน้าที่ ฝึกอบรมพนักงาน วางแผนและควบคุมการจัดซื้ออาหาร เครื่องใช้ ดูแลเตรียมอาหารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโรงแรม

ฝ่ายบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Service) ทำหน้าที่บริการอาหาร และเครื่องดื่มต่าง ๆ ตามที่นักท่องเที่ยวปรารถนาด้วยความสุภาพ เต็มใจ และอ่อนหวาน นุ่มนวล อย่างมีทักษะตามบทเรียนที่ฝึกฝนมา

ฝ่ายจัดเลี้ยง (The Catering Department) มีหน้าที่จัดห้องอาหาร สถานที่ โต๊ะเก้าอี้ ตามจำนวนผู้บริโภค ลูกค้าย นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่ม บางแห่งฝ่ายจัดเลี้ยงอยู่ในแผนกเดียวกันกับฝ่ายครัว

ฝ่ายแม่บ้าน (House - Keeping) เป็นฝ่ายที่จะต้องสร้างความประทับใจในการพักผ่อนนอนหลับภายในห้องของโรงแรม โดยจัดอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ อย่างสมบูรณ์เพียงพอ รับผิดชอบความสะอาดเรียบร้อยของที่พัก มีลักษณะเป็นงานหลังฉาก เหมือนงานฝ่ายครัวและแขกผู้มาใช้บริการจะได้รับผลโดยตรงจากคุณภาพของงาน นอกจากนั้นต้องดูแลรวมไปถึง บริเวณทางเดิน ช่องทางลมของอาคาร บริเวณห้องพักด้วย

ฝ่ายดูแลสัมภาระ (Hall Porter) ทำหน้าที่คอยต้อนรับแขก นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในโรงแรม ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมพร้อมทั้งบอกเส้นทางไป ณ จุดต่าง ๆ รวมทั้งขนสัมภาระของใช้นักท่องเที่ยวที่มาพักแรมไปตามจุดที่ต้องบริการ

โดยสรุปแล้ว นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจะต้องสัมผัสกับบุคลากรในส่วนต่าง ๆ มากมาย ความสัมพันธ์ต่อกันอาจจะมีผลกระทบต่อการบริหารจัดการได้ทั้งทางดีและไม่ดี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

ยุง และ ฟลาวเวอร์ (ซูลิพร ไกรเวียง. 2531 : 48-49 ; อ้างอิงจาก Young and Flowers. 1978) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวสวนสาธารณะของป่าในเมืองคูก (Cook Country Forest Preserve District) ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 630 คน เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของความพึงพอใจ การวิจัยครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาและป้องกันผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อพื้นที่ และลักษณะของป่าไม้ตามธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 80 สถานะภาพโดยทั่วไปตาม

ธรรมชาติเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 65 สำหรับด้านอุปกรณ์เครื่องอำนวยความสะดวก สถานที่พัก และการบริการอยู่ในระดับปานกลางคิดเป็น 50, 55 และ 53 ตามลำดับ

อีไล (Ealine. 1984 : 30-40) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนันทนาการ และสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการสำรวจประชาชนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 980 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบระดับความพึงพอใจในการบริการ การนันทนาการและสภาพสวนสาธารณะ พบว่าประชาชนที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.82 ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมากทั้งเพศหญิงและเพศชาย ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านสภาพพื้นที่และการนันทนาการ รองลงมา ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา

เซบาลอส ลาสคูเรน (Celballos Lascuirain. 1998 : 111-112) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณอ่าวรอกซ์ เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว จำนวน 240 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที่ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับต่ำ ปัจจัยที่มีผล คือ ความรู้เชิงอนุรักษ์ การได้และการให้คุณค่าต่อธรรมชาติสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความคิดเห็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

งานวิจัยในประเทศ

สรณะ ฉายประเสริฐ (2529 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาครัฐบาลและภาคเอกชน ผลการวิจัยสรุปไว้ว่า

ภาครัฐบาลต้องการบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ ด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านภูมิศาสตร์แก่นักท่องเที่ยวได้

ภาคเอกชนต้องการบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องให้ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวได้ (เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย)

การให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว นั้น พบว่า โดยส่วนรวมทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ต่างเน้นในเรื่องประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม ส่วนความรู้ในเรื่องอื่นๆ ที่มีความสามารถในแง่ของการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาอันได้แก่ ความรู้เรื่องธรรมชาติยังมีการปฏิบัติอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความสนใจในเรื่องศิลปวัฒนธรรม

ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ของไทยเป็นอย่างมาก

สิทธิรัตน์ ปาจินบุรวรรณ์ (2531 : ก) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ชีตความสามารถทางสังคม สำหรับการท่องเที่ยวชายหาดชะอำ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อม ทั้งสภาพแวดล้อมธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีบริการอยู่บนชายหาด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางจนถึงค่อนข้างดี และพบว่าระดับความหนาแน่นที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่สุดคือ 15,023 ตารางเมตรต่อคน โดยมีปัจจัยที่สัมพันธ์กับระดับความหนาแน่นที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจ ก็คือ ตัวแปรทางการศึกษาภูมิสำเนา ปัจจุบัน รายได้ ซึ่งเป็นตัวแปรด้านลักษณะบุคคลของนักท่องเที่ยว ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจ ได้แก่ จำนวนวันพัก เวลาพักผ่อน ระยะห่างที่ต้องการ และความพึงพอใจในสภาพแวดล้อม

นวล สารสอน (2533 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคม เศรษฐกิจที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ สำหรับวิธีการศึกษานั้น ได้ใช้วิธีการของวิชามนุษยวิทยา คือ วิจัยเชิงคุณภาพที่พยายามเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนที่ศึกษาให้ครบทุกด้าน จากการศึกษาลักษณะต่างๆ ไปของชุมชนดำเนินสะดวก พบว่า เป็นชุมชนที่มีพัฒนาการมาตั้งแต่มีการขุดคลองดำเนินสะดวก และสามารถแบ่งเขตชุมชนออกเป็นสามส่วน คือ ย่านตลาด ซึ่งเรียกว่าเป็นชุมชนเมืองและย่านเป็นเขตทำการเกษตรที่อยู่รอบๆ เขตชุมชน โดยที่สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เป็นที่ราบลุ่มมีคลองต่างๆ หลายคลอง จึงทำให้วิถีชีวิตในชุมชนผูกพันอยู่กับน้ำ ทั้งด้านการค้าและการเกษตร ตลาดน้ำก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตชุมชนแห่งนี้ เนื่องจากเป็นที่ชาวสวนและชาวดลาดทำการค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้า ประมาณปี พ.ศ.2514 เริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางไปชมภาพวิถีชีวิตของชุมชนแห่งนี้ ระหว่างเวลา 08.00 – 12.00 น. และเพิ่มจำนวนมากขึ้นตามลำดับมากถึงปัจจุบัน จากการศึกษาผลกระทบจากกิจกรรมท่องเที่ยวในที่นี้มีข้อจำกัดอยู่อย่างมาก เช่น ระยะเวลาท่องเที่ยวมีเฉพาะที่มีตลาดน้ำในตอนเช้าของวันเท่านั้น และนอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังถูกจำกัดพื้นที่ชมตลาดน้ำให้อยู่ในเขตพื้นที่ของร้านค้าขายของที่ระลึกเท่านั้น จึงทำให้ระดับความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยวมีน้อย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ การพัฒนาถนนเข้ามามีบทบาทแทนที่เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ดังจะเห็นการเปลี่ยนแปลงศูนย์กลางตลาดชุมชนจากบริเวณริมคลองไปสู่ฟากถนน เช่น ตลาดเสรีที่นับวันจะขยายมากขึ้นในอนาคต

สลักฤทัย เตียวตระกูล (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว : ศึกษากรณีนักท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาหาดเมืองพัทยาทั้งเพศหญิงและเพศชายมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยมีอายุเฉลี่ย 28.5 ปี มีสถานภาพเป็นโสด มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี มีอาชีพประกอบธุรกิจการค้า มีรายได้สูงกว่า 8,500 บาทขึ้นไป ส่วนมากมาจากจังหวัดอื่นๆ นักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่พึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณหาดเมืองพัทยา ส่วนสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ ได้แก่ ความสะอาดของหาดทราย ความสะอาดของน้ำทะเล ความสะดวกสบายของที่จอดรถ ความสะดวกของห้องน้ำและห้องอาบน้ำจืด ความสะอาดของห้องน้ำและอาบน้ำจืด ปริมาณถังขยะ จำนวนแผ่นป้ายสื่อความหมาย และการปลูกสร้างอาคารเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากมีความพึงพอใจในเรื่องความกว้างของชายหาดและความเหมาะสมของแสงแดด สิ่งที่ไม่พึงพอใจในเรื่องความขรุขระเอียงของทราย ความสะอาดของชายหาด ความสะอาดของน้ำทะเลและความตื่น-สีกของน้ำทะเล ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมีความพึงพอใจในเรื่องดังกล่าวมาก ซึ่งตรงกันข้ามกับผู้ที่อายุมาก ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ที่อยู่อาศัย และประสบการณ์การท่องเที่ยวชายทะเลต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมบริเวณหาดเมืองพัทยาแตกต่างกัน

