

**การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย**

**แบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง : กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตน โกสินทร์**

**A Study of Touristic Behavior of the Japanese Backpackers Visiting Thailand :**

**Case Study in Rattanakosin Island**

**โดย**

**เปรมวดี ณ นครพนม**

**Mrs. Premvadee Na Nakompanom**

**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**

**สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา คณะศิลปศาสตร์**

**มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**

**พ.ศ. 2545**

**ISBN 974-327-612-2.**

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะศิลปศาสตร์

วิทยานิพนธ์

ของ

นางเปรมวดี ณ นครพนม

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย  
แบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง : กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2545

ประธานกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. มาริสา พงษ์ธนยนต์กิจ)

กรรมการวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ วรินทร์ ววงค์)

กรรมการวิทยานิพนธ์

(อาจารย์ดวงใจ หล่อธนวนิชย์)

คณบดี

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิมพันธุ์ เวสสะโกศล)

## บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง : กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์” นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพนั้น เป็นการศึกษาค้นคว้าในเชิงลึกถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปฏิบัติทั้งในการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ ส่วนการศึกษาเชิงปริมาณ นั้น ผู้วิจัยเลือกประชากรตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวน 100 ราย ที่พบโดยบังเอิญบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ 5 แห่ง คือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ถนนข้าวสาร บางลำพู และป้อมพระสุเมรุ ประชากรตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวประเทศไทย จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ที่พัก ระยะเวลาการท่องเที่ยว เพื่อนร่วมเดินทาง กิจกรรมที่ปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย การจัดการท่องเที่ยว พาหนะเดินทาง ปัญหาที่ประสบในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ และรูปแบบการท่องเที่ยวที่คาดหวังในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ สามารถจำแนกได้เป็น 4 กลุ่มตามลักษณะอาชีพ คือ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และแม่บ้าน กลุ่มที่มีแนวโน้มเข้ามาท่องเที่ยวมากคือ นักเรียน/นักศึกษา มีร้อยละ 45 รองลงมาคือ กลุ่มพนักงานบริษัท มีร้อยละ 31

เมื่อพิจารณาถึงการจัดการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเองมีร้อยละ 69 มากับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ มีร้อยละ 31 นักเรียน/นักศึกษามาท่องเที่ยวเองมากที่สุด ส่วนพนักงานบริษัท และแม่บ้าน นิยมมากับแพ็คเกจทัวร์ เพศชายมาท่องเที่ยวเองเป็นส่วนใหญ่ แต่เพศหญิงมักมากับแพ็คเกจทัวร์

แรงจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้คือ สถานที่ท่องเที่ยวของไทย รองลงมา คือ ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายถูก และครอบครัวหรือญาติชักชวน หากพิจารณาแรงจูงใจตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มพนักงานบริษัท แม่บ้าน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ มาท่องเที่ยวเนื่องจาก มีสถานที่ที่ตนเองอยากไปเป็นส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มาเนื่องจากค่าใช้จ่ายถูก แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปัจจุบันเริ่มเจาะจงสถานที่ท่องเที่ยว ค่าชักชวนของผู้อื่นมีอิทธิพลน้อยลง

สำหรับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว นั้น ยังเน้นเรื่องการเที่ยวชมบ้านเมือง อย่างฉาบฉวย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในทุกกลุ่มต้องการเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมา คือ พักผ่อนหย่อนใจ และช้อปปิ้ง จุดประสงค์หลัก ในการท่องเที่ยวนี้ ยังอิงอยู่กับค่านิยมการท่องเที่ยวเดิมๆของชาวญี่ปุ่น อิทธิพลของค่านิยมดังกล่าว เห็นชัดยิ่งขึ้นจากการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มยังนิยมกิจกรรมที่ไม่แตกต่าง จากกิจกรรมเดิมๆที่ชาวญี่ปุ่นนิยม ส่วนใหญ่ เน้นการเที่ยวชมบ้านเมืองอย่างฉาบฉวย เช่น เที่ยวชม สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ กิจกรรมที่ได้รับความนิยม รองลงมา คือ การพักผ่อนหย่อนใจ และการช้อปปิ้ง

ค่านิยมของสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่น ยังมีอิทธิพลต่อระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มนี้ไม่ต้องการหยุดงานท่องเที่ยว เป็นเวลานาน ส่วนใหญ่พักประมาณ 7 วัน กลุ่มที่มีวันพักนาน คือ นักเรียน/นักศึกษา มีวันพักเฉลี่ย 11.95 วัน วันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั้งหมด คือ 11.3 วัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 27,020.20 บาทต่อคน หรือ 2,391.17 บาทต่อวัน ต่อคน

ในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มไม่นิยมการเที่ยวอย่างหรรษา ส่วนใหญ่ เลือกที่พักราคาประหยัด ใช้รถบริการสาธารณะ รับประทานอาหารตามรถเข็นแผงลอย นักศึกษา นิยมพักในเกสต์เฮาส์ ส่วนกลุ่มอื่นๆนิยมพักในโรงแรม นับเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ ปรับเปลี่ยนไปจากค่านิยมเดิม

ส่วนกำหนดการท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เจาะจงท่องเที่ยวในประเทศไทย มีร้อยละ 65 นักท่องเที่ยวอีกร้อยละ 35 ท่องเที่ยวประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วย เช่น กัมพูชา ลาว เวียดนาม พม่า และประเทศในแถบเอเชียใต้ เช่น อินเดียปากีสถาน และเนปาล

สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว รองลงมา คือวัดที่มีชื่อเสียงต่างๆ เช่น วัดพระเชตุพนวิมล มังคลาราม การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวนี้ ยังอิงอยู่กับค่านิยมเดิมๆของชาวญี่ปุ่น แต่อย่างไรก็ดี มีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น ดังเห็นได้จาก สถานที่ท่องเที่ยวประเภท ตลาดบางลำพู ตลาดประตูน้ำ ได้รับความนิยมมากเช่นกัน

การมาท่องเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวประสบปัญหาการถูกหลอกลวงจากคนขับรถแท็กซี่ และคนขับรถตุ๊กๆ มากที่สุด แต่อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงคาดหวังที่จะกลับมาท่องเที่ยว ซ้ำอีกโดยมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ต้องการที่พักที่มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และมี โอกาสได้สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นให้มากขึ้น นับได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยว ด้วยตนเองนี้ เป็นกลุ่มที่จะเติบโตได้ดีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในอนาคต

## Abstract

There were two purposes of this research; studied the touristic behavior of the Japanese backpackers visiting Thailand, and ascertained the influences of the Japanese culture and society on the behavior. The initial qualitative study was then supported by a further quantitative study, which examined the real behavior of the Japanese backpackers engaged in, while visiting Thailand.

The first phase of the study involved "in depth" investigating the typical touristic behavior of the Japanese when they made a trip both domestic and overseas. The second phase, within excess of 100 Japanese respondents visiting the five areas of Rattanakosin Island; Wat Phra Chetuphonwimolmangalaram, National Museum, Thanon Khao San, Bang Lumpfu and Prasumen Fort during 2-16 August, 2001. The research combined questions on personal data, motivation for visiting Thailand, purpose of travel, travel duration, accommodation, travel companions, activities at destinations, travel cost, travel arrangement, transportation, problems, and the preferences of potential visiting Thailand in the future.

### Extracts from the findings

1.The Japanese backpackers who visited Thailand can classify into 4 groups by employment status; students, office workers, state enterprise employees/civil servants and housewives. The largest segments were students with 45 %, following by office workers with 31 %.

2.The most common form of participation in travelling was arranged individually at 69 %, while 31 % was through free time package tours, a high proportion of women participated in this package. In contrast, men in general, made their own arrangements. The percentage of this arrangement was highest among students.

For choice of travel companions, it was notable that high proportion of them was more likely to travel with friends, followed by travelling alone.

3.The tourist attractions were the most important features that influenced the Japanese backpackers to travel to Thailand, followed by lower cost and recommendation of family or relatives. The results support the initial qualitative study that personal recommendations were less important factor. This shows that the Japanese backpackers have already found clear expectations of their destinations.

4. Tourism (including viewing historic and cultural attractions, and viewing natural and scenically attractive areas) was the purpose of travel. This has remained relatively unchanged from the typical purpose of overseas trips taken by Japanese. Rest and relaxation, and shopping are the minor purposes.

5. For activities at destinations, it showed a tremendous preference in observational tourism such as visiting historic and cultural attractions, viewing natural and scenically attractive areas, followed by rest and relaxation. This revealed that most of activities at destinations chosen by the Japanese backpackers are largely influenced by what they are used to do in Japan.

6. The average length of stay of them was 11.3 days. Students tended to stay for a longer than other groups; for 11.95 days, while office workers had the tendency toward shorter trips about 7 days. This can identify that feeling the culturally sense of guilt has still influenced on the average length of stay among the office workers.

7. The average total expenditure for this visiting Thailand was 27,020.20 baht for eleven days per head or 2,391.17 baht per day. Housewives were the biggest spenders: they spent on average of 30,000 baht

8. The Japanese backpackers showed a strong preference to stay at any economical hotel with basic amenities, eat at food stalls rather than “luxury restaurants”, and take public transportation when they went sightseeing in Bangkok. For accommodation sites, students liked to stay in guest-houses, while the other groups preferred to stay in hotels.

9. For this trip, most of the tourists focused on travelling in Thailand about 65 %, while 35% had two or more destinations. (visiting Thailand as well as Cambodia, Laos, Vietnam, Myanmar, India, Pakistan and Nepal ; etc.) They enjoyed visiting historic and cultural attractions, and natural and scenically attractive areas. In generally, they interested in visiting the Grand Palace and Wat Phra Kaeo, famous temples and National Museum. This can identify that the tourist spots in Bangkok chosen by the Japanese backpackers are largely influenced by their experiences where they are in Japan. However, there was a trend showed that a high preference in visiting Bang Lamphu area, followed by Weekend Market and Chaina Town. It showed that Japanese backpackers wanted to experience the local lifestyle at their destinations.

10. While travelling in Thailand, most of them faced with the cheating of taxi and Tuk- Tuk drivers and salespeople. This is the major barrier to them. However, they have high intention to return and tend to prefer basic amenities to luxury. This indicates that the Japanese backpackers market potentially will be our target markets of tomorrow.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.มาริตา พงษ์รัตนคติกิจ ที่ให้คำปรึกษาคำแนะนำตลอดจนให้ความเอาใจใส่ในการตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างมาก

กราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ วรินทร์ ววงค์ ที่ให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ อาจารย์ดวงใจ หล่อธนวิชัย ที่แนะนำและเอื้อเพื่อเอกสารตลอดจนให้คำปรึกษาโดยตลอด

นอกจากนี้ ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ Shiori Tamura ที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขแบบสอบถาม Professor Horiuchi และ อาจารย์ ดร. กิตติ ประเสริฐสุข ที่ให้คำแนะนำด้านเอกสาร และให้ความช่วยเหลือหลายๆด้านตอนที่ผู้วิจัยเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลที่ประเทศญี่ปุ่น

และที่จะลืมขอบคุณเสียมิได้ คือ มูลนิธิศูนย์ภาษาญี่ปุ่นกรุงเทพฯ ที่กรุณาให้ทุนผู้วิจัยไปรวบรวมข้อมูลที่ประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนมูลนิธิศูนย์ภาษาญี่ปุ่นที่ไซตะมะและ โอซาก้าที่กรุณาให้ที่พักพิงในช่วงไปรวบรวมข้อมูล เจ้าหน้าที่ของศูนย์ภาษาทั้งสองแห่งที่อำนวยความสะดวกในเรื่องต่างๆ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่เอื้อเพื่อเอกสาร

อีกทั้งขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนๆที่เป็นกำลังใจให้ทำงานวิจัยชิ้นนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เปรมวดี ณ นครพนม

พฤษภาคม 2545

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญแผนภูมิ.....	(10)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	7
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	7
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2. แนวคิดในการวิจัย และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดในการวิจัย.....	9
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	9
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม.....	15
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	22
3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	22
3.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	22
3.3 เครื่องมือในการวิจัย.....	23



3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	24
3.5 การวิเคราะห์และสถิติในการวิจัย.....	25
4. ผลการวิจัย.....	26
4.1 การท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่น.....	26
4.1.1 แนวโน้มการท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่น.....	26
4.1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จะเติบโตในอนาคต.....	28
4.1.3 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ.....	29
4.1.4 ประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่น.....	31
4.1.5 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่างประเทศ.....	34
4.1.6 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว.....	36
4.1.7 รูปแบบการท่องเที่ยว.....	39
4.1.8 กิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นสนใจ.....	38
4.2 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการ ท่องเที่ยวด้วยตนเอง.....	41
4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น.....	42
4.2.2 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวประเทศไทยและการจัดการท่องเที่ยว.....	45
4.2.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	54
4.3 รูปแบบการท่องเที่ยวที่ชาวญี่ปุ่นคาดหวังในการท่องเที่ยวไทยครั้งต่อไป..	78
4.4 ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ.....	79
5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	81
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	81
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	90
ภาคผนวก.....	91
แบบสอบถาม.....	92
บรรณานุกรม.....	103

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1.1	นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างเดือนมกราคม – ธันวาคม ค.ศ. 2000.....	4
4.1	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย..... แบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง.....	43
4.2	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง.....	46
4.3	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองจำแนกตามกลุ่มอาชีพ.....	47
4.4	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองจำแนกตามประสบการณ์ท่องเที่ยว.....	48
4.5	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง.....	49
4.6	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองจำแนกตามกลุ่มอาชีพและเพศ.....	50
4.7	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองจำแนกตามประสบการณ์เที่ยวซ้ำ.....	51
4.8	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มอาชีพ เพศ และประสบการณ์การท่องเที่ยว.....	52
4.9	การจัดการท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว.....	53
4.10	ลักษณะการเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว.....	54
4.11	พาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นใช้ในการเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว.....	57
4.12	ระยะเวลาพักในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง.....	56
4.13	ระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำแนกตามกลุ่มอาชีพ เพศ และจัดการท่องเที่ยว.....	57
4.14	ราคาที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเลือกพักในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย..... ครั้งนี้.....	58

4.15	เหตุผลในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยว..... ประเทศไทยครั้งนี้.....	59
4.16	ประเภทของที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเลือกพักในการมาท่องเที่ยว..... ประเทศไทยจำแนกตามกลุ่มอาชีพและเพศ.....	60
4.17	เหตุผลในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ที่มาท่องเที่ยว..... ประเทศไทยจำแนกตามกลุ่มอาชีพและเพศ.....	61
4.18	เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว.....	62
4.19	เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มอาชีพ เพศ และการจัดการ..... ท่องเที่ยว.....	63
4.20	กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย....	64
4.21	กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย.... จำแนกตามกลุ่มอาชีพ และเพศ.....	66
4.22	ของที่ระลึกของไทยที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยม.....	67
4.23	การเลือกซื้อของที่ระลึกจำแนกตามกลุ่มอาชีพและเพศ.....	68
4.24	สถานที่รับประทานอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น.....	69
4.25	สถานที่รับประทานอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยม จำแนก..... ตามกลุ่มอาชีพและเพศ.....	70
4.26	ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น.....	71
4.27	ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำแนกตามกลุ่มอาชีพ เพศ และรูปแบบ.. การท่องเที่ยว.....	72
4.28	กำหนดการท่องเที่ยว.....	74
4.29	สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยม.....	74
4.30	สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยม จำแนก.. ตามกลุ่มอาชีพ.....	76
4.31	รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นคาดหวังในการท่องเที่ยวไทย.. ครั้งต่อไป.....	78

## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
4.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ.....	27
4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศจำแนกตามเพศ... และอายุ.....	28
4.3 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศในแต่ละแหล่ง... ท่องเที่ยว (ค.ศ 1999/1998).....	30

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่มีมานานแล้วในแทบทุกภูมิภาคของโลก มิได้จำกัดอยู่เฉพาะที่ใดที่หนึ่ง ความปรารถนาในการท่องเที่ยวของคนสมัยก่อนนั้นมีพื้นฐานมาจากความศรัทธาในศาสนา การรักษาสุขภาพ และการค้ามากกว่าความความสนุกสนานเพลิดเพลิน แต่เนื่องจากมีอุปสรรคในการเดินทาง การคมนาคมไม่สะดวก ขาดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในขณะเดินทาง ทำให้การท่องเที่ยวจำกัดอยู่เฉพาะบุคคลบางกลุ่ม เมื่ออุปสรรคต่างๆ ได้รับการขจัดหรือคลี่คลายลง สังคมมีความมั่นคง การท่องเที่ยวจึงเริ่มเป็นที่นิยมในหมู่ประชาชน จากที่นิยมท่องเที่ยวในประเทศตนเอง ได้เริ่มเปลี่ยนเป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวพัฒนาควบคู่กันอย่างใกล้ชิดกับภาวะการเปลี่ยนแปลงสู่ความทันสมัย

สำหรับการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นนั้น สามารถสืบย้อนหลังไปได้หลายร้อยปี แต่คตินิยมท่องเที่ยวในประเทศเป็นหลัก ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางไปสักการะสถานที่สำคัญทางศาสนา ไปแหล่งน้ำพุร้อน วิหารอิเซะเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมสูงสุด(Noritake, 1995, p.39) ส่วนการท่องเที่ยวต่างประเทศนั้น เพิ่งเริ่มต้นอย่างจริงจังหลังสงครามโลกครั้งที่สองซึ่งเป็นช่วงที่ญี่ปุ่นได้เริ่มพัฒนาประเทศตามแบบตะวันตกขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง ทำให้ชาวญี่ปุ่นได้รับอิทธิพลการใช้ชีวิตตามแบบตะวันตก และเปลี่ยนทัศนคติในการท่องเที่ยวไปคล้ายชาติตะวันตกมากขึ้น

เมื่อมีการพัฒนาการเดินทางทางอากาศ นำเครื่องบินโดยสารขนาดใหญ่มาใช้ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปต่างประเทศลดลง ประจวบกับประเทศญี่ปุ่นได้เปรียบดุลการค้าประเทศต่างๆ เนื่องจากค่าเงินเยนที่สูงขึ้น นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ชาวญี่ปุ่นเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ช่วงนี้จึงเป็นยุคแห่งการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแบบมหาชนของชาวญี่ปุ่น

แต่รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวเริ่มเปลี่ยนไปเมื่อญี่ปุ่นประสบกับวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งที่2(ค.ศ1980) จากที่เคยนิยมท่องเที่ยวกันเป็นกลุ่มใหญ่ได้เปลี่ยนมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็กๆ หรือแบบปัจเจกชน มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น และเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ(สมาคมนักวิชาชีพไทยในญี่ปุ่น, 2540, น. 2-5) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง

นักท่องเที่ยวยาวญี่ปุ่นเริ่มให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ได้ทำอะไรที่ตนเองพอใจมากกว่าที่แพ็คเกจทัวร์จัดเตรียมไว้ให้

แต่อย่างไรก็ดี การท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่นในช่วงนี้ยังจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ ความนิยมการท่องเที่ยวต่างประเทศในหมู่นักเรียนชาวญี่ปุ่นเกิดขึ้นหลังจากรัฐบาลญี่ปุ่นประกาศ “โครงการสิบล้าน”(Ten Million Project) ใน ค.ศ 1987 ส่งเสริมให้ชาวญี่ปุ่นเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อลดแรงกดดันของชาติต่างๆที่ญี่ปุ่นได้เปรียบดุลการค้าอย่างมหาศาล จากนโยบายดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศสูงถึง 10 ล้านคนใน ค.ศ 1990 และยังคงผลให้เกิดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆขึ้นมาอีกหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มสาวสำนักงาน (Office Lady) และกลุ่มนักเรียนนักศึกษา เป็นต้น

เมื่อพิจารณาถึงจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่ชาวญี่ปุ่นนิยมมากที่สุดมาตั้งแต่เริ่มแรกพบว่า นอกเหนือจากอเมริกาแล้ว ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้รับความนิยมสูงสุด ทั้งนี้เนื่องจากรัฐบาลญี่ปุ่นได้มาลงทุนโครงการต่างๆในภูมิภาคนี้ไว้เป็นจำนวนมาก ให้เงินอุดหนุนแก่ประเทศผู้รับการลงทุน อีกทั้งโครงการต่างๆที่ให้ความช่วยเหลือแล้วแต่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่(Harrison, 1992, p. 32)ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคนี้ที่ญี่ปุ่นมาลงทุนมากที่สุดจึงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจมาท่องเที่ยวกันมาก ส่วนใหญ่มากับแพ็คเกจทัวร์ที่มีคุณภาพดีนำทางอย่างใกล้ชิด

นอกจากนั้น ยังเนื่องมาจากประเทศไทยมีความมั่นคงทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง รวมทั้งประเทศไทยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งเริ่มมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่3(ค.ศ1972-1976) เพราะเล็งเห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญในระดับสูงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เป็นธุรกิจที่สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาลมากกว่ารายได้จากการส่งออกสินค้าประเภทหลักๆของไทย นับเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ก่อประโยชน์แก่ประเทศชาติเป็นอย่างมาก ทั้งเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศซึ่งมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน มีการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง เกิดการสร้างงาน การกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด

เนื่องจากตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว เมื่อประเทศไทยต้องประสบกับวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี ค.ศ 1997 รัฐบาลได้ประกาศให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 2 สาขาหลักในการฟื้นฟูสถานะวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศโดยเร่งรัด เพื่อนำเงินตราเข้าประเทศโดยด่วนที่สุด(รัญจวน ทองรอด, 2541, น. 4) และได้ประกาศให้ ปี ค.ศ 1998-1999 เป็นปีท่องเที่ยวไทย โดยตั้งเป้าหมายไว้ว่าเมื่อสิ้นปี ค.ศ 1999 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะสามารถนำรายได้เข้าประเทศจำนวน 582,034 ล้านบาท

ซึ่งเงินดังกล่าวจะสามารถใช้ชำระหนี้ของประเทศที่กู้มาจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศได้ นโยบายดังกล่าวได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจังมาตลอด และมุ่งเน้นไปยังนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวตลาดหลักของไทยมาแต่เดิม

นับตั้งแต่จัดทำโครงการปีท่องเที่ยวไทยเป็นต้นมา นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นยังมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแสดงให้เห็นว่า ใน ค.ศ 1999 มีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 1,071,482 คน หรือ 12.39 เปอร์เซ็นต์ของส่วนแบ่งตลาด ใน ค.ศ 2000 มีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 1,206,549 คน หรือ 12.60 เปอร์เซ็นต์ของส่วนแบ่งตลาด มีระยะเวลาพักโดยเฉลี่ย 6.16 วันใน ค.ศ 1999 และ 5.91 วันใน ค.ศ 2000 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1  
 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย  
 ระหว่างเดือนมกราคม - ธันวาคม ค.ศ 2000

Country of Residence	2000		1999		Δ (%)
	Number	% Share	Number	% Share	2000/1999
East Asia	5,782,323	60.37	5,225,984	60.41	+10.65
ASEAN	2,113,644	22.07	1,948,953	22.53	+8.45
Brunei	13,479	0.14	10,338	0.12	+30.38
Indonesia	145,375	1.52	132,520	1.53	+9.70
Laos	74,940	0.78	71,785	0.83	+4.40
Malaysia	1,055,933	11.02	993,020	11.48	+6.34
Philippines	107,123	1.12	87,703	1.01	+22.14
Singapore	659,539	6.89	608,384	7.03	+8.41
Vietnam	57,255	0.60	45,203	0.52	+26.66
China	704,463	7.35	776,059	8.97	-9.23
Hong Kong	495,153	5.17	438,791	5.07	+12.84
Japan	1,206,549	12.60	1,071,482	12.39	+12.61
Korea	448,207	4.68	338,266	3.91	+32.50
Taiwan	711,702	7.43	563,023	6.51	+26.41
Others	102,605	1.07	89,407	1.03	+14.76

ที่มา : Immigration Bureau, Police Department.