ทองหยด สวนทอง (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน และศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน วิธีดำเนินการวิจัย ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวจำนวน 220 ราย นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถ่วงแปร ทางเดียว การวิเคราะห์การถ่วงแปรและการวิเคราะห์การจำแนก พบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา นักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ รายได้ต่อเดือน การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน รูปแบบการมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ดีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ในระดับปานกลาง 2. ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และอาชีพ การศึกษา ระยะทางจากบ้านถึงตลาดน้ำตลิ่งชัน ค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวตลาดน้ำ มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัญหาและอุปสรรคของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัญหาและอุปสรรคของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ไม่มีเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตตลิ่งชันมาคอยให้คำแนะนำอำนวยความสะดวก เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยเฉพาะเด็กและคนชรา ห้องสุขาไม่เพียงพอ แพรมน้ำดับแคบไม่สะดวกต่อการเดินดูและซื้อสินค้า ดังทั้งขยะไม่เพียงพอ ชุมและศาลาที่นั่งพักผ่อนไม่เพียงพอ ป้ายบอกทางเข้าตลาดน้ำไม่ชัดเจน และขาดความต่อเนื่อง ราคาสินค้าบางชนิดแพงกว่าที่อื่น สินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม บางชนิดมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน

สุวรรณ ศรีติลาวัฒน์ (2541 : 66) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นข้อมูลทุติยภูมิ พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

ของนักท่องเที่ยวก็คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นต่อบุคคล ซึ่งในการศึกษานี้ใช้แทนระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว และเป็นไปตามที่มีผู้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวจะมีความต้องการเดินทางไปต่างประเทศ เมื่อมีรายได้สูงขึ้น ดังนั้น ถ้ารัฐบาลสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้สูงเหล่านี้ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแทนการเดินทางในต่างประเทศได้ จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวได้ แต่อย่างไรก็ตามการใช้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความพร้อม หรือกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม จึงเป็นความลำบากที่จะทำให้อุปสงค์และอุปทานด้านการท่องเที่ยวเป็นไปโดยสอดคล้องกัน การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจึงควรมีการประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

บรรจบพร สุมนรัตนกุล (2544 : 130) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจระดับมาก เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี คือ เล่นน้ำตก ทั้งนี้ เพราะกาญจนบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ซึ่งมีธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเล่นน้ำตกได้อย่างสนุกสนาน ซึ่งกิจกรรมและการบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ล้วนเป็นการชักจูงนักท่องเที่ยว ดังที่ วรรณมา วงษ์วานิช (2539 : 17) กล่าวว่า การท่องเที่ยว เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อชมวิทิวทัศน์ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจของสถานที่แต่ละแห่ง ด้านส่วนผสมการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยว เพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความยุ่งยากซับซ้อน และมีลักษณะพิเศษ แตกต่างจากสินค้า

ศศิธร สามารถ (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ยานพาหนะประเภทรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่คือ ช่วงวันหยุดตามเทศกาล วันลาพักร้อนประจำปี และวันหยุดปลายสัปดาห์ กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ดำน้ำ/ชมปะการัง รองลงมาคือ เล่นน้ำทะเล และชมพระอาทิตย์ขึ้น / พระอาทิตย์ตก จำนวนเงินที่ใช้มากที่สุดคือ 4,001-5,000 บาท สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความต้องการในการพักผ่อนหย่อนใจสำคัญมาก รองลงมาคือ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินสำคัญมาก และเพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ค่อนข้างสำคัญ สำหรับสิ่งจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญโดยรวมในระดับค่อนข้างสำคัญ

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อนก่อนข้างสำคัญ รองลงมาคือ เพื่อน ชักชวนให้มาเที่ยว และโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ / นิตยสาร

วรวิทย์ สุวรรณภักดี (2547) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็น นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบริเวณอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง จำนวน 384 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป เดินทางไปท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง เกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบริเวณ สถานที่ ด้านบริหารจัดการโดยทั่วไป ด้านบุคลากร ด้านทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งโดยรวมและจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา และลักษณะการมาท่องเที่ยว มีความคิดเห็น เห็นด้วย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านบริหารจัดการ โดยทั่วไปมีความคิดเห็น เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 789,650 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547 : 4)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางเทียบขนาดของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 : 608) ที่ขนาดประชากร 789,650 จำนวน 400 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) โดยดำเนินการดังนี้

1. สุ่มสถานที่ท่องเที่ยวแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ได้ดังนี้ พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งวิมานเมฆ สวนสัตว์เปิดซาฟารีเวิลด์ สวนสนุกดรีมเวิลด์ คาบาเร่โชว์ (โกลเด้นโดม) ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา และสุ่มสถานที่ท่องเที่ยวเมืองพัทยา ได้ดังนี้ สวนนงนุช เกาะล้าน คาบาเร่โชว์ (ทิฟฟินี)
2. สุ่มบริษัทจัดนำเที่ยวเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากได้จำนวน 20 บริษัท จากจำนวน 58 บริษัท
3. กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน จากบริษัทนำเที่ยวบริษัทละ 20 คน แล้วทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว โดยมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) โดยถามเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ ถิ่นที่อยู่อาศัย

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวอันมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

เกณฑ์ในการให้คะแนนและแปลความหมาย

ข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าเพื่อถามความคิดเห็นแบ่งเป็น 5 ช่วงการวัด และกำหนดค่าคะแนนดังนี้

ความคิดเห็นมีปัญหามากที่สุด	มีค่าคะแนน	5
ความคิดเห็นมีปัญหามาก	มีค่าคะแนน	4
ความคิดเห็นมีปัญหาปานกลาง	มีค่าคะแนน	3
ความคิดเห็นปัญหาน้อย	มีค่าคะแนน	2
ความคิดเห็นปัญหาน้อยที่สุด	มีค่าคะแนน	1

นำค่าคะแนนเฉลี่ยการพบปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามมาแปลความหมาย โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2530 : 92 - 93)

3.67 - 5.00	หมายถึง	ความคิดเห็นมีปัญหาระดับมาก
2.34 - 3.66	หมายถึง	ความคิดเห็นมีปัญหาระดับปานกลาง
1.00 - 2.33	หมายถึง	ความคิดเห็นมีปัญหาระดับน้อย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการในการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเรื่องการบริหารจัดการ การบริหารบุคคล การนันทนาการ และพื้นฐานการท่องเที่ยวโดยทั่วไป และค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. เขียนข้อคำถามเพื่อเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งสร้างได้จำนวน 60 ข้อคำถาม

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเป็นฉบับร่างไปให้กรรมการควบคุมปริญญาโทเพื่อขอคำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข แล้วมาปรับปรุงให้ถูกต้องสมบูรณ์ต่อไป พบข้อคำถามที่ใช้ได้และกรรมการผู้ควบคุมเห็นชอบ จำนวน 58 ข้อ

4. นำข้อคำถามในข้อ 2 ไปทำการหาคุณภาพเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้ง เพื่อตรวจให้คะแนนตามขั้นตอนของการหาความเที่ยงตรงเชิง

เนื้อหา โดยการใช้ดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญ (Face Validity) และมีคะแนนการประเมินแต่ละข้อคำถามใช้เกณฑ์ดังนี้

ถ้าข้อคำถามแน่ใจว่าสอดคล้องตามจุดมุ่งหมายและหัวข้อปัญหา มีคะแนน +1

ถ้าข้อคำถามไม่แน่ใจว่าสอดคล้องตามจุดมุ่งหมายและหัวข้อปัญหา มีคะแนน 0

ถ้าข้อคำถามแน่ใจว่าไม่สอดคล้องตามจุดมุ่งหมายและหัวข้อปัญหา มีคะแนน -1

นำค่าคะแนนมาคำนวณหาค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้โดยการหาค่าดัชนี

ความสอดคล้อง (IC) ระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด โดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า

IC = หรือมากกว่า 0.5 ขึ้นไป พบว่าได้จำนวน 41 ข้อจากจำนวน 58 ข้อ

5. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการควบคุม

ปริญญาโทเรียบร้อยแล้ว ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวยุโรปที่ไม่ใช่กลุ่ม

ตัวอย่างที่กำหนดไว้จำนวน 50 คน เพื่อนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาคุณภาพแบบสอบถาม โดยหา

ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ซึ่งพิจารณาใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น

ของแบบสอบถามทั้งฉบับนี้เท่ากับ .8840

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. นำหนังสือราชการจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ไปขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลถึงบริษัทจัดนำเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตกรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามแบบบังเอิญ พร้อมอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถาม และข้อสงสัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับความเข้าใจด้านภาษาจีน ทั้งรายบุคคลและเป็นกลุ่ม แจกจำนวน 400 ชุด ได้คืนกลับมา 400 ชุด คิดเป็นข้อมูลคืนกลับร้อยละ 100

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

นำข้อมูลที่เก็บมาได้ทั้งหมดไปตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม พบมีความสมบูรณ์ทั้ง 400 ฉบับ จึงนำมาใช้ในขั้นตอนวิเคราะห์ต่อไปทุกฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science) โดยวิเคราะห์ ดังนี้

1. แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย
2. ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อทราบระดับปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว
3. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนของตัวแปร 2 กลุ่ม โดยการใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) ตามปัจจัย เพศ และอายุ เพื่อทดสอบสมมุติฐานข้อ 1 และข้อ 2
4. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นปัญหามูลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ตามปัจจัย อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบสมมุติฐานข้อ 3, 4 และกรณีพบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป โดยใช้วิธีของนิวแมนคูลส์ (Newman Keuls Method)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - 1.1 ค่าร้อยละ โดยใช้สูตร (ประคอง กรรณสูตร. 2525 : 73)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ
f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

- 1.2 คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2537 : 74)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
	n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2537 : 74)

$$S = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.1 หาดัชนีสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2531 : 124)

$$IC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IC	แทน	ดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม
	$\sum R$	แทน	ผลรวมคะแนนความคิดของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2536 : 170-171)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_1^2}{S_1^2} \right]$$

เมื่อ α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
$\sum S_1^2$	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามแต่ละข้อ
S_1^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมของแบบสอบถาม

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ย 2 กลุ่มโดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 : 135)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}, \quad df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ t	แทน	ค่าที่พิจารณาใน t-distribution
\bar{X}_1	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1
\bar{X}_2	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่ 2
S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนกลุ่มที่ 1
S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนกลุ่มที่ 2
n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

3.2 ทดสอบความแตกต่าง ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance) หรือทดสอบค่า เอฟ (F-test) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2537 : 249)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F - distribution
	MS _B	แทน	ค่า Mean Square ระหว่างกลุ่ม
	MS _w	แทน	ค่า Mean Square ภายในกลุ่ม

3.3 ถ้าหากพบว่า ผลการทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีนิวแมน-คูลส์ (Newman Keuls Method) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2537 : 267-268)

$$q = \sqrt{\frac{MS_w}{k}}$$

เมื่อ	q	แทน	q - statistic ที่ได้จากรายการ
	MS _w	แทน	ค่า Mean Square ภายในกลุ่ม
	k	แทน	จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เท่ากัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนเฉลี่ย (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-Distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ (F-Distribution)
df	แทน	ชั้นแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)
P	แทน	ความน่าจะเป็น (Probability)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวม คะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง (Mean of Square)
*	แทน	การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Significant)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเกี่ยวกับปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวมีจำนวน 400 คน วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์และเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพส่วนตัวโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาที่พบด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน ในด้านบุคลากรเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน ด้านมัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ประจำบริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลผลการเปรียบเทียบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน ตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพส่วนตัวโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน ดังปรากฏในตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย (n = 400)

สถานภาพส่วนตัวทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	165	41.25
หญิง	235	58.75
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	134	33.50
30 ปีขึ้นไป	266	66.50
รวม	400	100.00
3. อาชีพ		
รับราชการ	120	30.00
งานธุรกิจ	145	36.25
เกษตรกรรม	40	10.00
รับจ้าง	95	23.75
รวม	400	100.00
4. ถิ่นที่อยู่อาศัย		
ภาคเหนือ	150	37.50
ภาคใต้	130	32.50
ภาคตะวันออก	72	18.00
ภาคตะวันตก	48	12.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว มีลักษณะโดยทั่วไป ดังนี้

1. เพศ นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นเพศชาย จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 เป็นหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70

2. อายุ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และอายุ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50

3. อาชีพ นักท่องเที่ยวชาวจีนอาชีพ รับราชการ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 งานธุรกิจ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 เกษตรกรรม จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รับจ้าง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75

4. ที่นที่อยู่อาศัย นักท่องเที่ยวชาวจีนมาจากถิ่นที่อยู่ภาคเหนือ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ภาคใต้ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ภาคตะวันออก จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และภาคตะวันตก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนเกี่ยวกับด้านเจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชน ด้านมัคคุเทศก์ ด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัท ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ดังปรากฏในตาราง 2 - 4

ตาราง 2 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนในด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน (n = 400)

เหตุปัจจัย	ปัญหา		
	\bar{X}	S	ระดับ
ด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน			
1. การปฏิบัติหน้าที่ดูแลความปลอดภัยบริเวณท่าอากาศยานตอนเมือง	3.48	.72	ปานกลาง
2. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่ประจำของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.31	.61	ปานกลาง
3. การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ตรวจตราเอกสารการเข้าประเทศไทย	2.29	.74	น้อย
4. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่ประจำสถานที่ท่องเที่ยวของส่วนราชการทั่วไป	3.35	.73	ปานกลาง
5. การดูแลต้อนรับของตำรวจตรวจคนเข้าเมือง	3.41	.81	ปานกลาง
6. การอำนวยความสะดวกของตำรวจท่องเที่ยว	3.74	.72	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

เหตุปัจจัย	ปัญหา		
	\bar{X}	S	ระดับ
7. การอำนวยความสะดวกของตำรวจทางหลวง	3.60	.77	ปานกลาง
8. การดูแลต้อนรับของอาสาสมัครพิทักษ์นักท่องเที่ยว	3.11	.69	ปานกลาง
9. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว พระบรมมหาราชวัง	2.22	.74	น้อย
10. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว พระที่นั่งวิมานเมฆ	2.35	.65	น้อย
11. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สวนสนุกดรีมเวิลด์	3.55	.72	ปานกลาง
12. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สวนสนุกซาฟารีเวิลด์	3.52	.80	ปานกลาง
13. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการเรือล่องแม่น้ำ เจ้าพระยา	3.16	.71	ปานกลาง
14. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการการบินเชิง แสดงโชว์คาบาริโกลเดนโดม เมืองพัทยา	2.30	.76	น้อย
15. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการการบินเชิง แสดงโชว์คาบาริ กิฟฟานี่ เมืองพัทยา	2.20	.69	น้อย
16. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว สวนพักผ่อนหย่อนใจสวนนนุช พัทยา	2.78	.72	ปานกลาง
17. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว เกาะล้าน	3.32	.72	ปานกลาง
18. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการทั่วไปประจำ โรงแรม	3.89	.72	มาก
19. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่ทำความสะอาด ห้องพัก	4.32	.72	มาก
20. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการอาหารใน โรงแรมที่พัก	3.36	.72	ปานกลาง
21. การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการอาหารประจำ ร้านระหว่างท่องเที่ยว	3.60	.72	ปานกลาง
รวม	3.18	.73	ปานกลาง

จากตาราง 2 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบปัญหาอยู่ในระดับน้อย คือ ข้อ 3 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ตรวจตราเอกสารการเข้าประเทศ ($\bar{X} = 2.29$) ข้อ 9 การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยวพระบรมมหาราชวัง ($\bar{X} = 2.22$) ข้อ 10 การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว พระที่นั่งวิมานเมฆ ($\bar{X} = 2.35$) ข้อ 14 การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการการบินเชิงแสดงโชว์คาบาเร่ โกลเดนโดม เมืองพัทยา ($\bar{X} = 2.30$) และการดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการการบินเชิงแสดงโชว์คาบาเร่ทีฟฟานี เมืองพัทยา ($\bar{X} = 2.20$) และพบมีปัญหาอยู่ในระดับมาก คือ ข้อ 18 การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการทั่วไปประจำโรงแรม ($\bar{X} = 3.89$) และข้อ 19 การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดห้องพัก ($\bar{X} = 4.32$) นอกนั้นทุกข้อพบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 3 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนในด้านเจ้าหน้าที่มัคคุเทศก์ ($n = 400$)