หมายเหตุ : Oversea Thai is included in each Country of Residence

จากสถิติดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า แม้ในภาวะที่เกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบให้เกิดการถดถอยทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย แต่ประเทศไทยกลับเป็นหนึ่งในจำนวนไม่กี่ประเทศในภูมิภาคนี้ที่ยังสามารถรักษาความเติบโตของการท่องเที่ยวไว้ได้ และเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับที่ 20 ของโลก(จूरี่รัตน์ ชวเจริญ, 2543, น. 8) ทั้งนี้มีปัจจัยสนับสนุนหลายประการด้วยกัน เช่น การอ่อนตัวของค่าเงินบาททำให้ออกาสในการดึงดูด



นักท่องเที่ยวทั้งระยะกลางและระยะไกลมีมากขึ้น ประกอบกับปัจจัยแวดล้อมจากประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก เช่น ความไม่สงบทางการเมืองในอินโดนีเซีย การเกิดแผ่นดินไหวในกรีซและตุรกีซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของยุโรป อีกทั้งภัยพิบัติจากพายุเฮอริเคนในแถบแคริบเบียน สิ่งต่างๆดังกล่าวล้วนเป็นปัจจัยสนับสนุนที่เพิ่มความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันให้กับประเทศไทย

จึงกล่าวได้ว่า ในศตวรรษที่ 21 นี้ ประเทศไทยยังคงได้เปรียบในด้านภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน ถึงแม้ว่าจะต้องเผชิญกับการแข่งขันทางด้านราคาจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ แต่การที่ประเทศไทยเริ่มกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเก่าสำหรับกลุ่มตลาดหลักหลายตลาด จึงทำให้โอกาสในการขยายตัวในอัตราที่สูงจากตลาดนักท่องเที่ยวดังกล่าวเริ่มเป็นไปด้วยความลำบาก

แต่อย่างไรก็ดี ประเทศไทยยังมีโอกาสค่อนข้างสูงที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่นิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองซึ่งมีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมานาน จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแห่งประเทศญี่ปุ่นหรือ JTB(1994) พบว่า สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เป็นนักท่องเที่ยวซ้ำเริ่มสูงขึ้นมาตั้งแต่ ค.ศ 1994 และนับตั้งแต่นั้นมา ยังเพิ่มสัดส่วนสูงขึ้น ดังเห็นได้จากการสำรวจเมื่อ ค.ศ 1999 พบว่า ผู้ที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศมาแล้ว 2-3 ครั้งมีร้อยละ 15.7 ท่องเที่ยวมาแล้ว 4-5 ครั้งมีร้อยละ 15.2 ส่วนผู้ที่เคยท่องเที่ยวตั้งแต่ 10 ครั้งขึ้นไป มีร้อยละ 42.3 (JTB Report 2000, 2000, p.12) การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เองทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่นเริ่มเปลี่ยนไป กล่าวคือ ลดความนิยมในการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว และหันมาจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น

ประเทศไทยมีโอกาสรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกลุ่มนี้ในสัดส่วนที่สูงเนื่องจากในปัจจุบันชาวญี่ปุ่นหันมานิยมท่องเที่ยวเอเชียเพิ่มขึ้น ประจวบกับปัจจุบันประเทศไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในบรรดานักท่องเที่ยวต่างชาติที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองอยู่แล้ว จำนวนนักท่องเที่ยวประเภทนี้ได้เพิ่มมากขึ้นทุกปี ดังเห็นได้จากเมื่อ 10 ปีที่แล้ว ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวประเภทนี้เพียง 200,000 คน หรือ 5 เปอร์เซ็นต์ แต่เมื่อถึง ค.ศ 1999 นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สูงเพิ่มขึ้นเป็น 950,000 คน หรือ 10 เปอร์เซ็นต์ (Business in Thailand Magazine, 2000, p. 3) เมื่อแนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวในอนาคตเป็นเช่นนี้ จึงเป็นโอกาสดีที่ประเทศไทยน่าจะดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกลุ่มที่นิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองให้มาท่องเที่ยวประเทศไทยให้ได้มากที่สุดก่อนประเทศอื่นๆ

จึงกล่าวได้ว่า ในอนาคตประเทศไทยยังมีโอกาสที่สดใสในตลาดนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ดังการคาดการณ์ของฝ่ายญี่ปุ่นในการสัมมนาเรื่อง "Tourism Marketing for the New

Millennium” ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ เมื่อ 30 พฤษภาคม 2542 (ค.ศ. 1999) ที่ว่า “...ประเทศไทยติดอันดับหนึ่งในสิบของแหล่งท่องเที่ยวโลกที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นสนใจที่จะไปท่องเที่ยว... ประเทศไทยมีโอกาสที่จะรับนักท่องเที่ยวในจำนวนที่สูงกว่าสิงคโปร์และฝรั่งเศส ตลาดญี่ปุ่นมีขนาดใหญ่มากและไทยยังมีโอกาสที่จะขยายส่วนแบ่งตลาดได้อีก” (อ้างในรัฐฉวน ทองรอด, 2542, น. 4-5.)

แต่อย่างไรก็ดี แม้ว่าโอกาสในการรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นของไทยจะสูง แต่เมื่อมองจากแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกในศตวรรษที่ 21 นี้ที่จะมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงยิ่งขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการขยายตัวของการใช้อินเทอร์เน็ตในธุรกิจการท่องเที่ยว อีกทั้งมีการเปิดเสรีทางการค้า เน้นนโยบายความร่วมมือในประเทศเพื่อนบ้าน และมีการส่งเสริมการเดินทางแลกเปลี่ยนระหว่างภูมิภาค ประกอบกับมีการแข่งขันสูงในตลาดการท่องเที่ยวอาเซียน รวมทั้งการรณรงค์อย่างหนักด้านการท่องเที่ยวของประเทศอื่นๆ ในเอเชียได้ ซึ่งส่วนใหญ่มีเป้าหมายหลักที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ถึงต่างๆดังกล่าวจะส่งผลให้กระแสด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวเบี่ยงเบนไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นมากขึ้น

ดังนั้น เพื่อที่ประเทศไทยจะสามารถรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้อยู่ในระดับสูงได้เหมือนเดิม รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเองให้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ถ่องแท้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้เป็นกลุ่มที่มีความสนใจเป็นพิเศษ จำต้องมีมาตรการทางตลาดเป็นพิเศษมารองรับ (Jim Macbeth, 2001, p. 1)

ผู้ศึกษาเห็นว่า หากประเทศไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกลุ่มที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองให้เข้ามาท่องเที่ยวได้มากขึ้น จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ และประชาชนชาวไทยโดยรวม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ มีการใช้จ่ายเงินไม่ได้น้อยกว่านักท่องเที่ยวอื่นๆ เนื่องจากมีระยะเวลาพักอยู่ในประเทศไทยนานขึ้น อีกทั้งการใช้จ่ายได้กระจายไปที่ต่างๆอย่างกว้างขวาง ไปสู่ผู้ประกอบการและกิจการที่เกี่ยวข้องซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยชาวไทย เป็นการสร้างงาน และสร้างรายได้ให้แก่คนไทยอย่างแท้จริง

นอกจากนั้น ผลการศึกษาที่ได้ในครั้ง นี้ ยังจะเอื้อประโยชน์ให้แก่ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ได้เตรียมมาตรการมารองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้นอีกด้วย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ควรมีการศึกษาในเรื่องนี้

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่น ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองซึ่งพบบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ 5 แห่ง คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ถนนข้าวสาร บางลำพู และป้อมพระศุภรุ เท่านั้น
2. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองในภาพรวม และวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ผลที่ได้จากการวิจัยจะเอื้อประโยชน์ต่อฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการเตรียมมาตรการที่เหมาะสมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้
2. ทำให้ทราบอิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

## 1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

คำนิยามศัพท์เฉพาะ ในการวิจัยครั้งนี้มีดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น หมายถึงชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพื่อจุดประสงค์ใดๆก็ตามที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ และพำนักอยู่ในประเทศไทยระยะเวลาหนึ่ง

2.การจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีลักษณะ 2 ประการดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยววางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเองทั้งหมด นับตั้งแต่การสำรองบัตรโดยสารเครื่องบิน การจัดหาที่พัก การเลือกใช้พาหนะเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว และกำหนดการท่องเที่ยว

2.2 นักท่องเที่ยวใช้บริการแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ(free time package tour) บริษัทนำเที่ยวจัดการสำรองบัตรโดยสารเครื่องบินและที่พักให้ หรืออาจมีบริการรถรับส่งระหว่างสนามบินและที่พักรวมอยู่ด้วย แต่ในส่วนของกำหนดแผนการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวตัดสินใจเองอย่างอิสระ

3.รายได้ต่อเดือน หมายถึง ค่าตอบแทนที่บุคคลได้รับจากการทำงานในแต่ละเดือน รวมทั้งได้รับจากผู้ปกครอง หรือค่าตอบแทนที่ได้จากการทำงานพิเศษต่างๆด้วย

4.แผ่นพับ หมายถึง เอกสารสิ่งพิมพ์ชนิดมีภาพและคำบรรยายที่บริษัทท่องเที่ยวจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการส่งเสริมการขายรายการท่องเที่ยวที่จัดมายังประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ช่วงเดือนเมษายน - กันยายน 2001 รวบรวมมาจากบริษัทนำเที่ยว 12 แห่ง คือ Best Tour, Big Holiday, Club 21, Good Luck Tour, JAL Pack, JTS, Leisure Tour, Look JTB, Look World, Mind, Sky Tour และ Time

## บทที่ 2

### แนวคิดในการวิจัย และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแนวคิดเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมมาเป็นกรอบในการศึกษา เนื่องจากพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมานั้น ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม ดังนั้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล แต่ละกลุ่ม แต่ละชนชาติจึงแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมที่เป็นภูมิหลังของผู้นั้น

แต่อย่างไรก็ดี ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่ได้วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นแบบแยกส่วน แต่ต้องการมองในลักษณะขององค์รวมมากกว่า กล่าวคือ ต้องทำความเข้าใจกับบริบททางประวัติศาสตร์ การจัดองค์การทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ในการวิเคราะห์หากเชื่อมโยงองค์ประกอบเหล่านี้เข้าด้วยกัน ทำให้ได้ข้อมูลที่กว้างและลึกกว่าการศึกษาแบบแยกส่วน(ยศ ตันตสมบัติ,2540, น. 8) ดังรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไปนี้

#### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### 2.1.1.1 คำนิยาม

คำว่า “ การท่องเที่ยว” (tourism) ประมุข แก้วเนียม( 2530) ให้ความเห็นไว้ว่า เป็นรูปแบบหนึ่งของสันทนาการของมนุษย์ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างโดยมีความสัมพันธ์กับการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หรือจากบ้านตนเองไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อผ่อนคลายร่างกายและจิตใจที่อ่อนล้าจากกิจการงานต่างๆ เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศ สิ่งแวดล้อม หลีกหนีความวุ่นวาย ความแออัดของสังคมเมืองไปสู่ธรรมชาติ แสวงหาความแปลกใหม่ และมักทำกิจกรรมต่างๆที่สนุกสนานร่วมด้วย

ส่วน ประหยัด ปาลกะวงศ์ ณ ออยุธยา(2528) มองว่า การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนธุรกิจที่มีมนุษย์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เป็นธุรกิจของความต้องการ ทัศนคติ และอารมณ์ สิ่งสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยว คือการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจมากที่สุด

เมื่อพิจารณาแล้ว คำว่า “การท่องเที่ยว” เป็นคำที่มีความหมายกว้าง แล้วแต่มุมมองของแต่ละคน แต่ที่กำหนดไว้เป็นสากลโดยองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวโลก(World Tourism

Organization-WTO) การท่องเที่ยวจะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไข 3 ประการดังนี้(จุลสารการท่องเที่ยว, 2542, น. 9)

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือทำงานหารายได้

คำจำกัดความที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวมีส่วนเกี่ยวพันเป็นอย่างมากกับการใช้เวลาว่างจากหน้าที่การทำงาน การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ได้ทำกิจกรรมที่สนุกสนานเพลิดเพลิน และเกิดจากความพอใจของบุคคลนั้นอย่างแท้จริง

สำหรับการท่องเที่ยวสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งของชาวตะวันตกมีจุดกำเนิดมาจากการมีเวลาว่างจากการทำงาน เนื่องจากหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมในประเทศอังกฤษ ประชาชนมีเวลาว่างมากขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีการแบ่งแยกเวลางาน และเวลาพักผ่อนออกจากกันอย่างชัดเจน ผู้คนจึงนิยมเดินทางไปสถานที่ต่างๆเพื่อการพักผ่อนซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบอย่างในปัจจุบัน

ในทางกลับกัน พัฒนาการด้านการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นมีส่วนสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล มิได้ถือกำเนิดมาจากการมีเวลาว่างจากการทำงาน แต่อย่างใด (Koike Yooichi and Ashiba Hiroyasu, 1988, pp. 17-18) แต่เดิม คำว่า “การเดินทาง” (tabi) ในภาษาญี่ปุ่นมีความหมายถึงเรื่องลำบากทุกข์เข็ญ เรื่องน่าเศร้า เป็นชะตากรรมที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ Umesao (1995) ได้กล่าวไว้ว่า Yanagida Kunio ได้สืบสาวที่มาของคำนี้ว่า น่าจะเกี่ยวข้องกับคำว่า “tabe” (ให้) เนื่องจากในอดีตคนเดินทางถูกบีบบังคับให้ร้อนแรมไปที่ต่างๆ ต้องรับสิ่งของที่คนแปลกหน้าบริจาคให้ไม่ต่างอะไรกับคนขอทาน การเดินทางที่เกิดขึ้นแต่ละครั้ง บ่งบอกถึงความลำบาก ความเคียดร้อนทุกข์ทรมาน หรือ ชะตากรรมบางอย่างที่คนผู้นั้นประสบอยู่อย่างไม่มีทางหลีกเลี่ยง เช่น นักรบต้องไปปฏิบัติหน้าที่ตามคำสั่งของเจ้านาย ขาวนา พ่อค้า ต้องเดินทางไปปฏิบัติภารกิจของครอบครัว ผู้คนเดินทางไปสวดมนต์ข้อนวอนให้กับบุคคลใกล้ชิดที่กำลังจะสิ้นชีวิต หรือการเดินทางไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า “การเดินทาง” ของชาวญี่ปุ่นแต่เดิมนั้น มิได้หมายถึงการเดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อแสวงหาความสนุกเพลิดเพลิน หรือใช้เวลาว่างจากการทำงานพักผ่อนหย่อนใจ แต่เป็นการกระทำตามหน้าที่ของตนเองมากกว่า ต้องผจญกับความเจ็บปวด ความทุกข์เข็ญและอันตรายทั้งปวง ดังที่กล่าวกันว่า “การเดินทางคือชีวิต และชีวิตคือการเดินทาง”

แต่คำว่า “การเดินทาง” ได้เปลี่ยนมามีความหมายในเชิงเดินทางเพื่อความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินเมื่อนำคำว่า “kankoo” มาใช้ในสมัยเมจิ(ค.ศ 1868 - 1911) คำนี้มีความหมายว่า

“ดู” “สังเกตดู” กล่าวกันว่า นำมาจากคำพูดในภาษาจีนที่ว่า“ไปสังเกตดูความสดใสของอาณาจักร” (Umesao, 1995, p.3) อันเนื่องมาจากสมัยก่อนผู้ปกครองของจีนรวมทั้งบรรดาที่ปรึกษาต้องเดินทางไปสังเกตดูทั่วประเทศว่า ประชาชนของคนอยู่ดี มีความสุขกันถ้วนหน้าหรือไม่ ถ้าหากประชาชนดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุข อาณาจักรก็จะเต็มไปด้วยความสว่างสดใส แสดงออกถึงการปกครองที่ดี ในทางตรงข้าม ถ้าประชาชนยากไร้ทุกข์เข็ญ ไม่มีความสุข อาณาจักรก็จะไม่สว่างสดใส แสดงออกถึงการปกครองที่ไม่ดี ดังนั้น คำนี้ในภาษาญี่ปุ่น จึงมีความหมายถึงการไปสังเกตดูภูมิทัศน์ ภูมิประเทศของท้องถิ่นอื่นๆหรือประเทศอื่น หรือไปสังเกตดูความเจริญก้าวหน้าที่ไม่สามารถหาชมได้ในท้องถิ่นของตนเอง

ดังนั้น “การท่องเที่ยว” ของชาวญี่ปุ่นในปัจจุบันจึงมีความหมายถึงการเดินทางไปยังที่ใดที่หนึ่งชั่วคราวด้วยความพอใจและสมัครใจของตนเอง จะเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อะไรก็ได้ ขึ้นอยู่กับตัวบุคคล แต่มีใจเพื่อการประกอบอาชีพหารายได้

#### 2.1.1.2 มวลเหตุแห่งการท่องเที่ยว

การที่บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง อาจมีวัตถุประสงค์หลายอย่าง ประกอบกันและแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล แต่โดยทั่วไปแล้วมักมีวัตถุประสงค์เพื่อ พักผ่อนร่างกายและจิตใจ ต้องการมีสุขภาพที่ดี เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาต่างๆ พบกับความสนุกสนานและความตื่นเต้น ได้เรียนรู้สิ่งต่างๆเกี่ยวกับต่างประเทศ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หากความสงบสุขทางจิตใจ และเพื่อทำธุรกิจหรือหน้าที่การงาน (Robinson , 1976, p. 30)

จึงกล่าวได้ว่า มวลเหตุที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยวมีพื้นฐานมาจากความต้องการ และความรู้สึกจากภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง การที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางพื้นฐานของตนเอง เช่น ด้านอาหาร ที่พัก ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ได้รับการตอบสนองเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งนั้น (Robinson, 1976, p. 32) นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่นๆอีกมากมายทั้งปัจจัยที่เกิดจากภายใน และภายนอกของตัวบุคคลที่กระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ

แรงจูงใจภายใน - แรงจูงใจภายในที่ทำให้บุคคลเกิดความต้องการท่องเที่ยวมีหลายอย่างประกอบกันไม่ได้เกิดจากแรงจูงใจใดโดยเฉพาะ เช่น แรงจูงใจด้านกายภาพและจิตวิทยา แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการศึกษา แรงจูงใจด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แรงจูงใจด้านการงานและธุรกิจ แรงจูงใจด้านการบันเทิง แรงจูงใจด้านศาสนา และแรงจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ(ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2542, น. 37 - 38) กล่าวง่ายๆก็คือบุคคลต้องการหลีกเลี่ยงงานจำเจไปหาที่สงบเพื่อพักผ่อนร่างกายและจิตใจโดยการเล่นกีฬา

ต่างๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรมชาติ หรือขอป้จ อกยกไปศีกษาในลิ่งที่ไมเคยรู้มาก่อน เช่น ด้านศึลปะ วัฒนธรรม และประวัตึศาศตร์ ปรารณนาไปเยียมญาติหรือมิตรสหาย เป็นการแสวงหามิตรภาพ หาประสพการณัและลิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ รวมถึงด้องการไปเจรจาดึคต่อธุรกิจ การเข้าร่วมประชุม สัมมนาซึ่งเป็นการเดินทางกึ่งทำงานกึ่งเที่ยว

นอกจากนี้ บุคคลยังปรารณนาได้ไปเที่ยวชมสถานที่บันเทิง หรือกิจกรรมบันเทิง ด้่างๆ บางคนอาจจะไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เพื่อศึษาธรรมะ ฝึกสมาธิ และเข้าร่วมพิธีกรรม ทางศาสนาที่ตนเคารพนับถือ สำหรับบางคนมีความปรารณนามากไปกว่านั้น คือ ด้องการซื้อเสียง เพื่อยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนา ดึคต่อธุรกิจ เป็นต้น

แรงจูงใจภายนอก - แรงจูงใจภายนอกที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย สภาพทางเศรษฐกิจ ลักษณะประชากรศาสตร์ สภาพทางภูมิศาสตร์ ลักษณะทาง สังคมและวัฒนธรรม รูปแบบทางการเมืองและกฎหมาย สื่อสารมวลชน การเปรียบเทียบราคา การเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล เทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคม(ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ 2542, น. 21-25) ลิ่งด้งกล่าว ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวของบุคคลในลักษณะต่อไปนี้

สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับความต้องการ เดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ประเทศที่มีเศรษฐกิจดียอมเอื้ออำนวยให้คนท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวแต่ละครั้งบุคคลจะเลือกการท่องเที่ยวในรูปแบบใดยอมขึ้นกับลักษณะทางประชากร ศาสตร์ (ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ การศึษา ประสพการณั ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ และสัญชาติ)รวมทั้งลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมซึ่งเป็นลิ่งหล่อหลอม ความคิด รสนิยม และทัศนคติในการท่องเที่ยว เช่น สังคมตะวันตกมีลักษณะเปิดเผย จะเปิด โอกาส ให้ผู้หญิงเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยและไกลกว่าผู้หญิงชาวเอเชียและตะวันออกกลาง ผู้หญิงเอเชีย ส่วนใหญ่ไม่นิยมเดินทางโดยลำพัง หรือท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากเกินไป

นอกจากนั้น การเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวยังสัมพันธ์กับลักษณะ ภูมิศาสตร์ที่เป็นภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว และรูปแบบทางการเมืองและกฎหมายของประเทศ เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่มีอากาศหนาว นิยมไปพักผ่อนในประเทศที่มีอากาศอบอุ่น หรือชายทะเล แหล่งท่องเที่ยวในประเทศที่มีความสงบสุขและปลอดภัย นักท่องเที่ยว ย่อมด้องการ ไปเยือนมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวในประเทศที่อยู่ในภาวะสงคราม หรือการปฏิวัติรัฐประหาร

ในขณะที่เดียวกัน ข้อมูลข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชน สามารถสร้างความรู้สึ กทั้งด้านบวกและด้านลบ สามารถสร้าง หรือลดความเชื่อถือ และความมั่นใจในการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว สร้างความรู้จักคุ้นเคย หรือการต่อต้านลิ่งด้่างๆ อีกทั้งการที่นักท่องเที่ยวสามารถ เปรียบเทียบราคาการท่องเที่ยวกับประเทศคู่แข่งกันหรือแหล่งท่องเที่ยวด้่างๆ หรือได้รับความ



สะดวกทั้งการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล การสื่อสารและคมนาคมขนส่ง ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือก หรือเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งทั้งสิ้น

### 2.1.1.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่มีอยู่แล้วในทุกประเทศ ไม่ว่าจะประเทศนั้นจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือกำลังพัฒนาอยู่ก็ตาม และเป็นทรัพยากรที่สามารถส่งออกนำเงินตราเข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล

ในอดีต เมื่อก้าวถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว เรามักจะนึกถึงภูมิทัศน์ที่งดงามประเภทภูเขา แม่น้ำ น้ำตก หรือหาดทราย ความงามของธรรมชาติเหล่านี้ เป็นที่กล่าวขานต่อกันไปจนทำให้สถานที่นั้นมีชื่อเสียง และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญขึ้นมา แต่ในปัจจุบันนี้เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าเมืองใหญ่ๆ อย่าง ลอนดอน ปารีส และโตเกียว กลายเป็นสถานที่ที่ผู้คนมากมายหลั่งไหลไปเที่ยวในแต่ละปี หรือแม้แต่งานแสดงสินค้านานาชาติที่จัดขึ้นตามเมืองใหญ่ๆ ของโลกล้วนได้รับความสนใจจากผู้คนเข้าชมเป็นจำนวนมาก