เหตุปัจจัย	ปัญหา		
	\bar{X}	S	ระดับ
ด้านมัคคุเทศก์			
1. บุคลิกภาพโดยทั่วไป	3.42	.72	ปานกลาง
2. การสร้างมนุษยสัมพันธ์ของมัคคุเทศก์กับนักท่องเที่ยว	2.78	.69	ปานกลาง
3. การให้ความรู้ของมัคคุเทศก์	2.45	.60	ปานกลาง
4. การแก้ปัญหาในการบริหารจัดการทั่วไปของมัคคุเทศก์	3.74	.72	มาก
5. ทักษะความชำนาญในการนำท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	2.25	.69	น้อย
6. การประสานงานกับร้านค้า อาหารและของที่ระลึก	4.55	.76	มาก
7. การจัดกำหนดการในการท่องเที่ยวและพักผ่อน	4.42	.74	มาก
8. การดูแลเอาใจใส่และงานสวัสดิการต่างๆ ที่บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.40	.72	ปานกลาง
9. ความรับผิดชอบตามหน้าที่ของมัคคุเทศก์	3.36	.70	ปานกลาง

ตาราง 3 (ต่อ)

เหตุปัจจัย	ปัญหา		
	\bar{X}	S	ระดับ
10. การประสานงานกับโรงแรมที่พักและปัจจัยเกี่ยวพัน	4.44	.66	มาก
รวม	3.48	.71	ปานกลาง

จากตาราง 3 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่มัคคุเทศก์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบปัญหาอยู่ในระดับน้อย คือ ข้อ 5 ทักษะความชำนาญในการนำท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ($\bar{X} = 2.25$) และพบปัญหาอยู่ในระดับมาก คือ ข้อ 4 การแก้ปัญหาในการบริหารจัดการทั่วไปของมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 3.74$) ข้อ 7 การจัดทำหนดการในการท่องเที่ยว และพักผ่อน ($\bar{X} = 4.42$) และข้อ 10 การประสานงานกับโรงแรมที่พักและปัจจัยเกี่ยวพัน ($\bar{X} = 4.44$) นอกนั้นทุกข้อพบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 4 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนในด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว (n = 400)

เหตุปัจจัย	ปัญหา		
	\bar{X}	S	ระดับ
ด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัท ผู้ประกอบการธุรกิจ			
การท่องเที่ยว			
1. การดูแลให้บริการนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่โดยทั่วไป	2.12	.71	น้อย
2. การดูแลอำนวยความสะดวกของผู้จัดการบริษัท	1.96	.72	น้อย
3. การปฏิบัติหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์	1.99	.70	น้อย
4. การบริการของเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับจัดเอกสารและตัวโดยสารต่างๆ	2.10	.68	น้อย

ตาราง 4 (ต่อ)

เหตุปัจจัย	ปัญหา		
	\bar{X}	S	ระดับ
5. การจัดความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเจ้าหน้าที่ในการนำนักท่องเที่ยวเดินทาง	1.80	.68	น้อย
6. การจัดกำหนดการแนะนำเกี่ยวกับท่องเที่ยวของพนักงานเจ้าหน้าที่	2.15	.69	น้อย
7. การจัดบริการอำนวยความสะดวก ดูแลรักษาความปลอดภัยของพนักงานเจ้าหน้าที่	1.99	.71	น้อย
8. การจัดบริการอำนวยความสะดวกและความสนุกสนานนันทนาการแก่นักท่องเที่ยวของพนักงานเจ้าหน้าที่	2.15	.66	น้อย
9. การดูแลให้บริการการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวของพนักงานเจ้าหน้าที่	2.86	.64	ปานกลาง
10. การจัดการนำส่งนักท่องเที่ยวกลับประเทศจีน	3.60	.69	ปานกลาง
รวม	2.27	.69	น้อย

จากตาราง 4 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัท ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้อ 9 การดูแลให้บริการการรับประทานอาหาร และเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวของพนักงานเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 2.86$) และข้อ 10 การจัดการนำนักท่องเที่ยวกลับประเทศจีน ($\bar{X} = 3.60$) นอกนั้นทุกข้อพบปัญหาอยู่ในระดับน้อย

ตาราง 5 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน โดยรวมทุกด้าน (n = 400)

ปัจจัยองค์ประกอบด้านต่างๆ	ปัญหา		
	\bar{X}	S	ระดับ
1. ด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน	3.18	.73	ปานกลาง
2. ด้านมัคคุเทศก์	3.48	.71	ปานกลาง
3. ด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัท ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว	2.27	.69	น้อย
รวม	2.98	.71	ปานกลาง

จากตาราง 5 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบปัญหาอยู่ในระดับน้อย คือ ข้อ 3 ด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัท ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.27$) นอกนั้นทุกข้อพบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบปัญหาที่พบของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย โดยการวิเคราะห์ค่าที่ (t-test) และหาค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ดังปรากฏผลตามตาราง 6-10

ตาราง 6 การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามตัวแปร เพศ (n = 400)

ตัวแปร	n	\bar{X}	S	t	p
เพศ					
ชาย	165	3.24	.72		
หญิง	235	3.18	.69	.834	.499

จากตาราง 6 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีน ทั้งเพศชายและหญิง พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 1 ที่ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตาราง 7 การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามตัวแปร อายุ (n = 400)

ตัวแปร	n	\bar{X}	S	t	p
อายุ					
ต่ำกว่า 30 ปี	134	3.31	.72		
30 ปีขึ้นไป	266	3.24	.70	.926	.625

จากตาราง 7 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และ 30 ปีขึ้นไป พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อ 2 ที่ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตาราง 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนเฉลี่ย ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามตัวแปร อาชีพ (n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
อาชีพ					
ระหว่างกลุ่ม	3	.296	.098	.354	.731
ภายในกลุ่ม	396	111	.280		
รวม	399	112	.280		

จากตาราง 8 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวชาวจีนไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 3 ที่ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตาราง 9 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนเฉลี่ย ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามตัวแปร ดินที่อยู่อาศัย (n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ดินที่อยู่อาศัย					
ระหว่างกลุ่ม	3	1.699	.425	4.993*	.001
ภายในกลุ่ม	396	34.357	.085		
รวม	399	36.056			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีดินที่อยู่อาศัยต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 4 ที่ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีดินที่อยู่อาศัยต่างกัน พบปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงนำไปทดสอบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของนิวแมนคูลส์ (Newman Keuls Method) ดังปรากฏในตาราง 10

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ย ปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ
ห้องเที่ยวชาวจีนเป็นรายคู่ จำแนกตามตัวแปร ดินที่อยู่อาศัย

ดินที่อยู่อาศัย	\bar{X}	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก
		3.44	3.42	3.25	2.96
ภาคเหนือ	3.44	-	.01	.20*	.18*
ภาคใต้	3.42		-	.18*	.16*
ภาคตะวันออก	3.25			-	.06
ภาคตะวันตก	2.96				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีดินที่อยู่อาศัยต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่านักท่องเที่ยวมีดินที่อยู่อาศัยภาคเหนือ พบปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีดินที่อยู่อาศัยภาคตะวันออก และภาคตะวันตก โดยที่ผู้มีดินที่อยู่อาศัยภาคเหนือ ($\bar{X} = 3.44$) พบเห็นปัญหาได้ดีกว่าภาคตะวันออก ($\bar{X} = 3.25$) และภาคตะวันตก ($\bar{X} = 2.96$) และพบว่านักท่องเที่ยวมีดินที่อยู่อาศัยภาคใต้ ก็พบปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีดินที่อยู่อาศัยภาคตะวันออก และภาคตะวันตก โดยที่ผู้มีดินที่อยู่อาศัยภาคใต้ ($\bar{X} = 3.42$) พบเห็นปัญหาได้ ดีกว่าภาคตะวันออก ($\bar{X} = 3.25$) และภาคตะวันตก ($\bar{X} = 2.96$) ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยศึกษาและเปรียบเทียบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัญหานักท่องเที่ยวชาวจีน พบเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อเปรียบเทียบปัญหาที่พบของนักท่องเที่ยวชาวจีนเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวตามตัวแปร อายุ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย

สมมุติฐานของการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศ อายุ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย อายุ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 400 คน โดยมีตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย และตัวแปรตามคือ ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยได้รับการตรวจสอบ แนะนำดูแลจากคณะกรรมการผู้ควบคุม 2 ท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.กำโชค เผือกสุวรรณ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้ง จำนวน 5 ท่าน คือ 1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิรัตน์ วรรณรัตน์ 2. อาจารย์สมควร โพธิ์ทอง 3. นายวิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์ 4. นายอนุรักษ์ พุ่มณีโชติ 5. รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร มากแจ้ง โดยที่แบบสอบถาม มี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) โดยถามเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ ถิ่นที่อยู่อาศัย

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบเกี่ยวกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแยกประเด็นปัญหา เป็น 3