ดังนั้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวจึงมีความหมายครอบคลุมถึงสิ่งต่างๆ อย่างกว้างขวาง ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้น เป็นสิ่งที่ได้รับการโฆษณา เผยแพร่ให้กลายเป็นสิ่งที่ผู้คนรู้สึกต้องการ ไปเที่ยวชมมากกว่าเป็นแค่เพียงทรัพยากรที่มีอยู่อย่างนั้น (Shirahata, 1995, p. 59)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ความหมายของ “ทรัพยากรการท่องเที่ยว” ไว้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน เพิ่มพูนความรู้ ตลอดจนทัศนคติที่กว้างขวาง และเป็นทรัพยากรที่พึงสงวนรักษาไว้ มี 2 ประเภท คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทแรก ได้แก่ สภาพธรรมชาติที่มีความสวยงาม น่าสนใจ เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก หาดทราย ทะเล เกาะ ระบบนิเวศน์โดยรวม ส่วนทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทหลัง ได้แก่ สิ่งที่เกี่ยวข้องเนื่องทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณคดี และศาสนสถาน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมต่างๆ ที่แสดงออกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และการประพฤติปฏิบัติที่ยึดถือสืบต่อกันมา

สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเหล่านี้ไม่ว่าประเภทใด จะคือคุณค่าและไม่ใช่ที่สนใจของนักท่องเที่ยวหากตั้งอยู่ในแหล่งที่การเดินทางไม่สะดวก ไม่มีถนนหนทาง ยานพาหนะต่างๆ เข้าไปไม่ถึง อีกทั้งไม่มีความพร้อมในเรื่องที่พักและอาหาร การขาดปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว

นับเป็นอุปสรรคทางกายภาพของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวลี้ภัยที่จะเดินทางไปยังที่นั้น (Robinson , 1976, p. 47) เนื่องจากคงไม่มีนักท่องเที่ยวคนใดต้องการพบกับความยากลำบาก และความไม่ปลอดภัยในขณะท่องเที่ยว เป็นการสิ้นเปลืองทั้งเวลา ค่าใช้จ่าย และอาจเป็นอันตรายถึงแก่ชีวิต

#### 2.1.1.4 แนวโน้มการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21

ดังที่กล่าวแล้วว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความพร้อมด้านสาธารณูปโภค และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ดังกล่าวข้างต้นความสำคัญขึ้นในสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกในศตวรรษที่ 21 นี้ เนื่องจากมีแนวโน้มว่า ทุกภูมิภาคจะพัฒนาการท่องเที่ยวในแนวทางที่จะให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้น้อยที่สุด อันจะส่งผลให้แรงจูงใจ หรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม กล่าวคือ จะมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัย ความสะอาด และความพึงพอใจ (รุ่ง กาญจนวิโรจน์, 2543, น. 4) ซึ่งหมายความว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นั้นต้องมีความปลอดภัยจากทั้งภัยธรรมชาติ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สภาพแวดล้อมต้องสะอาดปราศจากเชื้อโรคและสิ่งปนเปื้อน รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการบริการต้องสามารถสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้

กระแสการท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นที่นิยมและได้รับการสนับสนุนทั้งในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว และกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา อันจะส่งผลให้รูปแบบการการเดินทางท่องเที่ยวเปลี่ยนไป กล่าวคือ ผู้คนจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพื่อศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิต และเพื่อการพักผ่อนร่วมกับการผจญภัยขึ้นเด่นเล็กน้อยเพิ่มขึ้น(รุ่ง กาญจนวิโรจน์, 2543, น. 4-5) การที่รูปแบบการเดินทางเปลี่ยนไปดังกล่าว มีปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยเบี่ยงเบนของการเดินทางท่องเที่ยวหลายอย่างด้วยกัน

ปัจจัยสนับสนุนการเดินทาง - ผู้คนในปัจจุบันมองเห็นประโยชน์ของการเดินทางท่องเที่ยวว่าเป็นการให้ความรู้ ประสบการณ์ และพัฒนาคุณภาพชีวิต มีการลดชั่วโมงการทำงานเพิ่มจำนวนวันหยุดพักผ่อนให้นานขึ้น มีการพัฒนาด้านการบินทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทำได้ง่ายและฉับไว เนื่องจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัจจัยเบี่ยงเบนการเดินทาง - ความต้องการท่องเที่ยวต่างประเทศอาจถูกยับยั้งจากสาเหตุหลายประการ เช่น มาตรการควบคุมการเดินทางออกนอกประเทศในบางประเทศ การต่อต้านการทำลายสิ่งแวดล้อมและการใช้แรงงานเด็กและสตรี รวมทั้งมาตรการคุ้มครอง

ผู้บริโภคนักท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ที่จะให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด นับเป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการเพิ่ม หรือลดจำนวนนักท่องเที่ยวในยุคที่มีการแข่งขันสูง

## 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม

### 2.1.2.1 ความหมายของวัฒนธรรม

คำว่า “วัฒนธรรม” นั้น ยศ สันตสมบัติ (2540) ได้กล่าวไว้ว่า เซอร์ เอ็ดเวิร์ด บี. ไทเลอร์ นักมานุษยวิทยาชาวอังกฤษ ให้คำจำกัดความว่า เป็นผลรวมของระบบความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ จริยธรรม กฎหมายประเพณี ตลอดจนความสามารถ และอุปนิสัยต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการเป็นสมาชิกของสังคม

นอกจากนั้น Kluckhohn (1962) ให้ความหมายวัฒนธรรมว่า เป็นแนวทางแห่งความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ เป็นความรู้ที่เก็บรวบรวมไว้เพื่อใช้ในอนาคต วัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของมนุษย์ที่เกิดจากการเรียนรู้จากคนอื่น อันเป็นผลมาจากการเป็นสมาชิกของกลุ่ม

ส่วนที่ประชุมนานาชาติเกี่ยวกับนโยบายวัฒนธรรมซึ่งองค์การศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ(UNESCO) จัดทำขึ้นที่เม็กซิโกซิตี้ ใน ค.ศ 1982 ให้คำนิยามของวัฒนธรรมไว้ว่า “ผลรวมของลักษณะอันเด่นชัดในทางจิตใจ วัตถุ ปัญญา และอารมณ์ซึ่งเป็นคุณลักษณะของสังคมหนึ่ง หรือกลุ่มสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมมิได้ครอบคลุมเฉพาะศิลปะ และวรรณคดีเท่านั้น แต่ยังคงลุ่มไปถึงวิถีดำเนินชีวิต สิทธิพื้นฐานของมนุษย์ ระบบค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และความเชื่อของมนุษย์ด้วย”

จากคำจำกัดความข้างต้น แสดงว่า วัฒนธรรมมิใช่พฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ แต่เป็นระบบความเชื่อ และค่านิยมของสังคมซึ่งอยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ สิ่งที่จะเป็นวัฒนธรรมได้นั้นต้องเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ และสามารถถ่ายทอดไปยังคนรุ่นหลังได้ เพื่อใช้เป็นแบบอย่างของพฤติกรรมที่สังคมยอมรับ สามารถสนองความต้องการของมนุษย์ได้ และที่สำคัญคือ สามารถเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้

### 2.1.2.2 การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและถ่ายทอดไปยังคนรุ่นต่อไป สังคมจึงเป็นแหล่งที่มาของวัฒนธรรม แต่ละสังคมมีวัฒนธรรมต่างกันเนื่องจากความแตกต่างในแบบอย่าง

การดำรงชีวิตของคนในแต่ละสังคม อีกทั้งมีการรับวัฒนธรรมอื่นอยู่ตลอดเวลาจะโดยเต็มใจหรือไม่เต็มใจก็ตาม กอปรกับความก้าวหน้าทางวิทยาการและเทคโนโลยี ทำให้วิถีการดำรงชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไปจากเดิม

บุคคลที่อยู่ในสังคมเดียวกันอาจมีวัฒนธรรม และแสดงพฤติกรรมไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและวัฒนธรรม (มุกดา ศรียงค์ และชนินฐา วิเศษสาร, 2523, น.92) เช่น ผู้สร้างวัฒนธรรมจะพยายามประพฤติปฏิบัติตามวัฒนธรรมที่กำหนดไว้ทุกประการ ผู้ถ่ายทอดจะพยายามทำตนเป็นตัวอย่างให้บุคคลรุ่นหลังปฏิบัติตาม ส่วนผู้เปลี่ยนแปลงมีความกล้าที่จะทำลายต่อสิ่งที่ยอมรับนับถือมาแต่เดิม แล้วคิดค้นหรือนำสิ่งใหม่ๆ มาใช้แทนสิ่งเก่า ในการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ครอบครัว กลุ่มเพื่อน สถาบันการศึกษา ศาสนา กลุ่มอาชีพ และสื่อมวลชน เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้วัฒนธรรม บุคคลจะรับเอาค่านิยม ความคิด ความเชื่อ และแบบแผนความประพฤติทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มมาปฏิบัติ แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งต่างๆ เหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ยิ่งในสังคมสมัยใหม่ด้วยแล้ว การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้เร็วมาก เนื่องจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย และการติดต่อสื่อสารที่สามารถทำได้อย่างฉับไว ทำให้บุคคลทันสถานการณ์ รับทราบภาวะความเปลี่ยนแปลงของสังคม และวัฒนธรรม อยู่ตลอดเวลา

### 2.1.2.3 สังคม วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

สังคมและวัฒนธรรมจัดเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของบุคคลเป็นอย่างมาก (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2542 , น. 42) เนื่องจากวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันของแต่ละกลุ่มภายในสังคมขนาดใหญ่ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน ภายในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายกัน เนื่องจากแต่ละกลุ่มต่างมีกลุ่มอ้างอิง อันได้แก่ ครอบครัว เพื่อน ผู้ร่วมงาน กลุ่มต่างๆ ในสังคม รวมทั้งผู้นำความคิดเห็นของตนเอง

กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่ให้แนวคิดให้ผู้อื่นคล้อยตาม มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นทัศนคติและค่านิยมของบุคคลในกลุ่ม การที่บุคคลอยากเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม อยากเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ทำให้กลุ่มนี้เข้ามามีอิทธิพลต่อบุคคลในการเลือกซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ดังเช่น เมื่อคนใดคนหนึ่งกลับมาจากการท่องเที่ยวพร้อมกับของที่ระลึก และภาพถ่ายที่สวยงามมาอวด คนนั้นจะได้รับการชื่นชมจากเพื่อนๆ ทำให้รู้สึกมีหน้าตาและภูมิใจที่ได้ทำในสิ่งที่คนอื่นไม่มีโอกาสได้ทำ นับได้ว่ากลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อจิตใจของบุคคลเป็นอย่างมาก

ส่วนผู้นำความคิดเห็น หรือสมาชิกผู้มีอำนาจมากในกลุ่มเป็นผู้รู้ข้อมูลมากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ ความคิดเห็นมักเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม เช่น ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากคนอื่น ต้องการที่จะค้นหาข้อมูลพิเศษให้กว้างออกไป จนเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ

ตามปกติแล้ว ข้อมูลทางการท่องเที่ยวมาจาก 2 แหล่งใหญ่ คือ จากผู้ประกอบการธุรกิจ และจากกลุ่มสังคม ข้อมูลประเภทแรกเป็นข้อมูลจากการโฆษณาและส่งเสริมการขายของโรงแรม และบริษัทนำเที่ยว ข้อมูลที่ให้จะมุ่งตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย ไม่มีความคิดเห็นของผู้นำกลุ่มรวมอยู่ด้วย ส่วนข้อมูลประเภทหลัง เป็นข้อมูลที่ได้จากกลุ่มอ้างอิง ผู้นำความคิดเห็นและกลุ่มอื่นๆ ในสังคม ข้อมูลนี้จึงผ่านการกลั่นกรองจากบุคคลต่างๆ และมักมีการเพิ่มความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไปด้วย

ดังนั้น ทั้งกลุ่มอ้างอิงและผู้นำความคิดเห็นจึงมีอิทธิพลในการกระตุ้น หรือยับยั้ง การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวของสมาชิกในกลุ่ม เพราะความคิดเห็นนั้น ก่อให้เกิดทัศนคติ หรือภาพพจน์ของสินค้าการท่องเที่ยวทั้งในด้านบวกและด้านลบ

จึงกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนสัมพันธ์เป็นอย่างมากกับสังคมและ วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการทำความเข้าใจในแบบแผนและแนวปฏิบัติทางสังคม ของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้การให้บริการต่างๆ ได้สอดคล้องกับสังคมและ วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา พฤติกรรมการ ท่องเที่ยวของบุคคลจึงปรับเปลี่ยนตามไปด้วย จึงจำเป็นที่ทุกฝ่ายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ต้องติดตามให้ทันการเปลี่ยนแปลงนี้

## 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนั้น ยังไม่ปรากฏ แต่มี เอกสารและงานวิจัยหลายชิ้นด้วยกันที่แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

สิ่งหนึ่งที่ชี้ให้เห็นถึงการเติบโตดังกล่าว คือ การผุดขึ้นราวกับดอกเห็ดของบริษัท ท่องเที่ยวที่จำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินลดราคาและแพ็คเกจทัวร์ราคาประหยัดใน ค.ศ 1992 ถูกด้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาและหนุ่มสาวที่มีงบประมาณจำกัด รวมทั้งบริษัทใหญ่ๆ หลายแห่งที่ต้องการซื้อบัตรโดยสารเครื่องบินลดราคาให้พนักงานของตนเดินทางไปติดต่อธุรกิจ (March, 1993, p. 5) บริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่ เช่น H.I.S. Co. Ltd., JTB, Jetour, Kintetsu และ NTA ต่างดำเนินกลยุทธ์อย่างเข้มข้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกลุ่มนี้ เพราะเล็งเห็นว่าเป็น นักท่องเที่ยวที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการด้วยกัน เช่น การเพิ่มขึ้นของจำนวนเที่ยวบิน ราคาบัตรโดยสารเครื่องบินถูกลงกว่าเดิม และผู้ที่เป็น นักท่องเที่ยวซ้ำมีจำนวนมากขึ้น

การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศมาครั้งดังกล่าว ส่งผลต่อการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เนื่องจากประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศที่มากขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นให้ชาวญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว กล่าวคือ ลดการใช้บริการต่างๆของบริษัทนำเที่ยวให้มากที่สุด แล้วหันมาจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ( JTB Report 1995, 1995, p. 65) เช่น ใช้บริการแพ็คเกจทัวร์ที่มีเพียงการสำรองบัตรโดยสารเครื่องบิน ไปกลับและที่พัก หรือซื้อเพียงบัตรโดยสารเครื่องบิน ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับระดับของโรงแรมที่พัก ส่วนกำหนดการท่องเที่ยว นิยมเลือกเที่ยวที่ใดที่หนึ่งนานๆ มากกว่าการไปเที่ยวหลายที่ นับเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมตั้งแต่ ค.ศ 1994 เป็นต้นมา

รูปแบบการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีส่วนสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว กล่าวคือ หากเป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว (tourism) ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่นิยมไปกับแพ็คเกจทัวร์ แต่ถ้าเป็นการท่องเที่ยวที่มีธุรกิจการงานเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย หรือไปเยี่ยมญาติ-เพื่อน ส่วนมากจะจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (JTB Report 2000, 2000, p. 44)

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เป็นนักท่องเที่ยวซ้ำ ได้แก่กลุ่มสาวสำนักงานในวัย 30 ปี เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวมาแล้วในยุคเศรษฐกิจฟองสบู่ เป็นผู้ที่ชื่นชอบและสนุกกับการท่องเที่ยวอย่างแท้จริงมิใช่กระทำตามแฟชั่นอย่างแต่ก่อน มีความมั่นใจในการดูแลตนเอง ในขณะที่ท่องเที่ยวต่างประเทศ (JTB Report 2000, 2000, p.72) อีกทั้งต้องการประสบการณ์ตรง และความสนุกสนานจากการท่องเที่ยวที่มากกว่าที่บริษัทนำเที่ยวจัดเตรียมไว้ให้ จึงนิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองกันมาก

ในช่วงเศรษฐกิจฟองสบู่ สาวสำนักงานเหล่านี้นิยมไปท่องเที่ยวต่างประเทศกับแพ็คเกจทัวร์หรูหรา ใช้จ่ายเงินฟุ่มเฟือย ซื้อสินค้าราคาแพงยี่ห้อดีๆ พักในโรงแรมมีระดับ กิจกรรมการท่องเที่ยวจึงเน้นหนักในเรื่องช้อปปิ้ง แต่ปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยว หันมานิยมการท่องเที่ยวกับแพ็คเกจทัวร์ราคาประหยัด ( Nishiyama , 1993 : p. 32) พักในโรงแรมที่มีความปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานแทน เลือกสถานที่ท่องเที่ยวเองเพื่อจะได้สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นใกล้ชิดยิ่งขึ้น นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว รับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด ไม่ค่อยให้ความสนใจกับการช้อปปิ้งมากนัก

นักเรียน/นักศึกษา เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่นิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองถึงแม้จะไม่มีประสบการณ์เที่ยวต่างประเทศซ้ำๆเหมือนกลุ่มสาวสำนักงาน ความนิยมในการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักเรียน/นักศึกษานี้ขยายตัวสูงมากในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 และได้ขยายมาสู่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและตอนต้นนับตั้งแต่ ค.ศ 1987 เมื่อกระทรวง

ศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ประกาศยกเลิกกฎระเบียบห้ามนักเรียนในวัยดังกล่าวเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (Nishiyama, 1993, p. 33)

นักเรียน/นักศึกษาที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ มีทั้งที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว และไปเป็นกลุ่ม หากเป็นนักศึกษาระดับวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยซึ่งมีรายได้จากการทำงานพิเศษมักนิยมท่องเที่ยวคนเดียวในช่วงวันหยุดยาวนาน ส่วนใหญ่ต้องการไปเที่ยวชมสิ่งที่เกี่ยวเนื่องทางวัฒนธรรมและประเพณีของประเทศที่ตนไปเยือน จึงนิยมไปท่องเที่ยวยังแหล่งประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ พิพิธภัณฑ์ศิลปะ และสถานที่ที่มีความงามทางภูมิทัศน์ ธรรมชาติ

นอกจากเอกสารที่กล่าวมาแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองในปัจจุบัน คือ แผ่นพับ(Pamphlets)ของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ที่วางเผยแพร่ในญี่ปุ่นตั้งแต่ช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2001 เพื่อโฆษณารายการท่องเที่ยวที่จัดมายังประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ในเอเชียในช่วงเดือนเมษายน – กันยายนปีเดียวกัน เมื่อพิจารณาถึงเนื้อหาของรายการท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในแผ่นพับดังกล่าว พบว่า ส่วนใหญ่แล้วบริษัทนำเที่ยวเตรียมการเพียงแค่สำรองบัตรโดยสารเครื่องบินและที่พัก หรืออาจมีบริการรถรับส่งระหว่างสนามบินและที่พัก ส่วนรายการท่องเที่ยวนั้นนักท่องเที่ยวสามารถกำหนดเองได้อย่างอิสระในรูปแบบของ Free Plan มีเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 4-5 วัน หากไปท่องเที่ยวประเทศอื่นร่วมด้วย มักใช้เวลาประมาณ 4-7 วัน ส่วนมากจัดไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของแต่ละประเทศ

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า บริษัทนำเที่ยวต่างๆ เชื่อมั่นว่าการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ จะเพิ่มความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่องในศตวรรษที่ 21 นี้ และประเทศในภูมิภาคเอเชียจะเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่นิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองให้ความสนใจมาท่องเที่ยวกันมากขึ้น

นอกจากนี้ Jeff Jarvis (1994) ยังเป็นอีกผู้หนึ่งที่กล่าวถึงแนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองไว้ในงานวิจัยเรื่อง “The Billion Dollar Backpackers” ว่า นักท่องเที่ยวอิสระชาวญี่ปุ่นที่เดินทางไปเที่ยวออสเตรเลียมีถึง 8 เปอร์เซ็นต์สูงเกินความคาดหมาย เป็นตลาดที่น่าจับตามอง

งานวิจัยดังกล่าว ได้เน้นถึงลักษณะเด่นของนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองว่าเป็นผู้มีการศึกษาสูงเป็นส่วนใหญ่ มีจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่หลากหลายไม่เจาะจงเฉพาะที่ใดที่หนึ่ง การใช้จ่ายเงินกระจายไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของออสเตรเลียอย่างกว้างขวาง และรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้รั่วไหลไปสู่ต่างชาติน้อยมาก เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยในตลาดนี้ ส่วนใหญ่เป็นชาวออสเตรเลีย

ส่วนการศึกษาของ Jeff Jarvis (1998) เรื่อง “On the Road from Bangkok to Bali : A Study of Backpackers & Independent Travellers in S.E Asia in 1997” มีผลการวิจัยที่สอดคล้องกับเรื่องแรกที่ว่า นักท่องเที่ยวอิสระมีการศึกษาสูง ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา หรือผู้ที่อยู่ในวัยหนุ่มสาว การที่นักท่องเที่ยวประเภทนี้นิยมเลือกภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยว เนื่องจากได้ประโยชน์ทั้งความหลากหลายของวัฒนธรรม และความคุ้มค่าเงิน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักแลกเปลี่ยนประสบการณ์การท่องเที่ยวกันตลอดเวลา คำบอกเล่าดังกล่าว มีผลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่นนั้น Nishiyama(1996) กล่าวว่า ก่อนข้างแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาติอื่น เนื่องจากส่วนใหญ่ยังยึดติดอยู่กับแนวปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมของตน และมักนำพฤติกรรมและประเพณีความเคยชินนั้น ไปปฏิบัติยังแหล่งท่องเที่ยวในต่างประเทศอีกด้วย

สำหรับชาวญี่ปุ่นแล้ว การได้ท่องเที่ยวไปพร้อมกับได้รับประทานอาหารที่ขึ้นชื่อของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่ยื่นชอบมากที่สุด บริษัทนำเที่ยวต่างๆรวมทั้งสิ่งตีพิมพ์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในการส่งเสริมความนิยมดังกล่าว เนื่องจากสื่อเหล่านั้นต่างโฆษณาถึงอาหารที่ขึ้นชื่อของแต่ละแห่งให้คำแนะนำถึงอาหาร หรือเครื่องดื่มที่ควรลิ้มลองของแต่ละสถานที่ อีกทั้งบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่มักใช้ข้อความโฆษณาจูงใจให้ดูราวกับการท่องเที่ยวและการรับประทานอาหารเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ ดังเช่น “Tabi wa mikaku” หรือ “การท่องเที่ยวคือการได้รับประทานอาหารอร่อย”( Nishiyama , 1993 , p. 79) ดังนั้นเมื่อไปท่องเที่ยวที่โคนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจึงไม่พลาดที่จะลองรับประทานอาหารที่มีชื่อเสียงของที่นั้น อีกทั้งการดื่มกินถือเป็นกิจกรรมทางสังคมที่สำคัญมากประการหนึ่งของญี่ปุ่น เป็นวิธีการกระชับความสัมพันธ์แก่กัน พฤติกรรมทางสังคมเช่นนี้เองที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นลูกค้าคนสำคัญของภัตตาคารต่างๆ

แต่จากรายงานของ JTB(2000) แสดงให้เห็นแนวโน้มใหม่ที่ ชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศเริ่มให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวน้อยลง และไม่ค่อยให้ความสำคัญกับระดับของภัตตาคารมากนัก ส่วนใหญ่ต้องการรับประทานอาหารตามร้านที่คนท้องถิ่นรับประทานกันตามปกติมากกว่า เป็นการแสดงออกถึงความต้องการท่องเที่ยวอย่างธรรมดา และได้สัมผัสกับวิถีชีวิตท้องถิ่นมากขึ้น

แต่อย่างไรก็ดี ในการรับบริการต่างๆไม่ว่าจะเป็นในโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร หรือร้านขายของที่ระลึก นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นคาดหวังจะได้รับการบริการที่ดี คุ้มค่าเงินเทียบเท่ามาตรฐานการบริการภายในประเทศ ยังยึดมั่นในเรื่อง “ลูกค้าคือพระเจ้า” (Nishiyama , 1993, p.17 )