ด้าน คือ 1. ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน 2. ด้าน
 มัคคุเทศก์ 3. ด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยทำการหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยหาความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face
 Validity) ทำการวิเคราะห์เชิงสถิติ หาค่าดัชนีความสอดคล้องจากความเห็นชอบของผู้เชี่ยวชาญ
 และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
 (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้เท่ากับ 0.8840

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

1. การศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมา
 ท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 ปีขึ้นไป อาชีพเป็น
 นักธุรกิจ และมีถิ่นที่อยู่อาศัยทางภาคเหนือ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ
 ท่องเที่ยวชาวจีน ที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเน้นกรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา
 พบได้ดังนี้

2.1 ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน โดยรวม 3
 ด้าน คือ 1. ด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน 2. ด้านมัคคุเทศก์ 3. ด้านเจ้าหน้าที่ของบริษัท
 ผู้ประกอบการท่องเที่ยว พบว่าปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$) และเมื่อพิจารณา
 เป็นรายด้าน พบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน
 ($\bar{X} = 3.18$) ด้านมัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 3.48$) ส่วนด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัทผู้ประกอบการ
 ท่องเที่ยว มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.27$)

การวิเคราะห์การทดสอบสมมุติฐาน

จากการทดสอบสมมุติฐานของตัวแปรต่างๆ พบดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และอาชีพ ต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
 กับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

2. นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัด
 การท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่นักท่องเที่ยว
 ชาวจีนที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยทางภาคเหนือ และภาคใต้ พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัด
 การท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก โดยค่าเฉลี่ย
 ของนักท่องเที่ยวถิ่นที่อยู่ทางภาคเหนือ เท่ากับ ($\bar{X} = 3.44$) ภาคใต้ ($\bar{X} = 3.42$) ภาค
 ตะวันออก ($\bar{X} = 3.25$) และภาคตะวันตก ($\bar{X} = 2.96$) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนมีถิ่นที่อยู่ทาง
 ภาคเหนือ และภาคใต้ พบปัญหาไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน มีประเด็นอภิปราย ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน พบอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.97$) และเมื่อพิจารณาโดยแยกเป็นแต่ละด้าน พบปัญหาอยู่ในระดับน้อยคือ ด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.27$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัญหาโดยรวม โดยเฉพาะด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน ที่ทำหน้าที่ให้บริการต่างๆ ร่วมมือกับภาคเอกชนในการทำงาน ชนิดไม่สมบูรณ์แบบในการบริการมากนัก เช่น ไม่สนใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีไม่ได้รับคำตอบแทนพิเศษ หรือเรียกว่าค่าหัวในการให้บริการ โดยตีราคาเป็นรายคน อาจมีผลทำให้เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย รำคาญใจ เช่น ต้องรอคอยผ่านด่านตรวจเอกสาร ณ ท่าอากาศยาน หรือเก็บเงินเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยว นอกรายการ เกี่ยวกับการให้บริการของภาคเอกชน หรืออาจเป็นเพราะว่ามีการปรับเปลี่ยนโปรแกรมการนำเที่ยว โดยลดรายการลงจากที่ตกลงกันไว้เป็นต้น และบางกรณีบังคับเรียกเก็บเงินเพิ่มเติม โดยเพิ่มรายการใหม่เป็นต้น จึงอาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรำคาญใจ มีผลให้มองเห็นเป็นปัญหามากขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับความคิดเห็นของ อนุรักษ์ พุ่มณีโชติ (2545 : 9) ที่ให้สัมภาษณ์ในหนังสือพิมพ์รายวันไทยรัฐว่า การจัดการทัวร์จีนมีปัญหาเป็นอย่างมากนั้น เพราะมีการร่วมมือกันระหว่างไกด์ (มัคคุเทศก์) ซึ่งเป็นไกด์ผี (อันหมายถึงมัคคุเทศก์ที่ไม่มีใบอนุญาต) กับเจ้าหน้าที่รัฐและร้านค้า โรงแรม ในการดำเนินการให้มีความรู้สึกไม่น่าพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น โกงราคา สินค้าของที่ระลึก โดยเฉพาะเครื่องหนัง เครื่องประดับเพชรพลอย (จิวเวลรี่) ทั้งนี้เพื่อได้เปอร์เซ็นต์นายหน้าจากร้านค้า เพราะไกด์ผีแต่ละคนนั้น ต้องลงทุนไปแย่งประมูลแข่งกันให้ได้กรุ๊ปทัวร์ และยังคงกล่าวต่อไปอีกว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ 90% ต่างเข็ดขยาดกับการเอาเปรียบ บังคับซื้อให้นักท่องเที่ยวให้ซื้อสินค้า ให้ดูโชว์ลามก ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์อันเลวร้ายต่อประเทศชาติ ทั้งนี้อาจเกิดจากมัคคุเทศก์เถื่อนๆ ทั้งสิ้น ที่ร่วมมือกันกับฝ่ายต่างๆ อาจรวมถึงเจ้าหน้าที่ตำรวจ เจ้าหน้าที่ปกครอง บางคนร่วมมือด้วย มัคคุเทศก์เหล่านี้บางคนเป็นชาวจีน มาจากฮ่องกง มาจากประเทศจีนเอง ซึ่งจากการประเมินของสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ พบมัคคุเทศก์เถื่อนจำนวนไม่น้อยกว่า 2,500 คน และสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของนายวิจิต ประกอบโกศล (2546 : 16-17) ได้ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์รายวันกรุงเทพธุรกิจ โดยกล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทยอยู่ภายใต้อิทธิพลของมาเฟียซึ่งมีอีกนาน ทั้งๆที่ตำรวจท่องเที่ยวพร้อมจับมาเฟีย แต่ก็ไม่มีผลอันใด และกล่าวในงานสัมมนาโต๊ะกลมเรื่อง “ทัวร์ศูนย์เหรียญจะหมดจากไทยได้จริงหรือ” เพราะทัวร์ศูนย์เหรียญเป็นกลุ่มการจัดการชาวจีน ได้หัววัน เวียดนาม และประเทศเพื่อนบ้าน หลายประเทศ ที่ทำให้การท่องเที่ยวไทยแบบนอกระบบจนกระทั่งทุกวันนี้ ซึ่งทัวร์ศูนย์เหรียญจะ

จัดรายการเสริมนอกโปรแกรม ที่ผู้ประกอบการธุรกิจทัวร์จัดมาตั้งแต่เดิมทุกครั้ง และมักจะเน้นการจัดให้ไปซื้อของฝากนอกรายการ และกระทำเชิงบังคับขู่เข็ญ โดยอาศัยความร่วมมือเจ้าหน้าที่รัฐ ด้วยการจ่ายค่าตอบแทนให้เจ้าหน้าที่ และสอดคล้องกับ งบค่านาถ ห่านวิไล (2548 : 18) ได้กล่าวว่า สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการประชุมเพื่อนำเสนอผลงานวิจัย เรื่อง “สู่ทางสู่ความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทย-จีนด้านการท่องเที่ยว” ประเด็นสำคัญคือ การแก้ปัญหาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะปัญหาการให้บริการของบุคลากรในประเทศไทย เช่น ด้านการจัดรายการท่องเที่ยวนอกเหนือจากความเป็นจริงเพื่อเก็บเงินค่ารายหัว นอกจากนี้ อิทธิพลส่วนตัวของเจ้าหน้าที่ตำรวจบางคน สิ่งเหล่านี้เป็นปัญหาที่ต้องแก้ไข เพราะทำให้สถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนลดลงถึง 44.57% ในปี 2545 และจะลดลงเรื่อยๆ ถ้าปัญหายังไม่ได้รับการแก้ไข และกล่าวว่า ปัญหาสำคัญอยู่ที่คนในวงจรกิจการท่องเที่ยวของจีนได้รับการช่วยเหลือจากพนักงานของรัฐโดยแลกกับเงินใต้โต๊ะหรือส่วย และพบจากการวิจัยว่า ผลประโยชน์มหาศาลที่ได้รับจากปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ ซึ่งเป็นวงจรมาเพียร์ไม่ได้ตกอยู่กับผู้ประกอบการธุรกิจในการยังแบ่งปันให้กับเจ้าหน้าที่รัฐบางส่วน ปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวจีนจึงถือว่าอยู่ในขั้นวิกฤต