Nishiyama ยังกล่าวอีกว่า ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักตกเป็นเหยื่อของโจรผู้ร้ายได้ง่ายเนื่องจากนิยมพกพาเงินสดติดตัวเป็นจำนวนมาก และไม่ค่อยระมัดระวังในการเก็บรักษาและพกพาเงิน เนื่องมาจากความเคยชินที่สังคมของคนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเพียงพอ และเมื่อเกิดปัญหาใดขึ้นมา นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะไม่ปรึกษาใครโดยตรงในปัญหา หรืออุบสรคดีต่างๆที่ประสบในขณะที่ท่องเที่ยว หรือแม้แต่มีปัญหาร้ายแรงเกิดขึ้น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะไม่ยอมให้ตำรวจเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยหากเหตุการณ์นั้นจะนำความ “อาย” หรือ “การเสียหน้า” มาสู่กลุ่มของคน แต่จะกลับไปบอกเล่าแก่บริษัทท่องเที่ยวในญี่ปุ่นแทน ซึ่งจะสร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีให้แก่ประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เสียลูกค้าญี่ปุ่นได้ง่าย

จากแนวปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นดังกล่าว อาจก่อให้เกิดปัญหาความไม่เข้าใจกันระหว่างผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวกับชาวญี่ปุ่นผู้รับบริการ ซึ่งอาจกลายเป็นสาเหตุสำคัญของการสูญเสียลูกค้านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ได้ เนื่องจากระบบค่านิยมกลุ่มของสังคมญี่ปุ่นจึงทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นกลุ่มที่มีลักษณะพิเศษ และอ่อนไหวง่ายกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

งานวิจัยและเอกสารที่กล่าวมา แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวที่จัดการด้วยตนเองมากขึ้นทุกที แต่งานวิจัยและเอกสารดังกล่าวให้ความรู้ในพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทั่วไป ยังไม่ได้วิจัยลึกถึงไปถึงพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองที่ได้ปฏิบัติจริงยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย จึงเป็นสิ่งที่ควรศึกษาเพิ่มเติม

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง : กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

#### 3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เอกสารสิ่งพิมพ์ รายงานของ JTB ย้อนหลัง 5 ปี คือ ตั้งแต่ ค.ศ 1995 - ค.ศ 1998 และ ค.ศ 2000 แผ่นพับของบริษัทท่องเที่ยวต่างๆที่วางเผยแพร่ในญี่ปุ่นช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน 2001 และนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองในช่วงเดือนสิงหาคม ค.ศ 2001 เป็นนักท่องเที่ยวที่พบโดยบังเอิญในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ 5 แห่ง คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ถนนข้าวสาร บางลำพู และป้อมพระสุเมรุ จำนวน 100 ราย

#### 3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ แผ่นพับของบริษัทท่องเที่ยวที่วางเผยแพร่ในญี่ปุ่นในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน 2001 และนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองจำนวน 100 ตัวอย่าง ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยกำหนดตามหลักความแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคามสุครของ Yamane (1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ  $e$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากร

ประชากรที่ต้องการศึกษาในครั้งนี้มี 1,206,549 หน่วยประชากร (จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยใน ค.ศ 2000 ตามสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 หรือ 0.10 เนื่องจากการศึกษาประกอบการวิจัยเชิงคุณภาพจากเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆข้างต้น จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 100 ตัวอย่าง ดังนี้

$$\begin{aligned}
 e &= 0.10 & N &= 1,206,549 \\
 n &= \frac{1,206,549}{1 + 1,206,549 \times (0.10)^2} \\
 &= 99.99
 \end{aligned}$$

### 3.3 เครื่องมือในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเพื่อประมวลรายละเอียดเกี่ยวกับภาพรวมของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ส่วนการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนั้น ได้ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจากการศึกษาค้นคว้า และดัดแปลงจากหนังสือและเอกสารต่างๆเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลรวมกับการสังเกตที่ไม่ให้นักท่องเที่ยวรู้ตัว และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ผู้ค้าขายรถเข็นแผงลอยแบบไม่เป็นทางการ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ในส่วนของแบบสอบถาม ประกอบด้วยชุดคำถามที่ครอบคลุมข้อมูลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังในรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย หากมาเยือนซ้ำ จำนวน 7 ข้อย่อย

ตอนที่ 4 เป็นส่วนที่ให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระในปัญหาที่ตนเองประสบในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้

สำหรับการสังเกตนั้น ผู้วิจัยได้ไปสังเกตพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกลุ่มเป้าหมายในบริเวณบางลำพู พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ และวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เมื่อเสร็จสิ้นการสังเกตสามารถรวบรวมประชากรเป้าหมายได้ 40 ราย อีกทั้งมีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่พบในบริเวณนั้นอย่างไม่เป็นทางการ จำนวน 10 ราย และสัมภาษณ์ผู้ค้าขายรถเข็นแผงลอยในบริเวณถนนข้าวสารอย่างไม่เป็นทางการ จำนวน 4 ราย

นอกจากนั้น ก่อนที่จะลงมือเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกลุ่มเป้าหมายที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ไปสังเกตชาวญี่ปุ่นที่สนใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานใหญ่ประจำกรุงโตเกียว เมื่อวันที่ 3 เมษายน ค.ศ. 2001 เพื่อต้องการทราบแนวโน้มข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในเรื่องเพศ รัศมีอายุ และแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการหลายขั้นตอนด้วยกัน กล่าวคือ

1. เอกสารที่เป็นภาษาญี่ปุ่นส่วนใหญ่ ผู้วิจัยได้เดินทางไปเก็บรวบรวมด้วยตนเองที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นเวลา 3 สัปดาห์ คือ ตั้งแต่ 29 มีนาคม - 19 เมษายน ค.ศ. 2001 การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนนี้ กระทำในหลายสถานที่ด้วยกันทั้งในโตเกียวและเขตคันไซ (โอซาก้าและเกียวโต)

2. ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ก่อนที่จะลงมือเก็บข้อมูลจริงจากนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองที่พบโดยบังเอิญในพื้นที่บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ จำนวน 20 ราย แล้วนำมาปรับปรุงข้อบกพร่อง

3. ผู้วิจัยพร้อมกับผู้ช่วย 1 คนที่มีความรู้ภาษาญี่ปุ่นเป็นอย่างดี ได้นำแบบสอบถามไปแจกให้กับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองที่พบโดยบังเอิญในพื้นที่บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ 5 แห่ง คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ถนนข้าวสาร บางลำพู และป้อมพระสุเมรุ ในการเก็บข้อมูลนั้น ให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง หากนักท่องเที่ยวมีข้อสงสัยประการใดสามารถซักถามเพิ่มเติมได้ ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลนาน 2 สัปดาห์ คือ ตั้งแต่วันที่ 2 - 16 สิงหาคม ค.ศ. 2001 เมื่อเสร็จสิ้นการเก็บข้อมูลได้ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 100 ราย ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมด้วยตนเองจำนวน 75 ราย และผู้ช่วยการวิจัยเก็บรวบรวมจำนวน 25 ราย

4. ใช้วิธีการสังเกตโดยที่นักท่องเที่ยวไม่รู้ตัว ในการสังเกตนี้กระทำทั้งในประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทยโดยกำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ ชาวญี่ปุ่นที่มาหาข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่กรุงโตเกียว และนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองซึ่งพบบริเวณบางลำพู พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ และวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

5. สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นทางการ เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองที่พบโดยบังเอิญในบริเวณบางลำพู พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ และวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามจำนวน 10 ราย เป็นเพศชาย 7 ราย และเพศหญิง 3 ราย

6. สัมภาษณ์ผู้ค้าขายรถเข็น แผงลอย ในบริเวณถนนข้าวสารอย่างไม่เป็นทางการ รวม 4 ราย แบ่งเป็น ผู้ขายอาหารรถเข็น แผงลอย จำนวน 2 ราย ผู้ขายเสื้อผ้าแผงลอยและของทั่วไป 2 ราย

### 3.5 การวิเคราะห์และสถิติในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นแบบองค์รวม กล่าวคือ ทำความเข้าใจกับบริบททางประวัติศาสตร์ การจัดการองค์การทางสังคม และเศรษฐกิจการเมือง ในการวิเคราะห์ได้เชื่อมโยงองค์ประกอบเหล่านี้เข้าด้วยกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ได้ข้อมูลที่กว้างและลึกกว่าการศึกษาแบบแยกส่วน

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ได้นำแบบสอบถามที่มีคำตอบครบสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอนไปลงรหัสข้อมูลเพื่อเตรียมนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS for Window ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง คือ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาพัก ที่พัก เพื่อนร่วมเดินทาง กิจกรรมที่ปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย การจัดการท่องเที่ยว ปัญหาที่ประสบในขณะท่องเที่ยว และข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังในรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยหากได้มาเยือนซ้ำ หลังจากนั้นนำข้อมูลไปสรุปผลร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนแรก

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

#### 4.1 การท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่น

##### 4.1.1 แนวโน้มการท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่น

นับตั้งแต่ประเทศญี่ปุ่นเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศใน ค.ศ 1964 เป็นต้นมา ความต้องการท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่นได้สูงขึ้นโดยลำดับ มีคนน้อยลงเฉพาะในช่วงเกิดวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งที่ 2 (ค.ศ 1980) เนื่องจากค่าครองชีพโดยรวมอยู่ในระดับสูง อีกทั้งราคาบัตรโดยสารเครื่องบินได้ปรับตัวสูงขึ้นอันเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ครึ่งถัดมาในช่วงเกิดวิกฤตการณ์อ่าวเปอร์เซีย (ค.ศ 1991) เนื่องจากความวิตกในเรื่องความปลอดภัย และช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ (ค.ศ 1998) แต่หลังจากนั้น ความต้องการท่องเที่ยวต่างประเทศได้เพิ่มสูงขึ้นมาก ดังเห็นได้จากใน ค.ศ 1999 มีชาวญี่ปุ่นเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศสูงถึง 16,357,572 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 3.5 ในจำนวนนี้เป็นเพศชาย 8.71 ล้านคน หรือร้อยละ 53 เพศหญิง 7.65 ล้านคน หรือร้อยละ 47 (แผนภูมิที่ 4.1)

ในอนาคต จำนวนชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะเพิ่มสูงขึ้นอีกมาก และคาดว่าภายใน 5 ปีจะมีจำนวนสูงถึง 20 ล้านคน อีกทั้งสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชายและหญิงจะใกล้เคียงกันมาก (JTB Report 2000, 2000, p.73)

แผนภูมิที่ 4.1  
จำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

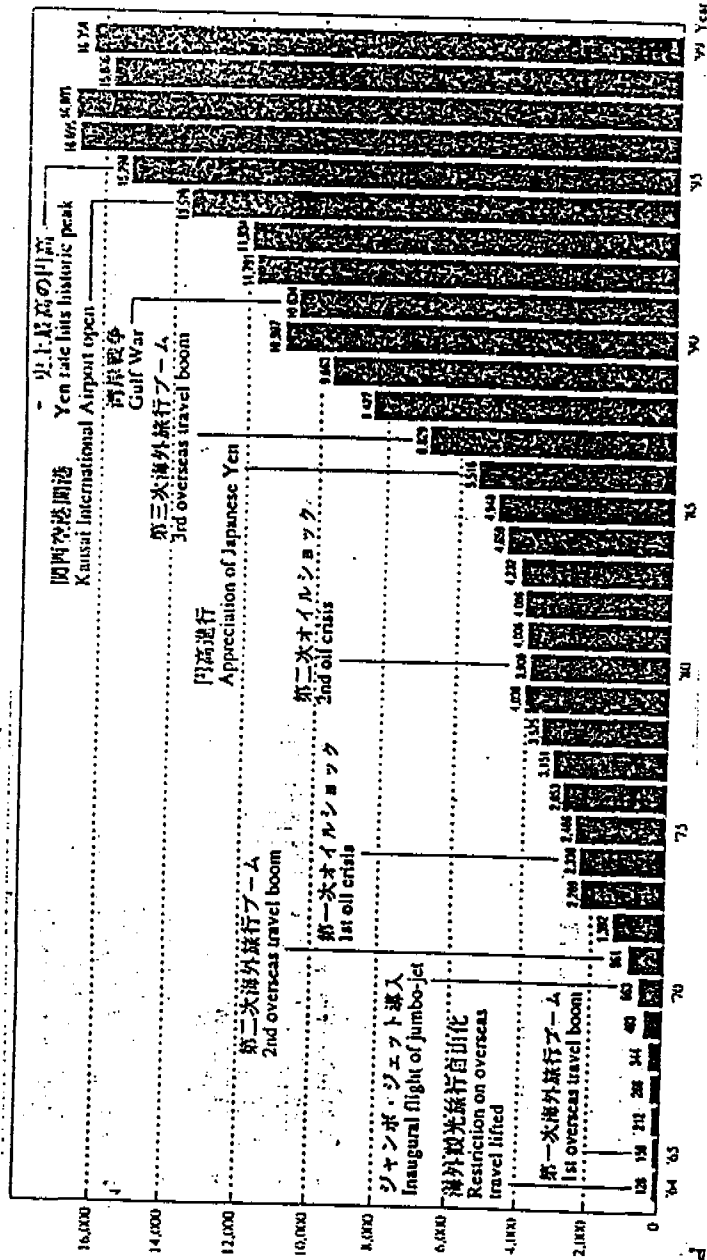


図71A : Ministry of Justice "Statistics on Immigration Control"

#### 4.1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จะเคิมนโตในอนาคต

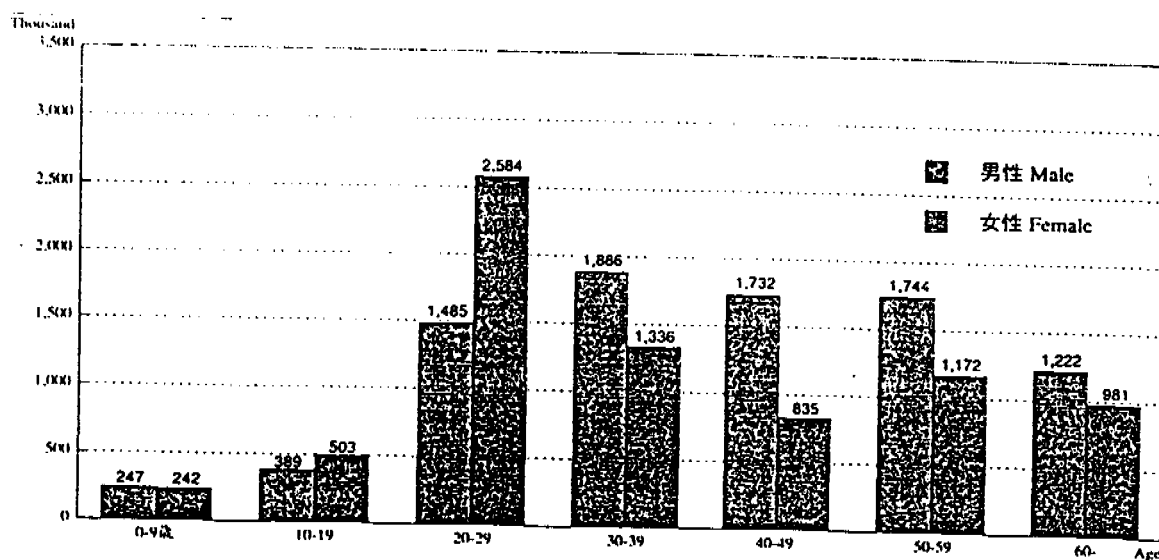
นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศใน ค.ศ 1999 สามารถจำแนกได้ 12 กลุ่มตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพการสมรส และอื่นๆ คือ นักศึกษาชาย นักศึกษาหญิง สาวโสดที่มีอายุในช่วง 20 ปี สาวโสดที่มีอายุในช่วง 30 ปี แม่บ้านที่ทำงานนอกบ้าน แม่บ้านอาชีพ ชายโสด ชายที่สมรสแล้ว ชายวัยกลางคน หญิงวัยกลางคน ชายสูงอายุ และหญิงสูงอายุ(JTB Report 2000, 2000, p. 11)

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ที่สุด คือ ชายวัยกลางคนและชายที่สมรสแล้ว มีร้อยละ 16.2 เท่ากัน รองลงมา คือหญิงวัยกลางคน และชายสูงอายุ

หากจำแนกนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นแต่ละกลุ่มตามเพศและอายุ พบว่า กลุ่มใหญ่ที่สุด คือ กลุ่มผู้หญิงในช่วงอายุ 20 ปี มีประมาณ 2.58 ล้านคน รองลงมา คือ กลุ่มผู้ชายในวัย 30 ปี มีประมาณ 1.89 ล้านคน ผู้ชายในวัย 50 ปี มีประมาณ 1.74 ล้านคน และผู้ชายในวัย 40 ปี มีประมาณ 1.73 ล้านคน (แผนภูมิที่ 4.2)

แผนภูมิที่ 4.2

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศจำแนกตามเพศและอายุ



ที่มา : Ministry of Justice "Statistics on Immigration Control"



#### 4.1.3 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

ประเทศญี่ปุ่นได้รับเอาวิทยาการเทคโนโลยี และวัฒนธรรมของประเทศตะวันตกเข้ามาเป็นจำนวนมากเพื่อเร่งพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าทัดเทียมประเทศเหล่านั้นในช่วงสมัยปฏิรูปเมจิ จึงไม่แปลกที่ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ให้ความสนใจไปท่องเที่ยวในประเทศตะวันตกที่ตนรับเอาวิทยาการต่างๆมา แต่เมื่อประเทศอเมริกาเข้ามามีอิทธิพลเหนือญี่ปุ่นอย่างรุนแรงในทุกด้านช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ทำให้วิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่นปรับเปลี่ยนสู่สากลอย่างมาก หนุ่มสาวชาวญี่ปุ่นคลั่งไคล้ในวัฒนธรรมของอเมริกา รายการโทรทัศน์ต่างๆก็แพร่ภาพเรื่องราวและสถานที่ต่างๆในอเมริกา ยิ่งเป็นการคอกย้ำความนิยม และกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น อยากไปสัมผัสสถานที่เหล่านั้นด้วยตนเองในหมู่ชาวญี่ปุ่นยิ่งขึ้น

จึงกล่าวได้ว่า กระแสความนิยมไปท่องเที่ยวประเทศต่างๆในแถบยุโรป และอเมริกาของชาวญี่ปุ่นนั้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะประเทศเหล่านั้นมีความก้าวหน้าทางวิทยาการ และเป็นประเทศต้นแบบในการพัฒนาประเทศของญี่ปุ่นในหลายๆด้านในอดีต

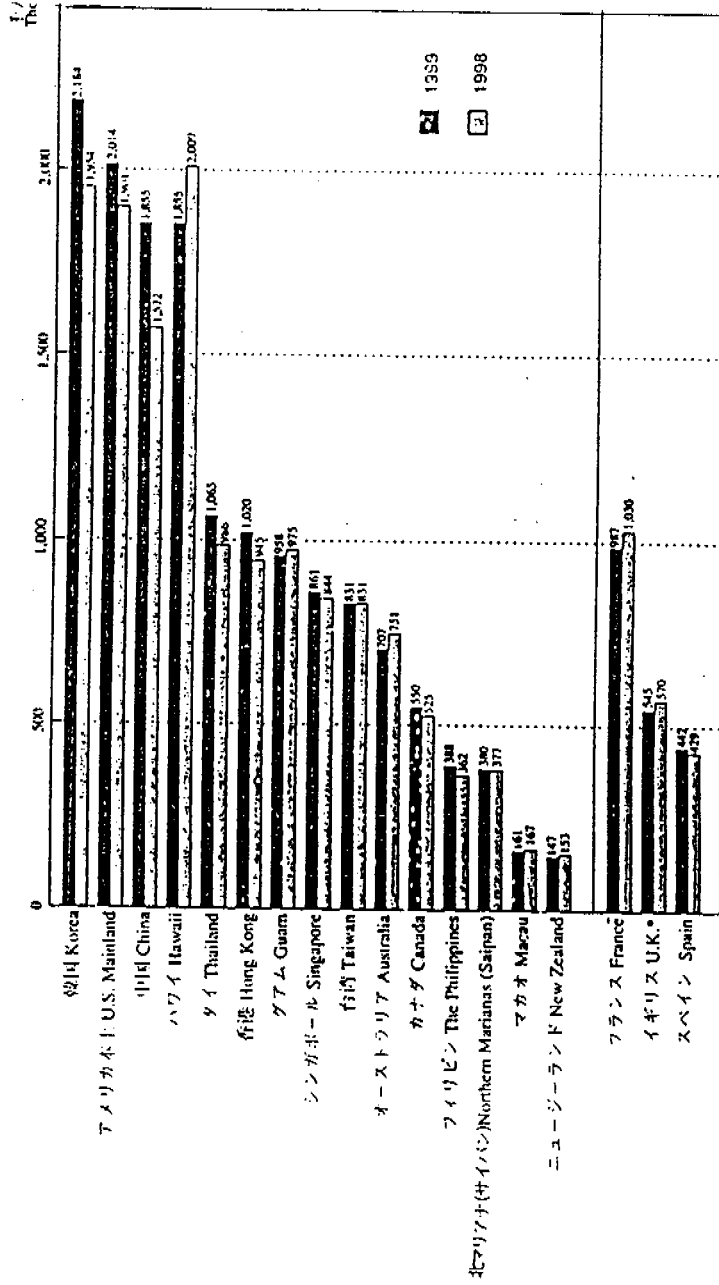
จากการสำรวจของ JTB(2000) แสดงให้เห็นแนวโน้มใหม่ในการท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่นว่า หันมาสนใจท่องเที่ยวเอเชียเพิ่มขึ้น ดังเห็นได้จากชาวญี่ปุ่นร้อยละ 45.6 ที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศใน ค.ศ 1999 เลือกไปท่องเที่ยวในเอเชีย จนกล่าวได้ว่า ปี ค.ศ 1999 นี้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวเอเชียของชาวญี่ปุ่น ส่วนการไปท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ เช่น อเมริกาเหนือ อเมริกากลาง ยุโรป โอเชียเนีย และแถบมหาสมุทรแปซิฟิกทางตอนใต้ได้รับความนิยมน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนหน้านี้

เมื่อวิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศตามจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวในปีดังกล่าว พบว่า ชาวญี่ปุ่นนิยมไปท่องเที่ยวยังเกาหลี สหรัฐอเมริกา จีน และฮาวาย มากที่สุด แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนหน้านี้ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ไปฮาวายลดลงจากเดิมร้อยละ 7.7 ขณะที่ในประเทศจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.0

ประเทศอื่นๆในภูมิภาคเอเชียที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นมากเช่นกัน ได้แก่ เกาหลี เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8 ส่วนประเทศไทยและฮ่องกงเพิ่มขึ้นเท่ากัน คือ ร้อยละ 7.9 นับเป็นสามประเทศหลักในภูมิภาคเอเชียที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมไปท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (แผนภูมิที่ 4.3)

การที่ภูมิภาคเอเชียได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกลจากญี่ปุ่น ใช้เวลาเดินทางไม่มากนัก เหมาะแก่การเดินทางไปท่องเที่ยว โดยที่ไม่ต้องหยุดงานนานๆ นอกจากนั้น ยังเนื่องจากว่าค่าใช้จ่ายในภูมิภาคนี้ถูกกว่าที่อื่นๆ อีกทั้งมีความหลากหลายในวัฒนธรรม ผสมผสานกับความมีเสน่ห์ในตัวเองของเอเชีย สิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนดึงดูดใจให้ชาวญี่ปุ่นต้องการไปท่องเที่ยวยังภูมิภาคนี้เพิ่มขึ้น(JTB Report 2000, 2000, p. 70)

แผนภูมิที่ 4.3  
 จำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว  
 (ค.ศ. 1999/1998)



ที่มา : Japan National Tourist Organization, National (Regional) tourist office.