การมาท่องเที่ยวของชาวจีนในความต้องการส่วนตัวของมนุษย์ทุกเชื้อชาติจะเหมือนกันคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจตามธรรมชาติ ต้องการสัมผัสธรรมชาติ ตั้งความหวังไว้ในการไปท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยเฉพาะสุขใจ สุขอารมณ์เป็นสิ่งสำคัญ เมื่อการได้รับตอบสนองไม่เป็นไปตามความต้องการ เช่น การบังคับให้รับรู้ให้ได้รับในสิ่งที่ไม่ต้องการ แต่จ่ายยอม ย่อมส่งผลต่อความรู้สึกที่ไม่ดีเกิดขึ้นได้ แต่บางรายการที่จัดบริการตามโปรแกรมก็มีอยู่บ้างเช่น ได้พบเห็นความสวยงาม ความเพลิดเพลินของธรรมชาติชายทะเลเมืองพัทยา ได้พักผ่อน ร่วมกิจกรรมสนุกสนานบ้าง และนอกจากนั้นการดูแลต้อนรับที่ดีงามของเจ้าหน้าที่พระบรมมหาราชวัง และพระที่นั่งวิมานเมฆ นอกจากนี้ ความสวยสดงดงามของศิลปสถาปัตยกรรมทำให้ความรู้สึกที่ไม่ดีในเรื่องอื่นๆ หดไปได้บ้าง จึงเป็นผลทำให้พบปัญหาในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นว่า พบปัญหาในระดับน้อย ล้วนแล้วแต่เป็นการบริการของเจ้าหน้าที่พระบรมมหาราชวัง ($\bar{X} = 1.92$) พระที่นั่งวิมานเมฆ ($\bar{X} = 1.98$) และในด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัทประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้เพราะเป็นการบริการที่เป็นเรื่องประทับใจทั้งสิ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ การรักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่บริษัท การดูแลเอาใจใส่บริการทุกๆ เวลา การบริการการบันเทิง และบริการอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรชัย ลิ้มพรจิตรวิไล (2548 : 96-97) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ ด้านธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และด้านการให้บริการของบุคลากรผู้ให้บริการของบริษัทผู้จัดธุรกิจการท่องเที่ยว การได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ย่อมแสดงถึงปัญหามีน้อย และสอดคล้องกับการวิจัยของ เสริมสกุล เสรีจกิจ (2547 : 88-89) ที่ได้วิจัยเรื่อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ บริษัทธุรกิจการท่องเที่ยว และความเป็นธรรมชาติ ความสวยงามของศิลปสถาปัตยกรรมของสิ่งแวดลอมต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น และสอดคล้องกับ พัชรา ลากลือชัย (2546 : 114-115) ที่ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม คือ การจัดกิจกรรมการขายของบริเวณตลาดน้ำทั้งสองแห่ง และการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว

2. จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการพบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย ปรากฏว่า มีความเห็นไม่แตกต่างกัน ในกรณีตัวแปรเพศ อายุ และอาชีพ แต่มีความเห็นแตกต่างกันคือ การมีถิ่นที่อยู่อาศัย ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 เพศ

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งเพศชาย และเพศหญิง พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เพศไม่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด เพราะการรับรู้จากการบริการทั้งทางตรง และทางอ้อม ของบุคลากรผู้ให้บริการแก่การท่องเที่ยวเหมือนกัน ทั้งวัน เวลา สถานที่ และปัจจัยองค์ประกอบต่างๆ เพราะปัจจุบันชาวจีนทั้งเพศหญิง และเพศชาย มีโอกาสเสมอภาคในการดำเนินชีวิต การเข้าสังคม การศึกษา และพัฒนาคุณภาพชีวิต จึงอาจเป็นผลให้การแสวงหาการรับรู้ และเรียนรู้ได้เท่าเทียมกันทั้งเพศหญิง และเพศชาย ทำให้การวิเคราะห์ปัญหาได้ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้สอดคล้องกับการวิจัยของ ฉัตรชัย ลิ้มพรจิตร์วิไล (2548 : 86-87) ที่ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า เพศ อายุ และอาชีพ มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันทั้งด้านธรรมชาติ การบริการจัดการโดยทั่วไป และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

2.2 อายุ

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีอายุต่างกัน พบปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เพราะอายุแสดงถึงวัยวุฒิที่แบ่งความเป็นผู้ใหญ่ ความเป็นเด็ก ความมีวุฒิภาวะได้ จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมีเพียง 2 กลุ่มคือ อายุต่ำกว่า 30 ปี และ 30 ปีขึ้นไปเท่านั้น และมีปริมาณใกล้เคียงกันคือ อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 134 คน อายุ 30 ปีขึ้นไป มีจำนวน 266 คน และนอกจากนั้นประเทศจีนมีนโยบายให้ชาวจีนที่ออกนอกประเทศเพื่อไปท่องเที่ยวจะอนุญาตให้เป็นบุคคลที่มีวุฒิภาวะสูงพอ เป็นผู้ใหญ่แล้วมีฐานะทางสังคม และเศรษฐกิจดี ฉะนั้น จึงอาจเป็นสาเหตุที่ความแตกต่างของวัยมีน้อยมาก และนอกจากนั้น อาชีพการเป็นอยู่ใกล้เคียงกัน การมีประสบการณ์เหมือนๆ กัน ดังนั้น การได้รับบริการจากบุคลากรที่เหมือนๆ กัน ย่อมทำให้

ความเข้าใจไม่แตกต่างกันได้ ซึ่งการมีประสบการณ์ก็เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเรียนรู้ และพัฒนาตนเองได้เช่นกัน จึงสรุปได้ว่า การมองเห็นปัญหาได้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามที่ สุพัตรา สุภาพ (2531 : 78-79) กล่าวว่า การพัฒนาตนเองได้ดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับ การมีประสบการณ์ อายุ และการรับรู้จากตัวอย่างเพื่อการเลียนแบบและซึมซับได้ สามารถเปลี่ยนบุคลิกภาพ และพฤติกรรมบุคคลและสังคมได้ นอกจากนี้ การเรียนรู้ของกลุ่มต่างๆ กัน ที่มีวุฒิภาวะใกล้เคียงกัน อายุใกล้เคียงกัน ประสบการณ์เดียว หรือคล้ายๆ กัน ย่อมมีโอกาสพบเห็นปัญหาต่างๆ ไม่แตกต่างกันได้

2.3 อาชีพ

นักทอ่งเที่ยวชาวจีนที่นักทอ่งเที่ยวในประเทศไทยมีอาชีพต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทอ่งเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าอาชีพเป็นประสบการณ์อย่างหนึ่ง เป็นฐานะทางสังคมอย่างหนึ่ง ที่เป็นปัจจัยองค์ประกอบของบุคลิกภาพส่วนบุคคล อันสามารถแสดงพฤติกรรมของการวิเคราะห์ สังเคราะห์ สามารถแยกแยะประเด็นปัญหาได้ถูกต้อง แม่นยำ และจากการวิเคราะห์สถานภาพโดยทั่วไปของนักทอ่งเที่ยวชาวจีนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ จำนวนอาชีพ เป็นนักธุรกิจจำนวน 145 คน ข้าราชการจำนวน 120 คน เกษตรกรรม จำนวน 40 คน และรับจ้าง จำนวน 95 คน จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่ 2 อาชีพคือ ข้าราชการ และนักธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน ทั้ง 2 อาชีพคือ ข้าราชการ และนักธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน ทั้ง 2 อาชีพนี้ต่างก็มีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพได้เท่าเทียมกัน ประสบการณ์คล้ายๆ กัน จึงสามารถรับรู้ เรียนรู้ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ ได้เท่าเทียมกันหรือไม่แตกต่างกันมากนัก สำหรับอาชีพอื่นๆ คือ เกษตรกรรมและรับจ้างมีจำนวนน้อย มีอิทธิพลในเรื่อง ความคิดเห็น กลุ่มอาชีพนักธุรกิจ และข้าราชการน้อยมาก จึงอาจเป็นไปได้ที่ทำให้ความรู้สึกต่อปัญหาต่างๆ นั้น ทุกอาชีพไม่แตกต่างกัน

2.4 ดินที่อยู่อาศัย

นักทอ่งเที่ยวชาวจีนที่มาทอ่งเที่ยวในประเทศไทย มีดินที่อยู่อาศัยต่างกัน พบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทอ่งเที่ยวต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ โดยที่นักทอ่งเที่ยวชาวจีนที่มีดินที่อยู่อาศัยทางภาคเหนือและภาคใต้ มีความรู้สึกพบเห็น ปัญหามากกว่านักทอ่งเที่ยวชาวจีนที่มีดินที่อยู่ทางภาคตะวันออก และภาคตะวันตก ส่วนทางภาคเหนือกับภาคใต้ และภาคตะวันออกกับภาคตะวันตก พบปัญหาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มาทอ่งเที่ยวครั้งนี้มาจากภาคเหนือ และภาคใต้ ใกล้เคียงกัน คือ ภาคเหนือ จำนวน 150 คน ภาคใต้ จำนวน 130 คน แต่มีจำนวนมากกว่า ภาคตะวันออกและภาคตะวันตกมากมาย โดยที่ภาคตะวันออกมีจำนวน 72 คน ภาคตะวันตก จำนวน 48 คน และชาวจีนภาคเหนือและภาคใต้ ปีการศึกษา และมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงกว่า มีธุรกิจการค้า และระบบการขนส่งติดต่อราชการมากกว่า และมีทางออกทะเลซึ่งต่างจากภาคตะวันตกและตะวันออก มีสภาพภูมิศาสตร์เป็นภูเขา ป่า หนาแน่น และมี