#### 4.1.4 ประสิทธิภาพท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่น

ชาวญี่ปุ่นที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในปัจจุบัน มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ปรากฏการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นมาตั้งแต่ปี ค.ศ 1990 (JTB Report' 94, 1994, p. 69) แต่ในระยะเริ่มแรก จำนวนนักท่องเที่ยวยังมีไม่มากนัก ดังเห็นจากผู้ที่มิประสบความสำเร็จท่องเที่ยวต่างประเทศซ้ำเกิน 5 ครั้ง มีเพียงร้อยละ 3.9 และมาเพิ่มเป็นร้อยละ 7.5 หรือเกือบเท่าตัวใน ค.ศ 1994 แต่พอมาถึงปีค.ศ 1999 จำนวนผู้ที่มิเป็นนักท่องเที่ยวซ้ำยังทวีจำนวนขึ้น มีถึงร้อยละ 90 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวซ้ำตั้งแต่ 10 ครั้งขึ้นไป มีถึงร้อยละ 42.3 (JTB Report 2000, 2000, p. 12) แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพเที่ยวซ้ำมีส่วนสัมพันธ์กับความถี่ของการท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น การเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวซ้ำนี้มีความหมายต่อการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เนื่องจากเมื่อมีประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น นักท่องเที่ยวจะลดการพึ่งพาแพ็คเกจทัวร์ และหันมาจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองเพิ่มขึ้น

การที่ชาวญี่ปุ่นต้องการท่องเที่ยวต่างประเทศกันมากนั้น นอกจากเป็นเพราะความชอบในการท่องเที่ยวมาแต่เดิมแล้ว ยังเนื่องมาจากความเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมการทำงาน และความตื่นตัวในการใช้เวลาว่าง ในอดีตชาวญี่ปุ่นได้ชื่อว่าเป็นผู้ขยันขันแข็ง ทำงานหนัก จนนำไปสู่การวิพากษ์วิจารณ์จากนานาประเทศว่าเป็น “สัตว์เศรษฐกิจ” มุ่งแสวงหาผลกำไรเหนือสิ่งอื่นใด แต่ในทัศนะของชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่แล้ว การทำงานหนักมิได้มีวัตถุประสงค์หลักอยู่ที่การแสวงหาผลกำไร แต่เป็นการค้นหาคุณค่าที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงานนั้นมากกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า “ชาวญี่ปุ่นถือว่าการทำงานเป็นการฝึกคนอย่างหนึ่ง เฉากเช่นพุทธศาสนิกชนปฏิบัติธรรมเพื่อบรรลุถึงความหลุดพ้น มิได้หวังผลตอบแทนอื่นๆ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการแลกแรงกายจึงเป็นผลอันควรจะได้จากการทำงานเท่านั้นเอง” (Japan As It Is, 1997, p. 35) นี่คือการแตกต่างในทัศนคติการทำงานระหว่างชาวญี่ปุ่น และชาวตะวันตกที่เห็นว่าการทำงานคือการแลกเปลี่ยนแรงกายกับค่าตอบแทน

จะกล่าวไปแล้ว ชาวญี่ปุ่นมีชั่วโมงการทำงานเฉลี่ยต่อปีมากที่สุดในโลกเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอุตสาหกรรมอื่นๆ รัฐบาลจึงส่งเสริมให้ชาวญี่ปุ่นได้มีเวลาพักผ่อนมากขึ้น โดยลดชั่วโมงการทำงานลงเหลือ 5 วันต่อสัปดาห์ และสามารถหยุดงานได้นานขึ้น โดยยังได้รับค่าจ้างอยู่เหมือนเดิม แต่ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ยังไม่นิยมหยุดงานนานๆอยู่ดี แต่ปัจจุบันนี้ค่านิยมในการทำงานหนักดังกล่าวได้เริ่มเปลี่ยนไปบ้างแล้ว ถึงแม้ชาวญี่ปุ่นยังเห็นคุณค่าของการทำงานอยู่ แต่ความกระตือรือร้นในการทำงานได้ลดน้อยลงกว่าเดิม เนื่องจากเศรษฐกิจของญี่ปุ่นถึงจุดอิ่มตัว แม้จะทำงานมากสักเท่าไรผลตอบแทนไม่ได้เพิ่มขึ้นมากนัก อีกทั้งสังคมญี่ปุ่นปัจจุบันเป็นสังคมผู้สูงอายุ คนในวัยเดียวกันมีจำนวนเพิ่มขึ้น ทำให้ตำแหน่งบริหารระดับสูงซึ่งแสดงถึงความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีไม่เพียงพอ ชาวญี่ปุ่นจึงรู้สึกไร้จุดหมายว่าจะทำงานไปเพื่ออะไร

ในขณะเดียวกัน ชาวญี่ปุ่นปัจจุบันมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น มาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น ค่านิยมได้เปลี่ยนเป็นปัจเจกชนมากขึ้นทุกที และเริ่มตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งอื่นนอกเหนือจากงาน โดยเฉพาะในกลุ่มคนหนุ่มสาวที่หันมาสนใจการทำกิจกรรมที่เป็นส่วนตัวมากขึ้นนอกเวลางาน ประกอบกับปัจจุบันญี่ปุ่นได้นำเทคโนโลยีที่ซับซ้อนทันสมัยมาใช้ในการผลิตทำให้เกิดเวลาว่าง ประกอบกับในปัจจุบัน ญี่ปุ่นได้เปลี่ยนแปลงสภาพการทำงาน บริษัทต่างๆ ต้องการผู้มีทักษะเฉพาะทางมากกว่าพนักงานทำงานประจำตามปกติ ซึ่งสภาพดังกล่าว ทำให้ชั่วโมงการทำงานต่อสัปดาห์ลดลง แต่ชั่วโมงพักผ่อนและการมีเวลาว่างกลับเพิ่มขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อความรู้สึกกระตือรือร้น ทุ่มเทให้กับหน้าที่การงานของชาวญี่ปุ่นมากขึ้นตามลำดับ ดังที่ Nishiyama (1993) ได้กล่าวไว้ว่า “สำหรับหนุ่มสาวชาวญี่ปุ่นรุ่นใหม่แล้ว ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการอุทิศตนให้กับการทำงาน ไม่ประสงค์จะเข้าสู่ระบบการจ้างงานตลอดชีพเหมือนคนรุ่นก่อน และมีจำนวนไม่น้อยที่ต้องการจะทำงานในโครงการชั่วคราวเพียง 6 เดือนหรือ 1 ปี แล้วหยุดงานนานหลายเดือนเพื่อไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไม่รู้สึกผิดแต่อย่างใด”

นอกจากนั้น ชาวญี่ปุ่นปัจจุบันยังสนใจทำกิจกรรมในยามว่างกันมากขึ้นซึ่งต่างไปจากชาวญี่ปุ่นวัยทำงานในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองที่ทุ่มเททั้งชีวิตเพื่อการทำงานหนัก เห็นว่าเวลาว่างจากการทำงาน คือ เวลาสำหรับการพักผ่อนเพื่อออมแรงไว้สำหรับงานในวันต่อไป จึงนิยมเลือกกิจกรรมในยามว่างที่ทำได้ง่ายและไม่จริงจังมากนัก นับตั้งแต่ ค.ศ 1965 เป็นต้นมา ชาวญี่ปุ่นเริ่มคิดที่จะใช้เวลาว่างในการสร้างสรรค์สิ่งอื่นๆ จึงทำให้การใช้เวลาว่างของชาวญี่ปุ่นเริ่มเปลี่ยนแปลงมาตามลำดับ หนึ่งในกิจกรรมการใช้เวลาว่างที่ชาวญี่ปุ่นนิยมกันมากหลังทศวรรษ 1975 คือ การไปเที่ยวต่างประเทศ (Japan As It Is, 1997, p. 37) แม้กระทั่งช่วงประสบกับภาวะฟองสบู่แตกใน ค.ศ 1993 ชาวญี่ปุ่นส่วนหนึ่งยังคงนิยมไปท่องเที่ยวต่างประเทศกับแพ็คเกจทัวร์ราคาถูก แม้กระทั่งนักศึกษาก็มีค่านิยมใช้เวลาว่างไปท่องเที่ยวต่างประเทศกันมากขึ้น

#### 4.1.5 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ชาวญี่ปุ่นมีความต้องการท่องเที่ยวต่างประเทศสูงมาก กระแสความนิยมการท่องเที่ยวดังกล่าว เกิดจากแรงจูงใจหลายประการด้วยกัน เช่น การเป็นผู้รักการท่องเที่ยวมาแต่เดิมเนื่องจากภายในประเทศมีภูมิทัศน์ธรรมชาติที่งดงามหลากหลายแตกต่างกันไปตามฤดูกาล มีงานเทศกาลงานรื่นเริงต่างๆ ที่แสดงออกถึงขนบธรรมเนียม ความเชื่อของแต่ละท้องถิ่นให้เที่ยวชมกันได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งมีระบบคมนาคมภายในประเทศที่ดีทำให้สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวยังที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวก การท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นภายในประเทศหรือต่างประเทศก็ตาม กลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาสำหรับชาวญี่ปุ่นปัจจุบัน ดังปรากฏว่า ชาวญี่ปุ่นร้อยละ 60 ต้องการไปท่องเที่ยว

ต่างประเทศสักปีละครั้ง ความต้องการดังกล่าวเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกภายในอย่างแท้จริงของตนเองโดยมิต้องรอให้ใครมาชักชวนแต่ประการใด (JTB Report' 98, 1998, p. 56)

สำหรับชาวญี่ปุ่น การไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นเสมือนโอกาสที่ตนเองจะได้ขยายขอบข่ายความรู้ และสร้างความเชื่อมั่นในสิ่งที่ตนได้อ่าน ได้เห็น ได้เรียนรู้ให้มากขึ้น (Njshiyama, 1996, p.5) เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นได้รับเอาวิทยาการ เทคโนโลยีและวัฒนธรรมของต่างชาติเข้ามาเป็นจำนวนมากเพื่อพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้า ชาวญี่ปุ่นจึงกระตือรือร้นที่จะได้ไปท่องเที่ยวยังประเทศเหล่านั้น

อีกทั้งสังคมญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมการทำงาน มีความตื่นตัวในการใช้เวลาว่าง การไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นกิจกรรมการใช้เวลาว่างอย่างหนึ่งที่ชาวญี่ปุ่นชื่นชอบ (Japan As It Is, 1997, p. 37)

นอกจากนั้น การชักชวนของเพื่อนและญาติในต่างประเทศเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่กระตุ้นให้ชาวญี่ปุ่นต้องการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เนื่องจากชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่นิยมที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งที่สามารถพบปะผู้คนที่สามารถพูดภาษาญี่ปุ่นได้ ถึงแม้บางครั้งเพื่อนคนนั้นเป็นเพียงเพื่อนของเพื่อน หรือญาติห่างๆก็ตามที แต่ชาวญี่ปุ่นจะรู้สึกอบอุ่นและวางใจได้ในระดับหนึ่งที่จะสามารถสื่อสาร ขอคำแนะนำ หรือความช่วยเหลือในยามที่ต้องการ (Nishiyama, 1996, p. 8)

แต่อย่างไรก็ดี การชักชวนของผู้อื่นเริ่มมีอิทธิพลน้อยลงมาตั้งแต่ปี ค.ศ 1997 ดังพบว่าชาวญี่ปุ่นเริ่มต้องการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เนื่องจาก "มีสถานที่ที่อยากไป" มากกว่าไปเนื่องจาก "คำชักชวนของเพื่อน หรือครอบครัว" เพิ่มมากขึ้น (JTB Report' 97, 1997, p. 40) แม้กระทั่งผู้ที่ไม่เคยไปท่องเที่ยวต่างประเทศมาก่อนยังตัดสินใจไปท่องเที่ยวด้วยเหตุผลนี้เพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปัจจุบัน เริ่มมีความชัดเจนในการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว (JTB Report 2000, 2000, p. 38) การท่องเที่ยวต่างประเทศเริ่มขึ้นอยู่กับความพอใจของตนเองมากกว่าอิงอยู่กับการชักชวนของผู้อื่น

ในการท่องเที่ยวต่างประเทศแต่ละครั้ง ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ได้รับเงินส่วนหนึ่งจากบรรดาญาติ มิตรสหายและนายจ้าง บางบริษัทมีเงินโบนัสเพื่อการท่องเที่ยวให้แก่พนักงานอีกด้วย ชาวญี่ปุ่นจึงไม่จำเป็นต้องออกค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองทั้งหมดแม้ว่าจะมีรายได้สูงเพียงพอก็ตาม (Nishiyama, 1996, p. 10) อีกทั้งค่าเงินเยนที่สูงขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นได้เปรียบในการซื้อสินค้าและบริการในต่างประเทศ

นอกจากนั้น ราคาบัตรโดยสารเครื่องบินที่ถูกลงกว่าเดิม ทำให้นักท่องเที่ยวอิสระชาวญี่ปุ่นสามารถซื้อบัตรโดยสารเครื่องบินได้ในราคาที่ไม่แพงดังแต่ก่อน หากเดินทางเป็นกลุ่มยังสามารถซื้อแพ็คเกจทัวร์ได้ในราคาพิเศษ แม้จะไม่ใช่เพื่อนจากกลุ่มเดียวกันและไม่ได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยกันเมื่อไปถึงที่หมายแล้วก็ตาม ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นได้ประโยชน์

ทั้งด้านบัตรโดยสารเครื่องบิน และที่พักในต่างประเทศที่ราคาข่อมเยา อีกทั้งจำนวนเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการเปิดใช้สนามบินคันไซแห่งใหม่บริเวณชายฝั่งตะวันออกเฉียงใต้ของโอซาก้า ทำให้การเดินทางไปต่างประเทศเป็นไปได้ด้วยความสะดวก ยิ่งเป็นการเพิ่มความถี่ความต้องการท่องเที่ยวต่างประเทศในแถบตะวันตกของญี่ปุ่นมากขึ้น

#### 4.1.6 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการได้เที่ยวดู เทียวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติที่งดงาม จุดประสงค์ในการท่องเที่ยวดังกล่าว ได้รับความนิยมน้อยมาตั้งแต่ปี ค.ศ 1994 เป็นต้นมา ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มความนิยมขึ้นเล็กน้อย แต่การท่องเที่ยวเพื่ออบรมดูงานลดความนิยมลง จากการสำรวจของ JTB(2000) พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการไปเที่ยวยังสถานที่ที่มีภูมิทัศน์ ธรรมชาติงดงามของแต่ละประเทศมากที่สุด

นอกจากนั้น การท่องเที่ยวเพื่อชมแหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ได้รับความนิยมสูงเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงพื้นฐานความชอบในการท่องเที่ยวเพื่อ "ชม" และ "ดู" ของชาวญี่ปุ่นมาอย่างต่อเนื่อง ส่วนการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รับประทานอาหารที่ขึ้นชื่อของท้องถิ่น และการช้อปปิ้งได้รับความนิยมเป็นอันดับรองลงมาตามลำดับ

หากมองให้ลึกถึงปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังความนิยมในการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินจากการเที่ยวชมบ้านเมืองดังกล่าว คงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า สภาพสังคมและการปกครองเป็นตัวหล่อหลอมค่านิยมดังกล่าว

ในยุคที่ชาวญี่ปุ่นไร้เสรีภาพ อยู่ภายใต้การปกครองที่เข้มงวดของรัฐบาลโชกุนโทกูงาวะ (ค.ศ1603-1868) การเดินทางไปต่างๆจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้ชายชนชั้นนักรบเท่านั้น ประชาชนธรรมดาทั่วไปสามารถเดินทางไปจาริกแสวงบุญได้แต่ต้องได้รับอนุญาตจากทางการก่อน แต่ในความเป็นจริงแล้ว ผู้คนไม่ค่อยให้ความสำคัญกับสิ่งนั้นสักเท่าไร นั่นเป็นเพียงข้ออ้างในการออกไปท่องเที่ยวหาความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการเที่ยวดู เทียวชมสิ่งต่างๆมากกว่า (Constantine, 1995 , p. 33)

ประชาชนชาวญี่ปุ่นทุกเพศ ทุกวัยสามารถเดินทางไปต่างๆได้อย่างอิสระเมื่อมีการยกเลิกระบบชนชั้นในสมัยปฏิรูปเมจิ (ค.ศ 1868) อีกทั้งเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ชนชั้นกลางกลายเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญขึ้นมา เนื่องจากเป็นผู้มีการศึกษาคือเป็นส่วนใหญ่ ชนชั้นนี้เห็นว่าต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสังคมญี่ปุ่นให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมอารยะประเทศ โดยใช้แนวก้าวหน้าของตะวันตกเป็นแบบ แต่ในขณะที่เดียวกันจะไม่ทิ้งลักษณะความเป็นญี่ปุ่น และไม่ขัดต่อ

รากฐานที่สำคัญของสังคมญี่ปุ่น แนวความคิดดังกล่าว ทำให้สตรีชั้นสูงมีโอกาสเดินทางไป เปิดหูเปิดตาทางความคิด ไปศึกษาวิถีชีวิตของชาวตะวันตกและนำความรู้ประสบการณ์มาเผยแพร่ แก่สตรีร่วมชาติ ส่วนสตรีสามัญชนได้รับการสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาในระบบโรงเรียนสมัย ใหม่

อีกทั้งในช่วงนั้นมีการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภค ปรับปรุงถนนหนทางและเปิดใช้ ทางหลวงสายหลักที่เริ่มสร้างมาตั้งแต่สมัยเอโดะ การเดินทางระหว่างเมืองใหญ่ๆจึงเป็นไปด้วย ความสะดวก ยิ่งทำให้ชาวญี่ปุ่นมีทัศนคติในการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน ส่วนคนที่อยู่ตาม ชนบทซึ่งถนนหนทางยังเข้าไปไม่ถึง ต้องเดินทางทางเท้าและทางเรือ ทำให้มีโอกาสได้สังเกต ทัศนียภาพสองข้างทางอย่างใกล้ชิด เป็นการเพิ่มพูนความรู้ในโลกกว้างให้แก่คนเหล่านี้ และยังช่วย ให้ค้นพบแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆอีกด้วย สมัยนี้ชาวญี่ปุ่นจึงนิยมท่องเที่ยวเพื่อชมความงามของ ธรรมชาติในประเทศเป็นหลัก (Yanagida, 1957, p. 134)

นอกจากนั้น สภาพการกลายเป็นเมืองขยายตัวอย่างรวดเร็ว การคมนาคมติดต่อสื่อสาร ได้รับการพัฒนาขึ้น มีการนำไปรษณียบัตรมาใช้ในการติดต่อสื่อสารซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็น ไปรษณียบัตรที่พิมพ์เป็นรูปภาพต่างๆเพื่อเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ต่างประเทศ ในช่วงสงครามรัสเซีย- ญี่ปุ่น ไปรษณียบัตรได้รับการจัดพิมพ์เป็นภาพเหตุการณ์สู้รบที่น่าตื่นเต้นให้ชาวญี่ปุ่นส่งไปให้ กำลังใจบรรดาทหารหนุ่มที่ทำการสู้รบอยู่ในต่างประเทศ ต่อมาได้เปลี่ยนมาจัดพิมพ์เป็นภาพ ริสอร์ทการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง รวมทั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ (Yanagida, 1957, p. 159) ไปรษณียบัตรเหล่านี้เป็นที่นิยมของนักเดินทางท่องเที่ยว ทั้งใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารกับทางบ้าน และนำกลับไปเป็นของฝากของที่ระลึก นับเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยเพิ่มความอยากรู้อยากเห็นโลกภายนอกให้แก่คนแถบชนบท และกระตุ้นความรู้ที่อยากเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปชมความงามของ สถานที่เหล่านั้น เมื่อชาวญี่ปุ่นมีโอกาสไปท่องเที่ยวต่างประเทศจึงปรารถนาจะได้สัมผัสความ งดงามของภูมิทัศน์ ธรรมชาติของประเทศเหล่านั้นบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ที่มีชื่อเสียงและ ขึ้นชื่อเรื่องความงาม และหากสถานที่นั้นมีประวัติตำนานเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยแล้วจะได้รับความ สนใจเป็นพิเศษ

การท่องเที่ยวเพื่อเพลิดเพลินกับการชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติที่งดงามนี้ เป็นที่ชื่นชอบ ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทุกเพศ ทุกวัย เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเพื่อชมแหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หากเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ กลุ่มที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ ผู้ที่สมรส แล้วซึ่งมีอายุระหว่าง 18-39 ปี ส่วนการท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้ง และรับประทานอาหารที่ขึ้นชื่อ ของท้องถิ่นเป็นที่นิยมของกลุ่มสาวโสด นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่ หลากหลาย แสดงให้เห็นถึงความต้องการที่จะได้สัมผัสวัฒนธรรมและผู้คนในท้องถิ่นนั้น อย่างใกล้ชิดมากขึ้น

นอกจากนั้น วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่นยังมีส่วนสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว หากเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกเพลิดเพลิน ชาวญี่ปุ่นมักเลือกไปท่องเที่ยวยังรีสอร์ทแถบทะเล แต่ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ประเทศจีนและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมสูงสุด

#### 4.1.7 รูปแบบการท่องเที่ยว

แต่เดิมชาวญี่ปุ่นนิยมไปท่องเที่ยวต่างประเทศกันเป็นกลุ่มใหญ่กับแพ็คเกจทัวร์หรูหรา เนื่องจากความไม่คุ้นเคยในการท่องเที่ยวต่างประเทศ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า ในช่วงหลายปีมานี้ การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ได้ลดความนิยมลง ในขณะที่การท่องเที่ยวแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในนักท่องเที่ยวชาย และในผู้ที่มิประสบการณืท่องเที่ยวต่างประเทศมาครั้ง ปรากฏการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศในปัจจุบันต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจ และได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้มากกว่าที่แพ็คเกจทัวร์เดิมๆ ได้จัดเตรียมไว้ให้ (March, 1993, p. 4)

แต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวต่างประเทศกับแพ็คเกจทัวร์ยังได้รับความนิยมอยู่ต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้หญิง จากการสำรวจของ JTB(2000) พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศใน ค.ศ 1999 นิยมไปกับแพ็คเกจทัวร์ร้อยละ 49.3 ไปท่องเที่ยวด้วยตนเองร้อยละ 36.7 ส่วนการไปท่องเที่ยวกันเป็นกลุ่มใหญ่ (group tour) มีเพียงร้อยละ 6.7 เท่านั้น จากรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปัจจุบันลดความนิยมการใช้บริการแพ็คเกจทัวร์หรูหรา ไปสู่การท่องเที่ยวอย่างธรรมดากับแพ็คเกจทัวร์ชั้นสองมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน บริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่ของญี่ปุ่นต่างได้ดำเนินกลยุทธ์ในการขายแพ็คเกจทัวร์ในสองลักษณะ คือ แพ็คเกจทัวร์หรูหรา และแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ ประเภทแรกเป็นแพ็คเกจทัวร์ที่ประกอบด้วยโรงแรมระดับ 5 ดาว มีบริการรถนำเที่ยว อาหารเกือบทุกมื้อ มีการนำเที่ยวและช้อปปิ้ง อาจมีมัคคุเทศน์จากญี่ปุ่นร่วมเดินทางไปด้วย ถูกกล่าวถึงของแพ็คเกจทัวร์ประเภทนี้ คือ คู่สนับนุนที่ต้องการประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิต และผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป)

การท่องเที่ยวต่างประเทศกับแพ็คเกจทัวร์หรูหราที่มีมัคคุเทศน์ดูแลอย่างใกล้ชิดคิดเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นมาตั้งแต่รัฐบาลญี่ปุ่นผ่อนคลายกฎระเบียบต่างๆ อนุญาตให้ชาวญี่ปุ่นเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้อย่างเสรีใน ค.ศ 1964 แต่มีข้อจำกัดว่า แต่ละคนมีสิทธิเดินทางออกนอกประเทศได้ปีละครั้ง และนำเงินออกนอกประเทศได้ไม่เกินคนละ 500 ดอลลาร์ อีกทั้งการเดินทางไปต่างประเทศในช่วงนั้นมีค่าใช้จ่ายสูง การไปท่องเที่ยวต่างประเทศจึงจำกัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นนำผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจเท่านั้น



ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของญี่ปุ่นได้เข้ามาสนองนโยบายของรัฐบาล โดยเสนอการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจทัวร์ เป็นทัวร์สำเร็จรูปที่มีมัคคุเทศก์นำทางอย่างใกล้ชิด มีบริการสิ่งต่างๆอย่างครบครันและหรูหรา นับตั้งแต่ ที่พัก อาหารและการนำเที่ยว ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ยังคือยประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีปัญหาเรื่องภาษาต่างประเทศ ส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวฮาวาย และฮ่องกง

การท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นการท่องเที่ยวกันเป็นกลุ่มใหญ่ เปรียบเสมือนการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้การห่อหุ้มของผ้าห่มผืนใหญ่ที่แสนปลอดภัยและอบอุ่น และยังเป็นการเดินทางที่ต้องใช้จ่ายเงินล่วงหน้า(pre-pay)ก่อนใหญ่ เพื่อซื้อผ้าห่มแห่งความปลอดภัยผืนนั้น

ส่วนแพ็คเกจทัวร์ประเภทที่สองมีราคาถูกกว่า พักในโรงแรมระดับ 3-4 ดาว บริการอาหารให้บางมือ อาจไม่มีกิจกรรมใดๆเลย แต่มีรายการท่องเที่ยวเสริม หรือรายการท่องเที่ยวที่มีเวลาอิสระให้เลือกมากมาย ลูกค้ำหลักของแพ็คเกจทัวร์ประเภทนี้มีหลายกลุ่มด้วยกัน แต่ส่วนใหญ่มักเป็นผู้หญิง เช่น สาวสำนักงาน กลุ่มเพื่อน กลุ่มแม่บ้าน นอกจากนั้น เป็นคู่สมรสใหม่ที่มีงบประมาณจำกัด หรือขอการผจญภัย และกลุ่มครอบครัวเป็นต้น (March, 1993, p. 7)

นอกจากนั้น ยังกล่าวได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีส่วนสัมพันธ์กับจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวอยู่เหมือนกัน ดังพบว่า การท่องเที่ยวเพื่อไปคัมม่อน้ำผึ้ง พระจันทร์ของคู่สมรสใหม่ หรือไปท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการเที่ยวชมบ้านเมือง นักท่องเที่ยวมักเลือกใช้บริการของแพ็คเกจทัวร์เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่การไปอบรมดูงาน ชาวญี่ปุ่นมักเดินทางกันเป็นหมู่คณะ แต่ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรือไปเยี่ยมเพื่อน/ญาติพี่น้อง มักนิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (JTB 2000, 2000, p. 44)

นอกจากนี้ รูปแบบการท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งด้วย เช่น การไปท่องเที่ยวยังแถบมหาสมุทรแปซิฟิกตอนใต้ กวม ไซปรัส ฮาวาย และแคนาดา ชาวญี่ปุ่นเลือกไปกับแพ็คเกจทัวร์มากที่สุด ถ้าไปท่องเที่ยวยังอเมริกา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักไปด้วยตนเอง แต่หากไปเอเชียเนี่ย และจีน นิยมไปเป็นกลุ่มใหญ่

จึงกล่าวได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะเลือกรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบใดย่อมแตกต่างกันไปตามภูมิหลังของนักท่องเที่ยว จุดประสงค์ของการท่องเที่ยว รวมทั้งจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

นอกจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะปรับเปลี่ยนการจัดการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาแล้ว ยังปรากฏว่า การเลือกพาหนะการเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวยังปรับเปลี่ยนไปด้วย คือนิยมการเดินทางด้วยรถสาธารณะเพิ่มขึ้น แต่เดิมจะต้องเดินทางด้วยรถนำเที่ยวที่เป็นส่วนตัวเฉพาะกลุ่มของตนเอง ไม่ต้องการเดินทางปะปนกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ บริษัทนำเที่ยวของญี่ปุ่นต่างๆล้วนตระหนักถึงเรื่องนี้ และให้ความใส่ใจเป็นพิเศษจึงได้เตรียมจัดหารถนำเที่ยวที่เหมาะสม

กับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม จะไม่ยอมให้นักท่องเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ในราคาที่แตกต่างกันเดินทางด้วยรถนำเที่ยวคันเดียวกันเป็นอันขาด เพราะเกรงว่านักท่องเที่ยวจะพูดคุยกันในเรื่องดังกล่าว (Nishiyama, 1996, p. 129) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเช่นนี้ ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ได้นำไปปฏิบัติต่อในยามท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการแสดงออกถึงความต้องการเดินทางที่เป็นส่วนตัวเฉพาะกลุ่ม แต่อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มคนหนุ่มสาวสมัยใหม่ พฤติกรรมดังกล่าวได้ลดน้อยลงมาก

ในเรื่องเพื่อนร่วมเดินทางก็มีการปรับเปลี่ยนเช่นกัน ดังเห็นได้จาก การท่องเที่ยวคนเดียว เป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นมาตั้งแต่ ค.ศ 1994 แต่การท่องเที่ยวกับกลุ่มผู้ร่วมงานเดียวกันมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี ค.ศ 1997 เป็นต้นมา และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นของการไปท่องเที่ยวกับคนในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง

หากพิจารณาตามกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า นักศึกษาและสาวโสดนิยมท่องเที่ยวกับเพื่อนและคนใกล้ชิด หากเป็นผู้ที่สมรสแล้วนิยมท่องเที่ยวกับคู่สมรสหรือครอบครัว ผู้ชายนิยมท่องเที่ยวตามลำพังมากกว่าผู้หญิง ยกเว้นในกลุ่มสาวโสดที่มีอายุในช่วง 30 ปี มีสัดส่วนการท่องเที่ยวคนเดียวสูง ร้อยละ 13.6 ส่วนชายโสด ผู้ชายที่สมรสแล้ว และผู้ชายวัยกลางคน นิยมไปท่องเที่ยวกับกลุ่มผู้ร่วมงานมีสัดส่วนสูงร้อยละ 20 (JTB Report 2000, 2000, p. 27)

แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวมีส่วนสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว กล่าวคือ การไปท่องเที่ยวกับครอบครัวได้รับความนิยมสูงในการไปท่องเที่ยวแถบฮาวาย เกาะกวม ไชปิ้ง และหมู่เกาะแปซิฟิกทางตอนใต้ แต่ไม่ค่อยได้รับความนิยมในการไปท่องเที่ยวยังเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนใหญ่มักไปกับกลุ่มผู้ร่วมงาน หรือตามลำพังมากกว่า เป็นการชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไปยังภูมิภาคเหล่านี้ยังเป็นที่แพร่หลายในหมู่ชาวญี่ปุ่น

ค่านิยมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มของชาวญี่ปุ่นนี้ คงจะอยู่คู่กับสังคมญี่ปุ่นต่อไปอีกนาน เนื่องจากชาวญี่ปุ่นได้รับการปลูกฝังค่านิยมนี้มาแต่เยาว์วัย เริ่มตั้งแต่วัยอนุบาลจนถึงมัธยมศึกษาตอนปลายที่นักเรียนต้องเข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษาประจำปี ของ โรงเรียน โดยมีครูคอยดูแลอย่างใกล้ชิด ทำกิจกรรมต่างๆด้วยกันเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์การใช้ชีวิตกลุ่ม เมื่อจบการศึกษาเข้าสู่วัยทำงาน การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มยังดำเนินต่อไป เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่มีการจัดเที่ยวพักผ่อนประจำปี ให้กับพนักงานโดยออกค่าใช้จ่ายให้บางส่วน หรืออาจทั้งหมดก็ได้ เพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายบริหารและพนักงาน หรือการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่ตัวแทนจำหน่าย เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพ และความจงรักภักดีในกลุ่มลูกค้าของบริษัท

ดังนั้น การท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนร่วมงานเดียวกันจึงเป็นแนวปฏิบัติทางสังคมอย่างหนึ่งของญี่ปุ่น ชาวญี่ปุ่นจะรู้สึกอบอุ่นและวางใจเมื่อได้ท่องเที่ยวกับเพื่อนชาวญี่ปุ่นด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวต่างประเทศ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันชาวญี่ปุ่นจะเรียนรู้ภาษาอังกฤษกันมากขึ้น

แต่ยังงัดและเคอะเขินที่จะสื่อสารกับชาวต่างชาติโดยตรง ชาวญี่ปุ่นจึงยังนิยมใช้บริการแพ็คเกจทัวร์กันอยู่ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มยังมีความหมายแฝงถึงการที่บุคคลผู้นั้นเป็นคนมีสังกัด เป็นสมาชิกของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือสถาบันใดสถาบันหนึ่งตามค่านิยมกลุ่มของสังคมญี่ปุ่น (Nishiyama, 1996, p. 13) อีกทั้งชาวญี่ปุ่นเป็นคนที่ไม่ชอบการผจญภัย หรือเป็นปัจเจกชนเหมือนชาวตะวันตก ส่วนใหญ่จึงรู้สึกไม่มั่นใจที่จะไปเผชิญกับโลกภายนอกคนเดียว

แต่ปัจจุบัน แม้การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มกับแพ็คเกจทัวร์ยังเป็นที่ยอมรับของชาวญี่ปุ่น แต่เป็นไปในลักษณะที่แตกต่างจากเดิม คือ ไม่จำเป็นต้องเป็นสมาชิกกลุ่มเดียวกัน บางครั้งอาจไม่รู้จักกันด้วยซ้ำไป ชาวญี่ปุ่นกลุ่มนี้ซื้อแพ็คเกจทัวร์ที่มีบริการเฉพาะสำรองบัตรโดยสารเครื่องบินและที่พักแล้วเดินทางไปด้วยเครื่องบินลำเดียวกัน พักในโรงแรมเดียวกัน แต่ไม่ทำกิจกรรมร่วมกัน เมื่อถึงจุดหมายปลายทางแล้ว ต่างคนต่างมีกำหนดแผนการท่องเที่ยวของตนเอง จะกล่าวไปแล้วการไปท่องเที่ยวเป็นกลุ่มกับแพ็คเกจทัวร์แบบนี้ ไม่ได้มีความหมายอะไรเป็นพิเศษตามแนวปฏิบัติทางสังคมที่เคยปฏิบัติมาแต่ทำเพื่อให้ได้สิทธิประโยชน์ในการรับส่วนลดราคาบัตรโดยสารเครื่องบินและที่พักมากกว่า

#### 4.1.8 กิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นสนใจ

ชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศ มักเลือกทำกิจกรรมต่างๆรวมทั้งเลือกสถานที่ท่องเที่ยว จากความเคยชินที่ตนเองเคยกระทำในญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ แต่ทั้งนี้อาจแตกต่างกันบ้างในแต่ละจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว กล่าวโดยทั่วไปแล้ว กิจกรรมที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ได้แก่ การช้อปปิ้ง การเที่ยวชมบ้านเมือง การเล่นกีฬากลางแจ้งและกีฬาทางน้ำ การพักผ่อนและสันตนาการ และการท่องเที่ยวชิววิตราตรี เป็นต้น ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมักนิยมภูมิทัศน์ ธรรมชาติที่งดงาม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม พิพิธภัณฑสถาน พิพิธภัณฑ์ศิลปะสวนสนุก เป็นต้น

ในการช้อปปิ้งนั้น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทุกวัยได้ชื่อว่าเป็นนักชื้อที่ยิ่งใหญ่ ไม่ว่าจะไปท่องเที่ยวที่ใดภายในประเทศต้องมีการซื้อของมากมาย เพื่อเป็นของฝากแก่บรรดาญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ที่ติดต่อบริการด้วยกัน แม้กระทั่งเพื่อนบ้าน การให้ของขวัญแก่กันเป็นวิธีการที่แพร่หลายที่สุดในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการแสดงความชื่นชอบในบุคคลที่ทำงานด้วยกันของสังคมญี่ปุ่น (Nishiyama, 1996, p. 98) เมื่อไปท่องเที่ยวต่างประเทศชาวญี่ปุ่นยังคงปฏิบัติเช่นเดิม การยึดแนวปฏิบัติทางสังคมเช่นนี้เองทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นนักชื้อที่ยิ่งใหญ่ไปทั่วโลก

สืบเนื่องมาจากการเปิดรับวิทยาการและเทคโนโลยีชาติตะวันตกอย่างมากในการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมประเทศเหล่านั้นในสมัยปฏิรูปเมจิ หญิงชายชาวญี่ปุ่นต่างคลั่งไคล้ในสิ่งของที่มาจากต่างประเทศ การได้เป็นเจ้าของสินค้าต่างประเทศสักชิ้นหนึ่ง ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ และรู้สึกว่าเป็นผู้ทันสมัยที่สุด แม้กระทั่งปัจจุบัน ชาวญี่ปุ่นยังรู้สึกเช่นนั้นอยู่ Nishiyama (1996) ได้กล่าวว่า นักจิตวิทยาชาวตะวันตกบางรายให้ความเห็นว่า การคลั่งไคล้ในสินค้าตะวันตกของชาวญี่ปุ่นสะท้อนให้เห็นถึงปมค้อยที่ซ่อนอยู่ลึกๆมานานับศตวรรษที่ชนชาติของตนต้องวิ่งไล่กวดให้ทันประเทศตะวันตก บางรายให้ความเห็นว่า เป็นวิธีการสร้างความพึงพอใจให้แก่ตนเองเพื่อชดเชยการที่ไม่สามารถซื้อบ้านเป็นของตนเองได้

นอกจากนั้น ยังเป็นเพราะสินค้านำเข้าในประเทศญี่ปุ่นมีราคาสูงมากเนื่องจากระบบการตลาดที่ไร้ประสิทธิภาพ และการผูกขาดด้านการตลาดจากบริษัทการค้าใหญ่ๆ ชาวญี่ปุ่นจึงนิยมซื้อสินค้าในต่างประเทศเพราะราคาค่าต่ำกว่าภายในประเทศมาก อีกทั้งค่าเงินเยนที่สูงขึ้นทำให้ชาวญี่ปุ่นได้เปรียบในอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีผลทางอ้อมให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีเงินใช้จ่ายในต่างประเทศมากขึ้น

ประการสำคัญที่สุด คงเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นต้องการซื้อของที่ระลึกที่เป็นของที่ระลึกจริงๆ (real omiyage) คำว่า "omiyage" ในภาษาญี่ปุ่นสื่อความหมายถึงสิ่งของที่มี หรือผลิตขึ้นในท้องถิ่น เป็นที่รู้จักกันทั่วไปว่าเป็นของฝากของที่ระลึกที่ต้องซื้อจากเมืองใดเมืองหนึ่ง หรือที่ใดที่หนึ่งโดยเฉพาะ ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจึงใช้เวลาเลือกของที่ระลึกเป็นพิเศษ

แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นลดความนิยมในการซื้อของฝากของที่ระลึกที่หือต้องราคาแพง หันมาให้ความสนใจกับแฟชั่นและศิลปะการตกแต่งภายในตามแบบอย่างของชาวเอเชียกันมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มหญิงสาว (JTB Report 2000, 2000, p. 70) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นยังใช้จ่ายเงินในการช้อปปิ้งน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนหน้านี้ แต่อย่างไรก็ดี การช้อปปิ้งยังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวหญิงเกือบทุกกลุ่ม ยกเว้นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

ส่วนการเที่ยวชมบ้านเมือง (sightseeing) เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่มีความนิยมอย่างสูงในหมู่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ดังปรากฏในสถิติปี ค.ศ 1997 ว่า ชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ร้อยละ 57.4 นิยมการเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติที่งดงาม ร้อยละ 38.8 ไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม (JTB Report '98, 1998, p. 30) ความนิยมนี้เพิ่มสูงขึ้นสู่อันดับหนึ่งแทนกิจกรรมการช้อปปิ้งมาตั้งแต่ ค.ศ 1998 ดังเห็นได้จากใน ค.ศ 1998 และ ค.ศ 1999 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ร้อยละ 62 นิยมการเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติที่งดงาม ส่วนการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมีร้อยละ 41.4 ใน ค.ศ 1998 และร้อยละ 44.8 ใน ค.ศ 1999 สูงเป็นอันดับ 3 (JTB Report 2000, 2000, p. 29) จึงกล่าวได้ว่า กิจกรรมการเที่ยวชมบ้านเมืองเป็นกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทั่วไปนิยมปฏิบัติกัน

ส่วนการเล่นกีฬากลางแจ้งและกีฬาทางน้ำเป็นที่ชื่นชอบของชาวญี่ปุ่นมาช้านาน แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้เล่นเนื่องจากไม่มีเวลาและเสียค่าใช้จ่ายสูง อีกทั้งตามชายฝั่งของญี่ปุ่นไม่เหมาะแก่การเล่นน้ำเนื่องจากกระแสน้ำเย็นจัดเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

การพักผ่อนและันทนาการเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นเช่นกัน ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่นิยมไปเที่ยวตามแหล่งน้ำพุร้อนเพื่ออาบน้ำแร่ตามแหล่งธรรมชาติ เนื่องจากเชื่อกันว่า น้ำแร่สามารถรักษาสุขภาพและอาการเจ็บป่วยได้ จากการสำรวจของ JTB(2000) พบว่า กิจกรรมการพักผ่อนได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.7 ใน ค.ศ 1998 เป็น ร้อยละ 27.5 ใน ค.ศ 1999

การท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ผู้ชายญี่ปุ่นนิยม กิจกรรมนี้เป็นที่ปฏิบัติกันโดยทั่วไปของผู้ชายในสังคมญี่ปุ่น ผู้ที่ชื่นชอบสิ่งนี้มักนิยมไปท่องเที่ยวยังเอเซียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่ง การกระทำดังกล่าว ก่อให้เกิดการต่อต้านอย่างกว้างขวางเนื่องจากเป็นเรื่องผิดศีลธรรม

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทภูมิทัศน์ ธรรมชาติที่งดงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวญี่ปุ่นให้ความนิยมเป็นอย่างมาก สถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้ชาวญี่ปุ่นคุ้นเคยมาแต่เยาว์วัย เมื่อไปท่องเที่ยวต่างประเทศจึงไม่พลาดที่จะไปเที่ยวชม จากการสำรวจของ JTB (2000) พบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศนิยมไปเที่ยวชมสถานที่ที่มีภูมิทัศน์ ธรรมชาติงดงามของแต่ละประเทศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62 ความนิยมดังกล่าวอยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างจากปีก่อนหน้านี้

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างสูง เราอาจมองได้ว่าความนิยมดังกล่าวเป็นผลมาจากการที่ชาวญี่ปุ่นสนใจในประวัติศาสตร์มาแต่เดิม กอปรกับภายในประเทศมีโบราณสถานประเภทวิหารจีน โศภิต ปราสาท และสิ่งก่อสร้างที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าของชาติอยู่มากมาย สถานที่เหล่านี้ได้รับการบรรจุเป็นรายการท่องเที่ยวทั่วไปของบริษัทท่องเที่ยวต่างๆ ทำให้ชาวญี่ปุ่นคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้ยิ่งขึ้น เมื่อไปท่องเที่ยวต่างประเทศจึงมักหาโอกาสไปเที่ยวชมสถานที่ประเภทนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ที่ได้เห็นทางรายการโทรทัศน์ หรือที่อ่านพบในหนังสือ จากการสำรวจของ JTB (2000) พบว่า ชาวญี่ปุ่นนิยมการไปเที่ยวชมแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ มากเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 44.8

พิพิธภัณฑ์และพิพิธภัณฑ์ศิลปะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับความนิยมมากเช่นกัน สถานที่เหล่านี้ได้รับการบรรจุเป็นรายการทัศนศึกษาของโรงเรียนและการนำเที่ยวทั่วไปของบริษัทท่องเที่ยวในญี่ปุ่น เมื่อชาวญี่ปุ่นไปเที่ยวต่างประเทศจึงต้องการไปเที่ยวชมสถานที่ประเภทนี้ด้วย (Nishiyama , 1996, p. 17)

สวนสนุกและสิ่งบันเทิงซึ่งมีอยู่มากมายตามเมืองใหญ่ๆ แทบทุกเมืองของญี่ปุ่น เป็นอีกที่หนึ่งที่ชาวญี่ปุ่นนิยมไปเที่ยวกันมาก เนื่องจากสวนสาธารณะมีไม่เพียงพอกับจำนวนประชากร

โคเกียวกิสนิย์แลนด์เป็นสวนสนุกที่มีชื่อเสียงมากของญี่ปุ่น มีจำนวนผู้เข้าชมสูงสุดแห่งหนึ่งของโลก กิตติศัพท์ของสวนสนุกแห่งนี้ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อความนิยมไปเที่ยวสวนสนุก อีกทั้งสวนสนุกยังได้รับการบรรจุเป็นหนึ่งในรายการทัศนศึกษาของโรงเรียน จึงทำให้สถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นที่นิยมทั้งของครอบครัวและนักเรียน

นอกจากนั้น สวนสัตว์ สวนสัตว์น้ำ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ และสวนพฤกษศาสตร์จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฤดูร้อนนี้ สวนสำนักงาน และครอบครัวที่มีเด็กเล็กๆ ส่วนแหล่งบันเทิงที่มีการแสดงประเภทระบำพื้นเมือง ดนตรีพื้นเมือง หรือสิ่งบันเทิงอื่นๆ ล้วนเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นทั้งสิ้น เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ชาวญี่ปุ่นผู้กระตือรือร้นในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้เรียนรู้หลายๆอย่างเกี่ยวกับต่างชาติ

#### 4.2 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

##### 4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 100 ตัวอย่าง พบว่า (ตารางที่ 4.1)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีร้อยละ 67.0 เพศหญิงมีร้อยละ 33 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมา คือ อายุ 25 - 34 ปี มีร้อยละ 41 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวเป็นผู้ที่นิยมมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด

ผู้ที่มาท่องเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย (กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี) มีร้อยละ 32 ส่วนผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีร้อยละ 6 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ เป็นผู้มีการศึกษาสูงเป็นส่วนใหญ่ ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับของ Jeff Jarvis ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาสูง

กลุ่มที่เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดในครั้งนี้ คือ นักเรียน/นักศึกษา มีร้อยละ 45 รองลงมา คือ พนักงานบริษัท มีร้อยละ 31 และพนักงานรัฐวิสาหกิจข้าราชการ มีร้อยละ 9 แม่บ้านมีร้อยละ 3 ส่วนอาชีพอื่นๆที่ไม่ระบุ มีร้อยละ 12 ผลการวิจัยที่ได้นี้สอดคล้องกับของ Nishiyama ที่ว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษานิยมท่องเที่ยวต่างประเทศโดยจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

สำหรับรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวนั้น พบว่า ส่วนใหญ่ น้อยกว่า 100,000 เยน (น้อยกว่า 33,000 บาท) มีร้อยละ 45 รองลงมา คือ รายได้ 200,001-300,000 เยน(66,000- 99,000 บาท) มีร้อยละ 27 และรายได้ 100,001-200,000 เยน(33,000-66,000 บาท) มีร้อยละ 19

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้ามาเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 60 ผู้ที่เข้ามาเที่ยวซ้ำมี ร้อยละ 40 จำแนกเป็นผู้ที่มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 มีร้อยละ 23 ครั้งที่ 3 มีร้อยละ 9 ครั้งที่ 4 มีร้อยละ 2 ครั้งที่ 5 มีร้อยละ 1 และมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป มีร้อยละ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีประสบการณ์เที่ยว มากครั้งนิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น ผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับของ JTB ที่ว่า ประสบการณ์ ท่องเที่ยวต่างประเทศที่มากขึ้นทำให้ชาวญี่ปุ่นลดการพึ่งพาแพคเกจทัวร์ แล้วหันมา จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น

ตารางที่ 4.1

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	67	67.0
หญิง	33	33.0
รวม	100	100
<b>ระดับอายุ</b>		
ต่ำกว่า 15 ปี	1	1.0
15 - 24 ปี	52	52.0
25 - 34 ปี	41	41.0
35 - 44 ปี	5	5.0
45 - 54 ปี	1	1.0
55 ปี ขึ้นไป	-	-
รวม	100	100
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	4.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	32	32.0
อาชีวศึกษา	5	5.0
ปริญญาตรี	53	53.0
ปริญญาโท	5	5.0
ปริญญาเอก	1	1.0
รวม	100	100