ทะเลทรายทางพื้นที่ตะวันตก ประชากรก็น้อยกว่าภาคอื่นๆ จึงเป็นเหตุทำให้การรับรู้ เรียนรู้ ประสบการณ์ต่างกันได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว อาจเป็นผลต่อการพบปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ การจัดการการท่องเที่ยว แตกต่างกันได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชาวจีน พบด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคเอกชน และด้านมัคคุเทศก์ อยู่ในระดับปานกลาง ถือว่าเป็นปัญหาที่จะต้องแก้ไขปรับปรุงโดยด่วน เช่น ระบบการจัดการบริการของเจ้าหน้าที่ตรวจเอกสาร ณ ท่าอากาศยาน ควรให้ความสะดวก รวดเร็ว และมีระบบตรวจสอบความเป็นธรรม นอกจากนี้ ควรปรับปรุงไม่ให้มีการจัดการ การรับเงินใต้โต๊ะ หรือนอกระบบอย่างจริงจัง ส่วนเจ้าหน้าที่เอกชนโดยเฉพาะโรงแรมที่พัก ควรมีเจ้าหน้าที่ของรัฐและส่วนราชการเข้าไปดูแลอำนวยความสะดวกร่วมด้วย และจัดการดูแลการทำงานอย่างจริงจัง โดยประสานกับการท่องเที่ยว สำหรับมัคคุเทศก์จะมีปัญหาในเรื่อง มัคคุเทศก์เถื่อน อันหมายถึงไม่มีใบอนุญาตประกอบการเป็นมัคคุเทศก์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง ควรสอดส่องดูแล ตรวจสอบตราจัดระบบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับมัคคุเทศก์อย่างจริงจัง โดยเฉพาะพนักงานเจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยว ควรมีจำนวนมากพอที่จะช่วยในการตรวจตรา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน โดยเพิ่มตัวแปรด้านอื่นๆ อีกเช่น การศึกษา ลักษณะการเดินทาง เป็นต้น
2. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยจังหวัดอื่นๆ เช่น สุโขทัย เชียงใหม่ อุทยาน เป็นต้น
3. ควรศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบความพึงพอใจ หรือปัญหาระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
4. ควรศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจัดการท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวในประเทศไทย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการฝึกหัดครู. (2533). *คู่มือการทอ่งเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สารสาสน์การพิมพ์.
- กระทรวงการทอ่งเที่ยวและกีฬา. (2547). *คู่มือปฏิบัติงานการทอ่งเที่ยวและกีฬาสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการทอ่งเที่ยวและกีฬา*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิลเล็ทกรุ๊ป.
- การทอ่งเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). *แผนการทอ่งเที่ยวปี 2545*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิลเล็ทกรุ๊ป.
- _____. (2547). *สารประชาสัมพันธ์ สถิติการทอ่งเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การุณย์การพิมพ์.
- กำโชค เมื่อกสุวรรณ. (2538). *ผู้นำสันตนาการ*. กรุงเทพฯ : เกษมศรีการพิมพ์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการทอ่งเที่ยว*. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรชัย ลิ้มพรจิตรวิไล. (2548). *ความพึงพอใจต่อการทอ่งเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวไทย*. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *วิถีไทย : การทอ่งเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพรวพิทยา.
- ชาติรี สงวนรักษ์. (2535). *การทอ่งเที่ยว*. กรุงเทพฯ : พัฒนาสารการพิมพ์.
- ชุลีพร ไกรเวียง. (2531). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2537). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดุษย์ ชุมสาย, มล. (ม.ป.ป.). *หลักวิชาการทอ่งเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพรวพิทยา.
- ดุษย์ ชุมสาย, มล. และ ญิบพัน พรหมโยธี. (2527). *ปฐมบทวิชาการทอ่งเที่ยว*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ทวีศักดิ์ ทิพย์มหงษ์. (2544). *รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปทอ่งเที่ยวจังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา*. ฉะเชิงเทรา : สถาบันราชภัฏราชชนรินทร์.

- ทองหยด สวนทอง. (2540). *ความคิดเห็นของนักทอ่งเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดลิ่งชัน*.
 วิทยานิพนธ์ สค.ม. (สิ่งแวดลอม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
 ถ่ายเอกสาร.
- นงศนาท ห่านวิไล. (2548). *ดั่งจิ้นเที่ยวไทยปัญหาเก่ายังสาบไม่สิ้น*. (14 มิถุนายน).
คมชัดลึก. หน้า 18.
- นวล สารสอน. (2533). *ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคมเศรษฐกิจที่
 ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์ วท.ม.
 (มานุษยวิทยา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 ถ่ายเอกสาร.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของ
 นักท่องเที่ยวชาวไทย*. นครปฐม : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บรรจบพร สุนทรรัตนกุล. (2544). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทาง
 ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี*. สารนิพนธ์ บธ.ม.
 (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
 ถ่ายเอกสาร.
- บุปผา คุมมานนท์. (2541). *หลักการเป็นมัคคุเทศก์*. กรุงเทพฯ :
- ประคอง กรรณสูต. (2525). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : บริษัท
 ศูนย์หนังสือศรีสง่า.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ :
 สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรา ลากลือชัย. (2546). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยว
 ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม*.
 ปริญญาานิพนธ์ บท.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2546). *ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ
 ท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ :
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2536). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ :
 ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- วรรณ วรษ์วานิช. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

- วรวัตย์ สุวรรณภักดี. (2547). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิชัย เทียนน้อย. (2528). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- วิชิต ประกอบโกศล. (2546). *ทัวร์ศูนย์เหรียญทะเลลึกไทย*. (27 มิถุนายน). กรุงเทพฯ: กิจ. หน้า 14.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). "คำเฉลี่ยกับการแปลความหมาย เรื่องง่ายๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้". *ข่าวสารวิจัยการศึกษา*. 3 (18) : 8-11.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). *การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศนิภาญจน์ เทพกาญจนา. (2542). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศศิธร สามารณ. (2545). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่*. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- สมจิต กาหวงศ์. (2541). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มาท่องเที่ยวในสวนสาธารณะในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สลักฤทัย เตียวตระกูล. (2539). *ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์ วท.บ. (นโยบายและการวางแผนวิทยาศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.
- สิทธิรัตน์ ปรารจันบุรารณ. (2531). *ขีดความสามารถทางสังคมสำหรับการท่องเที่ยวชายหาดชะอำ*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุพัตรา สุภาพ. (2531). *สังคมวิทยา*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สุภัทรดิศ ดิสกุล. (2525). *คู่มือมีคคุณเทศก์*. กรุงเทพฯ : บรรณกิจการพิมพ์.
- สุวรรณ ศรีติลาวัฒน์. (2541). *ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- เสริมสกุล เสรีกิจ. (2547). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต*. ปรินญา นิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- โสภาพร สุทธิศักดิ์. (2539). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์ พัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. (2538). *รวมความรู้เกี่ยวกับโรงแรม*. กรุงเทพฯ : ฮิวเบนเซอร์เทจ.
- อนุรักษ์ พุ่มณีโชติ. (2545, 9 พฤศจิกายน). *เดือนหายใจนักท่องเที่ยวไทย*. *ไทยรัฐ*. หน้า 9.
- อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี*. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- Best, John W. (1997). *Research in Education*. New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Bloom, Benjamin S. (1958). *A Taxonomy of Education Objective : Handbook I. The Cognitive Domain*. New York : Longmans, Green Co.
- Boo, Elizabeth. (1991). *Ecotourism : The Potentials and Pitfalls*. Washington, D.C. : World Wildlife Fund-US.
- Botha, B. P. (1981, October). "Park and Recreation Administration for Municipalities of South Africa : A Study of a Group Municipal Authorities", *Dissertation Abstracts International*. 42 (150) : 783-784-A.
- Ceballos Laseurain, H. (1998, April). Proprietors "Opinion on Ecotourism : A Case Study of The Roxz Bay, Sydney Australia," *Journal of Ecotourism Research*. 60 (4) : 248-A.
- Cronbach, Lee J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York : Harper & Row.
- Cowan, W. E. (1989). *Assessing Employer – Employee Satisfaction with Training at Canadian Valley Area*. Canada : Oklahoma University.
- Ealine, Ruth. (1984, April). "Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York", *Dissertation Abstracts International*. 44(10) : 1120-1128A.