## ตารางที่ 4.1(ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยาวชนิภูมิมานที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	45	45.0
พนักงานบริษัท	31	31.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	9	9.0
ธุรกิจส่วนตัว	-	-
แม่บ้าน	3	3.0
อื่นๆ	12	12.0
รวม	100	100
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 100,000 บาท	45	45.0
100,001 – 200,000 บาท	19	19.0
200,001 – 300,000 บาท	27	27.0
300,001 – 400,000 บาท	4	4.0
400,001 – 500,000 บาท	2	2.0
500,001 – 600,000 บาท	2	2.0
600,001 – 700,000 บาท	1	1.0
มากกว่า 700,000 บาท	-	-
รวม	100	100
จำนวนครั้งที่มาเยือน		
ครั้งแรก	60	60.0
ครั้งที่ 2	23	23.0
ครั้งที่ 3	9	9.0
ครั้งที่ 4	2	2.0
ครั้งที่ 5	1	1.0
มากกว่า 5 ครั้ง	5	5.0
รวม	100	100



ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองที่ได้จากแบบสอบถาม สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกต และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นทางการ คือ ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และเป็นผู้ที่อยู่ในวัยหนุ่มสาว หรือนักเรียน/นักศึกษา

การที่นักเรียน/นักศึกษานิคมท่องเที่ยวต่างประเทศกันมาก สามารถมองได้ว่าเป็นกระแสการปรับตัวสู่สากลของสังคมญี่ปุ่น ดังเห็นได้จาก กระทรวงศึกษาธิการให้การสนับสนุนและส่งเสริมโดยบรรจุการท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษาเป็นกิจกรรมในหลักสูตร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม อีกส่วนหนึ่งเกิดจากประเพณีนิยมของพ่อแม่ชาวญี่ปุ่นที่ให้รางวัลแก่ลูกของตนไปท่องเที่ยวต่างประเทศเมื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงได้ สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำ หรือสามารถเข้าทำงานในบริษัทใหญ่ๆ ได้ เนื่องจาก พ่อแม่ชาวญี่ปุ่นส่วนมากเชื่อว่า การให้ลูกของตนเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังจะทำให้ลูกมีความเชื่อมั่นในตนเองมากขึ้น เป็นอิสระมากขึ้น ยิ่งในภาวะปัจจุบัน จำเป็นอย่างยิ่งที่เด็กๆ ต้องมีความรู้ตึกนึกคิดอันเป็นสากลผ่านการท่องเที่ยวต่างประเทศตั้งแต่เยาว์วัย(Nishiyama, 1996, p. 33) ดังนั้นพ่อแม่ชาวญี่ปุ่นจึงยินดีสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของลูกซึ่งอาจเป็นเพียงบางส่วนหรือทั้งหมดก็ได้

#### 4.2.2 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวประเทศไทยและการจัดการท่องเที่ยว

##### 4.2.2.1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยวในครั้งนี้ เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไป มีร้อยละ 33.6 รองลงมา เนื่องจากค่าใช้จ่ายถูก มีร้อยละ 25.6 มาตามคำชักชวนของครอบครัว/ญาติ มีร้อยละ 12.5 ส่วนเหตุผลอื่นๆ มีร้อยละ 15.8 แสดงให้เห็นว่า ความมีเสน่ห์ในตัวเองของสถานที่ท่องเที่ยวของไทยเป็นแรงจูงใจสำคัญในการมาเที่ยวครั้งนี้(ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

แรงจูงใจ	ความถี่	ร้อยละ
มีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไป	51	33.6
ค่าใช้จ่ายถูก	39	25.6
การพักผ่อนของครอบครัว/ญาติ	19	12.5
ใกล้ประเทศญี่ปุ่น	9	5.9
คนไทยเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	5	3.3
บ้านเมืองสงบ/ปลอดภัย	5	3.3
อื่นๆ	24	15.8
รวม	152	100

หากวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำแนกตามอาชีพ พบว่า แม่บ้านและพนักงานบริษัทส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 66.7 และ 45.8 เลือกมาท่องเที่ยวประเทศไทยเนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไป แรงจูงใจดังกล่าวพบมากในพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการเช่นกัน มีร้อยละ 35.7 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยว 3 กลุ่มนี้ มีความชัดเจนในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ส่วนนักเรียน/ศึกษามาท่องเที่ยวเนื่องค่าใช้จ่ายถูก มีร้อยละ 27.6 รองลงมาเนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไป มีร้อยละ 24.6 ซึ่งค่าดังกล่าวไม่แตกต่างกันมากนัก แสดงว่า ถึงแม้ นักเรียน/นักศึกษา จะเห็นเรื่องค่าใช้จ่ายถูกเป็นข้อได้เปรียบในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย แต่ในขณะที่เดียวกันก็เริ่มเจาะจงสถานที่เที่ยวเช่นเดียวกัน (ตารางที่ 4. 3)

## ตารางที่ 4.3

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง  
จำแนกตามอาชีพ

ร้อยละ

อาชีพ	สถานที่ ท่องเที่ยว	ครอบครัว/ญาติ รักชวน	ค่าใช้จ่าย จ่ายถูก	ใกล้ ญี่ปุ่น	คนไทย เป็นมิตร	ความ ปลอดภัย	อื่นๆ	รวม
นักเรียน/นักศึกษา	24.6	14.5	27.6	5.8	2.9	5.8	18.8	100
พนักงานบริษัท	45.8	8.3	27.1	8.3	4.2	-	6.3	100
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	35.7	7.2	21.4	7.2	7.1	7.1	14.3	100
แม่บ้าน	66.7	33.3	-	-	-	-	-	100
อื่นๆ	27.8	16.7	22.2	-	-	-	33.3	100

เมื่อวิเคราะห์แรงจูงใจตามจำนวนประสบการณ์ในการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เพิ่งมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก หรือหลายครั้งแล้วก็ตาม มีแรงจูงใจหลักในการท่องเที่ยวเหมือนกัน คือ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไป แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้มีความชัดเจนในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวจากความชอบ ความต้องการของตนเอง นิยมท่องเที่ยวแบบเจาะจงเมือง หรือแหล่งท่องเที่ยวลงไปเลย แตกต่างจากการเลือกเที่ยวในวงกว้างแบบทวีปหรือประเทศอย่างแต่ก่อน คำชักชวนของผู้อื่นมีอิทธิพลน้อยลง ค่าใช้จ่ายถูกเป็นสิ่งจูงใจอีกประการหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นต้องการมาท่องเที่ยวประเทศไทย (ตารางที่ 4.4) ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับของ JTB ที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปัจจุบันแสดงออกถึงความชัดเจนในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น และนิยมมาท่องเที่ยวยังประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากค่าใช้จ่ายถูก

## ตารางที่ 4.4

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง  
จำแนกตามประเภทการท่องเที่ยว

ประเภทการ ท่องเที่ยวไทย	สถานที่ ท่องเที่ยว	ครอบครัว/ ญาติพี่น้อง	ค่าใช้จ่ายถูก	ใกล้ญี่ปุ่น	คนไทย เป็นมิตร	ความ ปลอดภัย	อื่นๆ	ร้อยละ
								รวม
ครั้งแรก	33.3	14.3	22.6	6.0	1.2	3.6	19.0	100
ครั้งที่ 2	39.0	9.8	31.7	7.3	2.4	2.4	7.4	100
ครั้งที่ 3	30.8	15.4	15.4	-	15.4	-	23.0	100
ครั้งที่ 4	-	-	40.0	-	20.0	20.0	20.0	100
ครั้งที่ 5	-	50.0	-	-	-	50.0	50.0	100
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	42.9	-	42.9	14.2	-	-	-	100

## 4.2.2.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ต้องการไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมา เพื่อเที่ยวชมภูมิทัศน์ธรรมชาติ มีร้อยละ 22.8 แสดงว่า การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการเที่ยวชมบ้านเมือง เป็นวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งจุดประสงค์ดังกล่าวไม่ได้แตกต่าง จากจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวอื่นๆของชาวญี่ปุ่น

นอกจากนั้น ยังต้องการมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีร้อยละ 21.4 เพื่อช้อปปิ้ง มีร้อยละ 11.0 และเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ มีร้อยละ 9 เป็นที่น่าสังเกตว่า การท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้งลดความนิยมลง ในขณะที่การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้รับความสนใจมากขึ้น (ตารางที่ 4.5)

## ตารางที่ 4.5

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนผู้ไปจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์	ความถี่	ร้อยละ
ชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	58	33.1
ชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ	32	22.8
พักผ่อนหย่อนใจ	31	21.4
ช้อปปิ้ง	16	11.0
ความงาม/สุขภาพ	3	2.0
ท่องเที่ยววิถีชีวิต	1	0.7
อื่นๆ	13	9.0
รวม	154	100

เมื่อพิจารณาตามอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่า นักเรียน/นักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ มีจุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเหมือนกัน คือ เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม มีร้อยละ 33.8 และ 50.0 ตามลำดับ รองลงมา คือ เที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ มีร้อยละ 26.8 และ 21.5 พักผ่อนหย่อนใจ มีร้อยละ 18.3 และ 21.4

ส่วนกลุ่มพนักงานบริษัท ต้องการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม มากที่สุดเช่นเดียวกัน มีร้อยละ 41.6 รองลงมา ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ มีร้อยละ 22.9 แต่ในกลุ่มแม่บ้าน ต้องการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว ส่วนกลุ่มอื่นๆ มีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยในสัดส่วนที่เท่ากันระหว่างเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และพักผ่อนหย่อนใจ มีร้อยละ 22.2

เพศชาย นิยมมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพื่อเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด มีร้อยละ 35.3 รองลงมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ มีร้อยละ 22.5 และเพื่อชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ มีร้อยละ 21.6

ส่วนเพศหญิง ต้องการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากเป็นอันดับหนึ่ง มีร้อยละ 42.3 รองลงมา เพื่อเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ มีร้อยละ 19.2 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีร้อยละ 15.4 ส่วนเพื่อการช้อปปิ้ง มีร้อยละ 13.5 (ตารางที่ 4. 6)

ผลการวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวในทุกกลุ่มอาชีพ ทั้งหญิงและชาย มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวประเทศไทยเหมือนกัน คือ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน

จากการเที่ยวดู เที่ยวชม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง เพื่อเที่ยวชมบ้านเมืองอย่างผิวเผิน ไม่ได้แตกต่างไปจากจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวเดิมของชาวญี่ปุ่น

ตารางที่ 4. 6

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง  
จำแนกตามอาชีพ และเพศ

อาชีพ/เพศ	ร้อยละ							
	ชม ภูมิทัศน์ ธรรมชาติ	ชมแหล่ง ประวัติศาสตร์ /วัฒนธรรม	ช้อปปิ้ง	พักผ่อน	ท่องเที่ยว ชม	ความงาม/ สุขภาพ	อื่นๆ	รวม
อาชีพ								
นักเรียน/นักศึกษา	26.8	33.8	8.5	18.3	-	1.4	11.2	100
พนักงานบริษัท	12.5	41.6	12.5	22.9	2.1	4.2	4.2	100
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	21.5	50.0	7.1	21.4	-	-	-	100
แม่บ้าน	-	100	-	-	-	-	-	100
อื่นๆ	22.2	22.2	16.7	22.2	-	-	16.7	100
เพศ								
ชาย	21.6	35.3	8.8	22.5	1.0	2.0	8.8	100
หญิง	19.2	42.3	13.5	15.4	-	1.9	7.7	100

เมื่อศึกษาวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ตามประสบการณ์เที่ยวซ้ำ พบว่า ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นได้มาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำหลายครั้งแล้ว แต่การท่องเที่ยวเพื่อการ"ดู" การ"ชม" ยังได้รับความนิยมสูงอยู่เช่นเดิม แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการเที่ยวชมบ้านเมืองอย่างผิวเผิน คือ จุดประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ (ตารางที่ 4.7)

## ตารางที่ 4.7

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง  
จำแนกตามประเภทการันท์เที่ยว

ร้อยละ

ประเภทการันท์เที่ยว	ชมภูมิทัศน์/ ธรรมชาติ	ชมแหล่ง ประวัติศาสตร์/ วัฒนธรรม	ช้อปปิ้ง	พักผ่อน	ท่องเที่ยว	ความงาม /สุขภาพ	อื่นๆ	รวม
ครั้งแรก	33.3	14.3	22.6	6.0	1.2	3.6	19.0	100
ครั้งที่ 2	39.0	9.8	31.7	7.3	2.4	2.4	7.4	100
ครั้งที่ 3	30.8	15.4	15.4	-	15.4	-	23.0	100
ครั้งที่ 4	-	-	40.0	-	20.0	20.0	20.0	100
ครั้งที่ 5	-	50.0	-	-	-	-	50.0	100
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	75.0	-	-	25.0	-	-	-	100

ผลที่ได้การสำรวจดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงค่านิยมในการท่องเที่ยวเดิมๆของชาวญี่ปุ่นยังมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อสนุกสนานเพลิดเพลินจากการได้ดู ได้ชม ไม่ว่าจะเป็นการชมภูมิทัศน์ธรรมชาติ หรือชมสิ่งเกี่ยวเนื่องทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ยังคงเป็นวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยว คาดว่าค่านิยมในการท่องเที่ยวดังกล่าวคงจะยังอยู่ต่อไป ไม่เสื่อมความนิยมลงไปง่ายๆ จากสังคมญี่ปุ่น เนื่องจากว่า ชาวญี่ปุ่นได้รับการหล่อหลอมค่านิยมในการท่องเที่ยวดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เยาว์วัยจบจนกระทั่งวัยทำงาน จากการจัดเที่ยวของครอบครัว การทัศนศึกษาของโรงเรียน และการจัดเที่ยวเพื่อการพักผ่อนของบริษัทต่างๆ

## 4.2.2.3.การจัดการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือร้อยละ 69 มาท่องเที่ยวโดยจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง นับตั้งแต่ การสำรองบัตรโดยสารเครื่องบิน การจัดหาที่พักและพาหนะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ส่วนผู้ที่มาท่องเที่ยวกับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ มีร้อยละ 31 เพศชายมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าเพศหญิง มีร้อยละ 80.6 ส่วนเพศหญิงมาท่องเที่ยวกับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ มีร้อยละ 57.6 ผลการวิจัยในส่วนนี้สอดคล้องกับของ March และของ JTB ที่ว่าในการท่องเที่ยวต่างประเทศ เพศชายนิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนเพศหญิงใช้บริการของแพ็คเกจทัวร์มากกว่า

กลุ่มที่นิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุดในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ คือ นักเรียน/นักศึกษา มีร้อยละ 84.4 รองลงมา คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ มีร้อยละ 77.8

และกลุ่มอาชีพอื่นๆที่ไม่ระบุ มีร้อยละ 75.0 ส่วนกลุ่มที่นิยมท่องเที่ยวเกี่ยวกับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ คือ กลุ่มแม่บ้านและพนักงานบริษัท ข้อมูลนี้สอดคล้องกับของ Nishiyama และ JTB ที่ว่า นักศึกษามักไปเที่ยวต่างประเทศโดยจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

นอกจากนั้นยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวประเทศไทยซ้ำ นิยมมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าใช้บริการแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ และเมื่อมีประสบการณ์ท่องเที่ยวซ้ำตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป นักท่องเที่ยวได้จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองทั้งหมด ข้อมูลในส่วนนี้สอดคล้องกับข้อมูลของ JTB ที่ว่าผู้มีประสบการณ์เที่ยวต่างประเทศครั้งนิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง แต่อย่างไรก็ดี สำหรับนักเรียน/นักศึกษาที่มาเที่ยวครั้งนี้ แม้มาเป็นครั้งแรกแต่ก็นิยมมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าใช้บริการแพ็คเกจทัวร์แบบมีเวลาอิสระ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ เพศและประสบการณ์การท่องเที่ยว

อาชีพ/เพศ ประสบการณ์การท่องเที่ยว	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว		ร้อยละ
	จัดการเอง	แพ็คเกจทัวร์ที่มี เวลาอิสระ	
นักเรียน/นักศึกษา	84.4	15.6	100
พนักงานบริษัท	45.2	54.8	100
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	77.8	22.2	100
แม่บ้าน	-	100	100
อื่นๆ	75.0	25.0	100
ชาย	80.6	19.4	100
หญิง	42.4	57.6	100
ครั้งแรก	60.0		100
ครั้งที่ 2	73.9	40.0	100
ครั้งที่ 3	77.8	26.1	100
ครั้งที่ 4	100	22.2	100
ครั้งที่ 5	100	-	100
มากกว่า 5 ครั้ง	100	-	100



หากมองจากจุดประสงค์ในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ พบว่า การมาท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินจากการเที่ยวดู เที่ยวชม(รวมทั้งการเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ และชมสิ่งเกี่ยวเนื่องทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้บริการแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าระยะเวลาที่จำกัดของแพ็คเกจทัวร์ไม่เอื้อต่อการทำกิจกรรมอย่างอื่น นอกจากการชมบ้านเมืองอย่างฉาบฉวย แต่ถ้ามีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับของ JTB ที่ว่า ชาวญี่ปุ่นมักใช้บริการของแพ็คเกจทัวร์หากไปท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9  
การจัดการท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว	
	จัดการเอง	แพ็คเกจทัวร์ ที่มีเวลาอิสระ
ชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ	24.1	13.6
ชมแหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	31.5	54.5
ช้อปปิ้ง	7.4	15.9
พักผ่อน	25.0	9.1
ท่องเที่ยวราตรี	-	2.3
เสริมความงาม/สุขภาพ	2.8	-
อื่นๆ	9.2	4.6
รวม	100	100

จากรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปัจจุบันต้องการท่องเที่ยวอย่างธรรมดามากขึ้น ลดความนิยมการท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายเงินล่วงหน้าก้อนใหญ่ การเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว มีปัจจัยที่สนับสนุนหลายประการด้วยกัน เช่น 1) การขยายตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเที่ยวซ้ำ ยิ่งชาวญี่ปุ่นมีประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศมากเท่าไร ความมั่นใจในการดูแลตนเองในต่างประเทศยิ่งมีมากขึ้นจึงไม่ต้องการพึ่งพาแพ็คเกจทัวร์อีกต่อไป 2) ความตื่นตัวในการใช้เวลาว่าง ผู้คนส่วนใหญ่ต้องการทำกิจกรรมที่ตนเองพอใจ

ในวันหยุดพักผ่อน อีกทั้งหนุ่มสาวญี่ปุ่นสมัยใหม่มีลักษณะผจญภัย สนุกสนานมากขึ้น 3) การรับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสามารถทำได้อย่างง่ายดายและรวดเร็วทั่วประเทศญี่ปุ่น 4) ราคาดัชนีโดยสารเครื่องบินถูกกลงทำให้นักท่องเที่ยวอิสระสามารถซื้อบัตรโดยสารเครื่องบินได้ในราคา ที่ต่ำกว่าเดิม 5) ที่สำคัญเหนือสิ่งอื่นใด คงเป็นเพราะชาวญี่ปุ่นในปัจจุบันเป็นนักบริโภคที่รู้คุณค่าของเงินมากขึ้น ต้องการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งให้คุ้มค่าที่สุดเพื่อที่จะได้ท่องเที่ยวต่างประเทศได้บ่อยขึ้น

#### 4.2.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

##### 4.2.3.1 การเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีร้อยละ 71 รองลงมาคือ ไปกับแพ็คเกจทัวร์แบบมีเวลาอิสระของบริษัทนำเที่ยวของญี่ปุ่น มีร้อยละ 23 ส่วนการไปกับแพ็คเกจทัวร์ที่ซื้อในประเทศไทยไม่ค่อยมีผู้สนใจ (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10

#### ลักษณะการเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว

ลักษณะการเดินทาง	ความถี่	ร้อยละ
ไปแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง	71	71.0
ไปกับแพ็คเกจทัวร์แบบมีเวลาอิสระของบริษัทนำเที่ยวของญี่ปุ่น	23	23.0
ไปกับแพ็คเกจทัวร์สำเร็จรูปของบริษัทนำเที่ยวของไทย	1	1.0
ไปกับแพ็คเกจทัวร์แบบมีเวลาอิสระของบริษัทนำเที่ยวของไทย	1	1.0
อื่นๆ	4	4.0
รวม	100	100

เมื่อศึกษาถึงพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถแท็กซี่ มีร้อยละ 31.1 รองลงมาเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง มีร้อยละ 22.9 รถตุ๊กๆ มีร้อยละ 22.4 และรถไฟฟ้า มีร้อยละ 12.4 ส่วนการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในต่างจังหวัดนั้น นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางด้วย

รถโดยสารประจำทาง มีร้อยละ 43.4 รถไฟ มีร้อยละ 31.2 และรถแท็กซี่ มีร้อยละ 10.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

จะเห็นได้ว่า การเดินทางด้วยรถแท็กซี่ และรถตุ๊กๆ ได้รับความนิยมค่อนข้างมาก ทั้งนี้คงเนื่องจากว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะผจญภัย ส่วนใหญ่ยังต้องการความสะดวกสบาย และความเป็นส่วนตัวในการเดินทาง อีกทั้งยังมีปัญหาเรื่องภาษาในการสื่อสาร

ตารางที่ 4.11  
พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว

พาหนะในการเดินทาง	ความถี่	ร้อยละ
<b>ในเขตกรุงเทพมหานคร</b>		
รถแท็กซี่	53	31.1
รถโดยสารประจำทาง	39	22.9
รถตุ๊กๆ	38	22.4
รถไฟฟ้า	21	12.4
รถนำเที่ยว	10	5.9
รถของคนรู้จัก/ญาติ	1	0.6
รถเช่าส่วนตัว	-	-
อื่นๆ	8	4.7
รวม	170	100
<b>นอกเขตกรุงเทพมหานคร</b>		
รถโดยสารประจำทาง	53	43.4
รถไฟ	38	31.2
รถแท็กซี่	13	10.7
เครื่องบิน	10	8.2
รถของคนรู้จัก/ญาติ	2	1.6
รถเช่า	-	-
อื่นๆ	6	4.9
รวม	122	100

#### 4.2.3.2 ระยะเวลาพักและที่พัก

จากการสำรวจระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองในครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พักนาน 4-7 วัน มีร้อยละ 57.0 รองลงมา พักนาน 8-14 วัน มีร้อยละ 22 พักนาน 30 วันขึ้นไป มีร้อยละ 9 ส่วนที่มาพักอยู่ช่วงสั้นๆ 1-3 วัน มีเพียงร้อยละ 2 ระยะเวลาพักเฉลี่ยเท่ากับ 11.3 วัน (ตารางที่ 4. 12)

ตารางที่ 4.12

ระยะเวลาพักในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ระยะเวลาพัก	ความถี่	ร้อยละ
1 - 3 วัน	2	2.0
4 - 7 วัน	57	57.0
8 - 14 วัน	22	22.0
15 - 21 วัน	3	3.0
22 - 30 วัน	7	7.0
30 วันขึ้นไป	9	9.0
รวม	100	100

หากวิเคราะห์ระยะเวลาพักตามกลุ่มอาชีพ พบว่า นักเรียนนักศึกษาส่วนมาก พัก 4 – 7 วัน มีร้อยละ 40 รองลงมา พัก 8 – 14 วัน มีร้อยละ 31.1 และ 30 วันขึ้นไป มีร้อยละ 15.6 ตามลำดับ มีวันพักเฉลี่ย 14.95 วัน

พนักงานบริษัทส่วนใหญ่พักนาน 4-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 77.4 มีวันพักเฉลี่ย 7.7 วัน ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ นิยมพักนาน 4 – 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 88.9 มีวันพักเฉลี่ย 6.8 วัน สำหรับแม่บ้านทั้งหมด พักนาน 4 - 7 วัน มีวันพักเฉลี่ย 5.5 วัน ในกลุ่มอื่นๆ พักนาน 8-14 วัน มีร้อยละ 41.7 และ พัก 4-7 วัน มีร้อยละ 33.3 วันพักเฉลี่ย 14.25 วัน