Krejcie, Robert V. and Morgan, Daryl W. (1970, September). "Determining Sample Size for Research Activities". *Educational and Psychological Measurement*. 30(3) : 607 – 610.

Wolman, Lo. (1973). *Motivation Strategies*. New York: McGraw Hill.

Young, R. A. and M. L. Flowers. (1982). *Users of and Patterns Satisfaction and Recommendations*. Forest research report. University of Illinois.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. ชื่อ นายสมควร โพธิ์ทอง
ตำแหน่ง อาจารย์
สถานที่ทำงาน ภาควิชาสันตนาการ คณะพลศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ชื่อ รองศาสตราจารย์ ดร. วิรัช วรณรัตน์
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา
สถานที่ทำงาน สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. ชื่อ นายวิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์
ตำแหน่ง นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ
สถานที่ทำงาน สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ
4. ชื่อ นายอนุรักษ์ พุ่มณีโชติ
ตำแหน่ง ประธานชมรมมัคคุเทศก์ภาษาจีน
สถานที่ทำงาน ชมรมมัคคุเทศก์ภาษาจีน
5. ชื่อ ดร. สุภาพร มากแจ้ง
ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน โครงการท่องเที่ยว สำนักวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามประกอบการวิจัยเพื่อจัดทำปฏิญานิพนธ์สาขาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เรื่อง ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบการเรียนระดับปริญญาโท สาขาการจัดการนันทนาการ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านร่วมตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

คำแนะนำ ในการตอบแบบสอบถามแต่ละตอน กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 30 ปี

30 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

รับราชการ

งานธุรกิจ

เกษตรกรรม

รับจ้าง

4. ถิ่นที่อยู่อาศัย

ภาคเหนือ

ภาคใต้

ภาคตะวันออก

ภาคตะวันตก

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว
ชาวจีน

คำชี้แจง โปรดพิจารณาเลือกตอบโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับ
ความพึงพอใจของท่าน

ข้อ	คำถาม	ระดับปัญหาที่พบ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน การปฏิบัติหน้าที่ดูแลความปลอดภัยบริเวณ ท่าอากาศยานดอนเมือง					
2	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่ประจำของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
3	การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ตรวจตรา เอกสารการเข้าประเทศไทย					
4	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่ประจำสถานที่ ท่องเที่ยวของส่วนราชการทั่วไป					
5	การดูแลต้อนรับของตำรวจตรวจคนเข้าเมือง					
6	การอำนวยความสะดวกของตำรวจท่องเที่ยว					
7	การอำนวยความสะดวกของตำรวจทางหลวง					
8	การดูแลต้อนรับของอาสาสมัครพิทักษ์ นักท่องเที่ยว					
9	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว พระบรมมหาราชวัง					
10	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว พระที่นั่งวิมานเมฆ					
11	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สวนสนุกดิเอ็มโวลด์					
12	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สวนสนุก ซาฟารีเวิลด์					

ข้อ	คำถาม	ระดับปัญหาที่พบ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
13	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการเรือล่องแม่น้ำเจ้าพระยา					
14	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการการบันเทิงแสดงโชว์คาบาเร่โกลเดนโดม เมืองพัทยา					
15	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการการบันเทิงแสดงโชว์คาบาเร่ ทิฟฟานี เมืองพัทยา					
16	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยวสวนพักผ่อนหย่อนใจสวนนนุช พัทยา					
17	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยวเกาะล้าน					
18	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการทั่วไปประจำโรงแรม					
19	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดห้องพัก					
20	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการอาหารในโรงแรมที่พัก					
21	การดูแลต้อนรับของเจ้าหน้าที่บริการอาหารประจำร้านระหว่างท่องเที่ยว					
22	ด้านมัคคุเทศก์ บุคลิกภาพโดยทั่วไป					
23	การสร้างมนุษยสัมพันธ์ของมัคคุเทศก์กับนักท่องเที่ยว					
24	การให้ความรู้ของมัคคุเทศก์					
25	การแก้ปัญหาในการบริหารจัดการทั่วไปของมัคคุเทศก์					
26	ทักษะความชำนาญในการนำท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ					

ข้อ	คำถาม	ระดับปัญหาที่พบ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
27	การประสานงานกับร้านค้า อาหารและของที่ระลึก					
28	การจัดกำหนดการในการท่องเที่ยวและพักผ่อน					
29	การดูแลเอาใจใส่และงานสวัสดิการต่างๆ ที่บริการแก่นักท่องเที่ยว					
30	ความรับผิดชอบตามหน้าที่ของมัคคุเทศก์					
31	การประสานงานกับโรงแรมที่พักและปัจจัยเกื้อหนุน					
1	ด้านเจ้าหน้าที่ประจำบริษัทประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว					
	การดูแลให้บริการนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่โดยทั่วไป					
	2 การดูแลอำนวยความสะดวกของผู้จัดการบริษัท					
	3 การปฏิบัติหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์					
4	การบริการของเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับจัดเอกสารและตัวโดยสารต่างๆ					
36	การจัดความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเจ้าหน้าที่ในการนำนักท่องเที่ยวเดินทาง					
37	การจัดกำหนดการแนะนำเกี่ยวกับท่องเที่ยวของพนักงานเจ้าหน้าที่					
38	การจัดบริการอำนวยความสะดวก ดูแลรักษาความปลอดภัยของพนักงานเจ้าหน้าที่					
39	การจัดบริการอำนวยความสะดวกและความสนุกสนานนันทนาการแก่นักท่องเที่ยวของพนักงานเจ้าหน้าที่					
40	การดูแลให้บริการการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวของพนักงานเจ้าหน้าที่					
41	การจัดการนำส่งนักท่องเที่ยวกลับประเทศจีน					

问卷调查表

中国旅客在泰国旅游行程中所遇到的问题

请您在您最满意的地方打√

个人资料

性 别

男

女

年 龄

30 岁以下

30 岁以上

职 业

公务人员

企业家

农 民

雇 员

居住地区

北 部

南 部

东 部

西 部

在泰国旅游所见到工作人员的问题

请您在您最满意的地方打√

序号	问题 关于公务人员及非公务人员	问题发生的频率				
		最多	多	一般	少	很少
1.	曼谷机场的保安人员服务问题					
2.	泰国观光局接待人员服务问题					
3.	验关(证)人员服务问题					
4.	国立旅游景点工作人员服务问题					
5.	泰国移民局官员服务问题					
6.	泰国观光警察服务问题					
7.	泰国交通警察服务问题					
8.	泰国旅游义工人员服务问题					
9.	大皇宫(玉佛寺)工作人员服务问题					
10.	云石公园工作人员服务问题					
11.	梦幻世界工作人员服务问题					
12.	赛福瑞野生动物园工作人员服务问题					
13.	夜游湄南河工作人员服务问题					
14.	金东尼人妖工作人员服务问题					
15.	芭他耶蒂芬妮人妖工作人员服务问题					
16.	东番石榴园工作人员服务问题					
17.	格兰岛工作人员服务问题					
18.	住宿饭店工作人员服务问题					
19.	饭店清洁工作人员服务问题					
20.	饭店餐厅工作人员服务问题					

序号	问题	问题发生的频率				
		最多	多	一般	少	很少
21.	行程中餐厅工作人员服务问题					
22.	关于导游方面的问题 导游的服装仪表					
23.	导游与旅客的互动关系					
24.	导游的学历					
25.	导游解决旅客问题方能力					
26.	导游对于旅游景点的熟悉度					
27.	导游对餐厅和购物点的沟通能力					
28.	导游对于自由活动时间安排					
29.	导游对旅客的照顾问题					
30.	导游的责任感					
31.	导游与饭店沟通的问题					
32.	关于旅行社工作人员的问题 旅行社公司服务的问题					
33.	公司经理服务的问题					
34.	公司公关人员服务的问题					
35.	公司票务人员服务的问题					
36.	公司固定导游服务的问题					
37.	公司销售行程景点工作人员服务的问题					
38.	公司保安服务的问题					
39.	公司娱乐人员服务的问题					
40.	公司餐饮部工作人员服务的问题					
41.	公司送机人员服务的问题					

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ สกุล	นายไพจิตร จิรเรืองกุล
วันเดือนปีเกิด	4 มีนาคม 2511
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	253/1183 หมู่บ้านพูนสินธานี 3 แขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520
สถานที่ทำงาน	253/1183 หมู่บ้านพูนสินธานี 3 แขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2531	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเทพศิรินทร์ กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2535	วิทยาศาสตรบัณฑิต (วท.บ.) สาขาวิชาสัตนนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2548	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วท.ม.) สาขาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