หากพิจารณาตามเพศ พบว่า เพศหญิงนิยมมาพักเป็นระยะเวลาสั้นๆ 4-7 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.8 ส่วนเพศชายพักนาน 4-7 วันมากที่สุดเช่นกัน มีร้อยละ 46.3 รองลงมา คือ พัก 8-14 วัน มีร้อยละ 28.4

เมื่อพิจารณาตามรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาพักกับแพ็คเกจทัวร์ ที่มีเวลาอิสระนิยมพักเพียง 4-7 วันในสัดส่วนที่สูงมาก คิดเป็นร้อยละ 96.8 ในขณะที่นักท่องเที่ยว

ที่มาท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีระยะเวลาพักแตกต่างกันไป แต่ส่วนมากพัก 4-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมา คือ 8-14 วัน คิดเป็นร้อยละ 30.4 (ตารางที่ 4. 13)

ตารางที่ 4.13

ระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำแนกตามอาชีพ เพศ และการจัดการท่องเที่ยว

อาชีพ/เพศ/การจัดการท่องเที่ยว	ร้อยละ						รวม
	1-3 วัน	4-7 วัน	8-14 วัน	15-21 วัน	22-30 วัน	30 วันขึ้นไป	
นักเรียน/นักศึกษา	-	40.0	31.1	2.2	11.1	15.6	100
พนักงานบริษัท	6.5	77.4	6.5	3.1	6.5	-	100
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ แม่บ้าน	-	88.9	11.1	-	-	-	100
อื่นๆ	-	33.3	41.7	8.3	-	16.7	100
ชาย	1.5	46.3	28.4	3.0	10.4	10.4	100
หญิง	3.0	78.8	9.1	3.0	-	6.1	100
จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	2.9	39.1	30.4	4.4	10.2	13.0	100
แพ็คเกจทัวร์แบบมีเวลาอิสระ	-	96.8	3.2	-	-	-	100

ข้อมูลที่ได้แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มการท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เป็นที่นิยมมาก ในนักท่องเที่ยวกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ พนักงานบริษัท และแม่บ้าน การที่ทั้งสามกลุ่มนี้ไม่นิยมท่องเที่ยวมานานๆ ทำให้มองได้ว่า“จริยธรรมการทำงาน”ของสังคมญี่ปุ่นยังมีส่วนในการกำหนดระยะเวลาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานบริษัท นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังห่วงเรื่องภาพพจน์ “เป็นคนเห็นแก่ตัว” หากหยุดงานเพื่อไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นเวลานาน แม้จะมีวันลาเหลืออยู่ และได้รับเงินเดือนในช่วงที่ลาอีกด้วย ส่วนใหญ่แล้ว มักนิยมท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพิเศษของญี่ปุ่นที่ทุกคนหยุดงานกัน อีกทั้ง ชาวญี่ปุ่นปัจจุบันเห็นการท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นเรื่องปกติธรรมดา จึงนิยมท่องเที่ยวครั้งละสั้นๆ เพื่อที่จะสามารถท่องเที่ยวได้บ่อยขึ้น

ส่วนกลุ่มแม่บ้านมีวันพักไม่นานนัก เนื่องจากมากับแพ็คเกจทัวร์ และยังมีข้อจำกัดเรื่องเวลา ค่านิยม“เป็นภรรยาที่ดี เป็นมารดาที่ฉลาด” มีผลต่อการกำหนดเวลาท่องเที่ยวของแม่บ้าน

สำหรับนักเรียน/นักศึกษา เป็นกลุ่มที่ใช้เวลาท่องเที่ยวต่างประเทศได้ง่ายและนานกว่ากลุ่มอื่น นอกจากเป็นเพราะได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากกระทรวงศึกษาธิการแล้ว ยังได้รับการส่งเสริมจากผู้ปกครองอีกด้วย เพื่อให้เด็กๆของตนได้มีโอกาสเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมของประเทศอื่นให้มากขึ้น เป็นการปรับตัวสู่สากล อีกทั้งนักเรียน/นักศึกษา มีวันหยุดยาวนานช่วง

ปีคภาครเรียนจึงสามารถใช้เวลาท่องเที่ยวต่างประเทศได้นานขึ้น จึงกล่าวได้ว่า ระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ ยังได้รับอิทธิพลจากค่านิยมของสังคมญี่ปุ่นอยู่ไม่น้อย

ในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักในโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาพักในเกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 42 ส่วนอพาร์ทเมนต์ และหอพักเยาวชน มีผู้เข้าพักร้อยละ 4 และร้อยละ 1 ตามลำดับ

ที่พักที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่มีราคา 100-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมา คือ ราคา 3,001-4,000 บาท และต่ำกว่า 100 บาท มีร้อยละ 14 เท่ากันรองลงมาอีก คือ ราคา 901-1,500 บาท มีร้อยละ 13 (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14

ราคาที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเลือกพักในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้

ราคาที่พัก	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	14	14.0
100 - 500 บาท	36	36.0
501 - 900 บาท	8	8.0
901 - 1,500 บาท	13	13.0
1,501 - 2,000 บาท	6	6.0
2,001 - 3,000 บาท	7	7.0
3,001 - 4,000 บาท	14	14.0
4,001 - 5,000 บาท	2	2.0
มากกว่า 5000 บาท	-	-
รวม	100	100

เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลในการเลือกที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เลือกเนื่องจากเป็นที่พักราคาถูกมีร้อยละ 19 รองลงมา คือ เหตุผลอื่นๆ เช่น เป็นแท็กเกทัวร์ มีร้อยละ 15.5 ชาวญี่ปุ่นสามารถพักได้อย่างวางใจ มีร้อยละ 12.5 และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน มีร้อยละ 11.3 (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4. 15  
เหตุผลในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้

เหตุผล	ความถี่	ร้อยละ
ราคาถูก	32	19.0
ชาวญี่ปุ่นสามารถพักได้อย่างวางใจ	21	12.5
มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน	19	11.3
การจราจรสะดวก	14	8.3
สภาพแวดล้อมดี	13	7.7
ปลอดภัย	12	7.1
อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	11	6.5
สามารถขอปิ้งได้สะดวก	9	5.4
มีชื่อเสียง	5	3.1
สามารถรับประทานอาหารได้สะดวก	4	2.4
มีบริการสำหรับชาวญี่ปุ่น	2	1.2
หรรษา	-	-
อื่นๆ	26	15.5
รวม	168	100

ในการวิเคราะห์การเลือกที่พักตามกลุ่มอาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่ นิยมพักในเกสต์เฮาส์ มีร้อยละ 62.2 รองลงมาพักในโรงแรม มีร้อยละ 33.3 เลือกที่พัสดังกล่าว เนื่องจากราคาถูก มีร้อยละ 25.0 มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และด้วยเหตุผลอื่นๆ มีร้อยละ 13.1 เท่ากัน

สำหรับพนักงานบริษัท พักในโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 74.2 รองลงมา พักในเกสต์เฮาส์ มีร้อยละ 16.1 เลือกที่พัสดังกล่าวเนื่องจากเหตุผลอื่นๆ (มากับแพ็คเกจทัวร์) มีร้อยละ 23.2 เป็นที่พักรที่สามารถพักได้อย่างวางใจมีร้อยละ 16.2 และตั้งอยู่ในแหล่งที่มีสภาพแวดล้อมดี มีร้อยละ 14.0

ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ นิยมพักในโรงแรม มีร้อยละ 66.7 รองลงมาเป็น เกสต์เฮาส์ มีร้อยละ 33.3 สำหรับเหตุผลในการเลือกที่พัสดังกล่าว ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า เนื่องจากราคาถูก มีร้อยละ 30.8 มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และอยู่ใกล้แหล่งขอปิ้ง มีร้อยละ 15.4 เท่ากัน

กลุ่มแม่บ้านทั้งหมดพักในโรงแรม เลือกที่พักด้วยเหตุผลอื่นๆ(เป็นแพ็คเกจทัวร์) แต่ก็ให้ความสำคัญกับที่พักที่สามารถพักได้อย่างวางใจ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเป็นหลัก มีร้อยละ 25 เท่ากัน

เมื่อพิจารณาการเลือกที่พักตามเพศ พบว่า เพศหญิงและเพศชายนิยมที่พักต่างกัน มีเหตุผลในการเลือกที่พักต่างกัน คือ เพศหญิงพักในโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 69.7 พิจารณาเลือกที่พักจากเป็นสถานที่ที่สามารถพักได้อย่างวางใจ และเหตุผลอื่นๆ มีร้อยละ 16.7 เท่ากัน ส่วนเพศชายนิยมพักในเกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 49.3 ส่วนใหญ่เลือกที่พักค้างสัปดาห์เนื่องจากราคาถูก มีร้อยละ 23.2 และเหตุผลอื่นๆ มีร้อยละ 14.8 (ตารางที่ 4.16 และ 4.17)

ตารางที่ 4. 16

ประเภทของที่พักที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเลือกพักในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย  
จำแนกตามกลุ่มอาชีพ และเพศ

อาชีพ/เพศ	ร้อยละ						รวม
	โรงแรม	เกสต์เฮาส์	หอพัก เยาวชน	อพาร์ทเมนต์	บ้านญาติ	อื่นๆ	
นักเรียน/นักศึกษา	33.3	62.2	-	2.2	-	2.3	100
พนักงานบริษัท	74.2	16.1	3.2	6.5	-	-	100
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	66.7	33.3	-	-	-	-	100
แม่บ้าน	100	-	-	-	-	-	100
อื่นๆ	41.7	50.0	-	8.3	-	-	100
ชาย	43.3	49.3	1.5	4.4	-	1.5	100
หญิง	69.7	27.3	-	3.0	-	-	100



ตารางที่ 4.17  
เหตุผลในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย  
จำแนกตามกลุ่มอาชีพและเพศ

ร้อยละ

เหตุผลในการเลือกที่พัก	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ /ข้าราชการ	แม่บ้าน	อื่นๆ	ชาย	หญิง
หรูหราราคาแพง	-	-	-	-	-	-	-
มีชื่อเสียง	2.4	4.7	7.6	-	-	0.9	6.6
ชาวญี่ปุ่นพักได้อย่างวางใจ	10.7	16.2	7.7	25.0	12.5	10.2	16.7
มีบริการสำหรับชาวญี่ปุ่น	-	4.7	-	-	-	1.9	-
ชอบปิ้งเสฉวก	3.6	-	15.4	-	16.6	2.8	10.0
รับประทานอาหารเสฉวก	4.8	-	-	-	-	2.8	1.7
ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	7.1	7.0	-	-	8.3	7.4	5
การจราจรเสฉวก	6.0	9.2	7.7	-	16.7	8.3	8.3
ปลอดภัย	7.1	9.3	7.7	-	4.2	8.3	5
สภาพแวดล้อมดี	7.1	14.0	-	-	4.2	7.4	8.3
ราคาถูก	25.0	7.0	30.8	-	16.7	23.2	11.7
มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน	13.1	4.7	15.4	25.0	12.5	12.0	10.0
อื่นๆ	13.1	23.2	7.7	50.0	8.3	14.8	16.7
รวม	100	100	100	100	100	100	100

จากข้อมูลดังกล่าวมา แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับระดับของที่พักมากนัก ความหรูหรา ความมีชื่อเสียงของที่พักไม่ใช่ปัจจัยหลักในการเลือกที่พัก ในทางกลับกัน นิยมที่พักที่ราคาไม่แพงมากกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาที่ใช้ชีวิตเรียบง่าย ปลอดภัยตื่นเต้นเล็กน้อยตามลักษณะของคนรุ่นใหม่ อีกทั้งยังไม่มีรายได้ประจำเป็นของตนเอง เพียงแต่มีรายได้จากการทำงานพิเศษ หรือได้รับจากผู้ปกครองเป็นบางส่วนเท่านั้น จึงไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องท่องเที่ยวโดยเตรียมหรือความสะดวกสบายในแหล่งท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้าดังแต่ก่อน

ข้อมูลเรื่องที่พักที่ได้จากแบบสอบถามนี้ สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นทางการ ดังปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากโดยเฉพาะนักศึกษาชายมาท่องเที่ยวโดยไม่ได้วางแผนมาก่อนว่าจะพักที่ใด ตัดสินใจเลือกที่พักเมื่อมาถึงแล้ว มีเหตุผลหลากหลายในการเลือกที่พัก เช่น ราคาไม่แพง พบเป็นแห่งแรกในละแวกนั้น เจ้าหน้าที่ของสนามบินแนะนำ มีเพื่อนพักอยู่ที่นั่น เป็นต้น

#### 4.2.3.3 เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

การมาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมา มาเที่ยวคนเดียว มีร้อยละ 34 มากับคู่สมรส คนในครอบครัว/ญาติ มีเท่ากัน คือ ร้อยละ 11 มากับผู้ร่วมงานมีน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 3 (ตารางที่ 4.18) แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นปัจจุบัน นิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็กๆ หรือแบบปัจเจกชนมากขึ้น เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำกัดอยู่ในแวดวงของบุคคลใกล้ชิดแทนผู้ร่วมงานมากขึ้น

ตารางที่ 4.18  
เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
เพื่อน	37	37.0
มาคนเดียว	34	34.0
คู่สมรส	11	11.0
ครอบครัว/ญาติ	11	11.0
ผู้ร่วมงาน	3	3.0
อื่นๆ	4	4.0
รวม	100	100

เมื่อพิจารณาผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 มาท่องเที่ยวคนเดียว มีร้อยละ 35.6 ส่วนพนักงานบริษัท มากับเพื่อนเป็นส่วนมาก มีร้อยละ 41.9 รองลงมา คือ มาท่องเที่ยวคนเดียว มีร้อยละ 29 แม่บ้าน มากับคู่สมรสเป็นส่วนใหญ่ มีร้อยละ 66.7 มากับครอบครัว/ญาติ มีร้อยละ 33.3 ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ นิยมมาท่องเที่ยวกับเพื่อนและเที่ยวคนเดียวเท่ากัน คือร้อยละ 33.3

เมื่อศึกษาจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายนิยมท่องเที่ยวคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา คือ มากับเพื่อน มีร้อยละ 26.9 ส่วนเพศหญิงมาท่องเที่ยวกับเพื่อนเป็นส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมา คือมากับคู่สมรส มีร้อยละ 15.2

หากพิจารณาจากรูปแบบการท่องเที่ยว ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเองนิยมมาคนเดียวมากที่สุด มีร้อยละ 46.4 รองลงมา มาเที่ยวกับเพื่อน มีร้อยละ 33.3 แต่ถ้าเป็นการมาท่องเที่ยวกับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ มักมากับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมา คือ มากับคู่สมรส มีร้อยละ 29 (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19

เพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มอาชีพ เพศ และการจัดการท่องเที่ยว

ร้อยละ

อาชีพ	เพื่อนร่วมเดินทาง						รวม
	เพื่อน	คน เดียว	คู่สมรส	ครอบครัว/ ญาติ	ผู้ร่วมงาน	อื่นๆ	
นักเรียน/นักศึกษา	40.0	35.6	2.2	8.9	-	13.3	100
พนักงานบริษัท	41.9	29.0	16.2	9.7	3.2	-	100
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	33.3	33.3	22.2	11.2	-	-	100
แม่บ้าน	-	-	66.7	33.3	-	-	100
อื่นๆ	25.0	50.0	-	8.3	16.7	-	100
ชาย	26.9	47.8	9.0	11.8	1.5	3.0	100
หญิง	57.6	6.1	15.2	9.0	6.0	6.1	100
จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	33.3	46.4	1.5	10.2	1.4	7.2	100
แพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ	45.2	6.5	29.0	9.7	6.4	3.2	100

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวไว้ แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นยังนิยมเดินทางเป็นกลุ่มกันอยู่ คือ มากับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ แต่บุคคลเหล่านั้นไม่ใช่สมาชิกในกลุ่มเดียวกับคนที่ต้องร่วมทำกิจกรรมต่างๆด้วยกันตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยว แต่เป็นเพียงเพื่อนร่วมทางธรรมดาที่เมื่อถึงจุดหมายปลายทางแล้ว ต่างแยกย้ายไปเที่ยวตามแผนที่ตนเองกำหนดไว้ ลักษณะดังกล่าวแตกต่างไปจากค่านิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแบบเดิมที่เน้นการเป็นสมาชิกกลุ่มเดียวกัน ตั้งกติกากลุ่มเดียวกัน ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นภายในกลุ่มตนเอง นับเป็นการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นอย่างหนึ่ง ผลการวิจัยที่ได้นี้สอดคล้องกับของ Nishiyama นอกจากนั้น ยังสอดคล้องกับผลที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นทางการซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจับแพ็คเกจทัวร์นั้น ถ้าไม่มาจับเพื่อน 1-2 คน ก็มักมากับคู่สมรส หรือมาคนเดียว

#### 4.2.3.4 กิจกรรมที่ปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว

เมื่อสำรวจถึงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้กระทำในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าการเที่ยวชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมได้รับความนิยมนมาก มีร้อยละ 24.2 รองลงมา คือ

การเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ มีร้อยละ 15.0 การพักผ่อนหย่อนใจ มีร้อยละ 14.6 และการช้อปปิ้ง มีร้อยละ 13.0 การเที่ยวไปชมไปมีร้อยละ 10.2

หากรวมกิจกรรมการเที่ยวชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม กับการเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติเข้าด้วยกัน ความนิยมในส่วนนี้มีร้อยละ 39.2 แสดงให้เห็นว่า การเที่ยวชมบ้านเมืองอย่างผิวเผินยังเป็นกิจกรรมหลักของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนการช้อปปิ้งไม่ค่อยเป็นที่นิยม (ตาราง ที่ 4.20)

.ตารางที่ 4.20

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

กิจกรรม	ความถี่	ร้อยละ
การชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	76	24.2
การชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ	47	15.0
การพักผ่อนหย่อนใจ	46	14.6
การช้อปปิ้ง	41	13.0
การเที่ยวไปชมไป	32	10.2
การชมหอศิลป์ พิพิธภัณฑ์	26	8.3
การเล่นน้ำ	13	4.1
การชมวิถีชีวิตท้องถิ่นไทย	9	2.9
การเยี่ยมชมเพื่อนญาติ	6	1.9
การท่องเที่ยวราตรี	5	1.6
การเดินป่า ปีนเขา	4	1.3
การดำน้ำ	3	1.0
อื่นๆ	6	1.9
รวม	314	100

เมื่อวิเคราะห์กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา นิยมการเที่ยวชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด มีร้อยละ 23.8 รองลงมาเป็นการเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ และการพักผ่อนหย่อนใจมีสัดส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 16.8 ส่วนการช้อปปิ้ง และการเที่ยวไปชมไป มีร้อยละ 11.9 และ ร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ในกลุ่มพนักงานบริษัท การเที่ยวชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมได้รับความสนใจมากเช่นกัน มีร้อยละ 27.2 นอกจากนี้ เป็นการขอป้ัง มีร้อยละ 16.3 การเที่ยวชมภูมิทัศน์ธรรมชาติ มีร้อยละ 12.0 ส่วนการพักผ่อนหย่อนใจ การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์ศิลปะ และการเที่ยวไปชมไป ได้รับความนิยเท่ากัน คือร้อยละ 10.8

ส่วนกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ เน้นการเที่ยวชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมา คือ การเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ และการพักผ่อนหย่อนใจได้รับความสนใจเท่ากัน คือ ร้อยละ 17.9 นอกจากนี้ เป็นการเที่ยวไปชมไป มีร้อยละ 14.2

สำหรับกลุ่มแม่บ้าน มีการเที่ยวชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม มากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา ได้แก่ การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์ศิลปะ การขอป้ัง และการชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ มีร้อยละ 14.3 เท่ากัน

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ นิยมการเที่ยวชมแหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการพักผ่อนหย่อนใจ มีร้อยละ 15.9 เท่ากัน รองลงมา คือ การขอป้ัง และการชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ มีร้อยละ 13.6 เท่ากัน

เมื่อพิจารณาการทำกิจกรรมจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศหญิงและชาย มีกิจกรรมหลักเหมือนกัน คือ การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม มีร้อยละ 22.9 และ 27.1 ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมที่เพศชายให้ความนิยรองลงมา คือ การพักผ่อนหย่อนใจ ในขณะที่เพศหญิงสนใจการขอป้ัง (ตารางที่ 4.21)

## ตารางที่ 4.21

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มอาชีพ และเพศ  
ร้อยละ

กิจกรรม	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	แม่บ้าน	อื่นๆ	ชาย	หญิง
การชมที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	23.8	27.2	25.0	42.8	15.9	22.9	27.1
การชมภูมิทัศน์ธรรมชาติ	16.8	12.0	17.9	14.3	13.6	14.7	15.6
การช้อปปิ้ง	11.9	16.3	7.1	14.3	13.6	11.0	17.7
การพักผ่อนหย่อนใจ	16.8	10.9	17.9	-	15.9	17.0	9.4
การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์ศิลปะ	7.7	10.8	3.6	14.3	6.8	8.7	7.3
การเที่ยวไปชมไป	10.5	10.8	14.2	14.3	4.5	10.1	10.4
การเล่นน้ำ	3.5	1.1	7.1	-	11.5	5.0	2.1
การดำน้ำ	0.7	2.2	-	-	-	1.4	-
การเขียนจดหมายไปรษณีย์	0.7	2.2	-	-	6.8	2.3	1.1
การเล่นกีฬาต่างๆ	-	-	-	-	-	-	-
การเดินป่า ปีนเขา	0.7	1.1	-	-	4.5	1.4	1.1
การท่องเที่ยวทางเรือ	1.4	1.1	3.6	-	2.4	1.4	2.1
การชมวิถีชีวิตท้องถิ่นไทย	3.5	3.2	3.6	-	-	2.7	3.1
อื่นๆ	2.0	1.1	-	-	4.5	1.4	3.0
รวม	100	100	100	100	100	100	100

กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทั้งหญิงและชายได้ปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยวนี้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ ยังเน้นเรื่องความเพลิดเพลินจากการดู หรือการชม บ้านเมืองอย่างฉาบฉวย ทำให้เห็นเด่นชัดยิ่งขึ้นว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย แบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ ยังมีค่านิยมในการท่องเที่ยวเดิมๆอยู่ ยังเลือกทำกิจกรรมที่ตนเอง คู่้นเคย หรือเคยปฏิบัติอยู่เป็นประจำในประเทศของตน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชาวญี่ปุ่นได้รับการหล่อหลอมค่านิยมดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่วัยเด็กจนกระทั่งเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ทั้งจาก ครอบครัว สถานศึกษา และสถานที่ทำงาน ผลการวิจัยในส่วนนี้สอดคล้องกับของ Nishiyama ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ นิยมทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ตามความเคยชินของตนเอง

แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ มีค่านิยม การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเพศชาย และในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

#### 4.2.3.5 การซื้อของที่ระลึกและการรับประทานอาหาร

จากการศึกษาการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมาเป็นสินค้าอื่นๆ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป มีร้อยละ 19.0 ผ้าไหมไทยมีร้อยละ 17.0 และผลิตภัณฑ์/เครื่องประดับเงิน มีร้อยละ 6.8 (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4. 22  
ของที่ระลึกของไทยที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยม

ประเภทของของที่ระลึก	ความถี่	ร้อยละ
หัตถกรรมพื้นเมือง	55	37.4
ผ้าไหมไทย	25	17.0
ผลิตภัณฑ์/เครื่องประดับเงิน	10	6.8
ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม	6	4.1
เครื่องปั้นดินเผา	6	4.1
ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย	5	3.4
เครื่องหนัง	5	3.4
ผลิตภัณฑ์/เครื่องประดับทอง	4	2.8
เพชรพลอย	3	2.0
อื่นๆ	28	19.0
รวม	147	100

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพนิยมสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองมากที่สุด ส่วนของที่ระลึกที่เป็นที่นิยมระดับรองๆ นั้น แต่ละกลุ่มสนใจแตกต่างกัน เช่น นักเรียน/นักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ สนใจสินค้ารายการอื่นๆ พนักงานบริษัทสนใจซื้อผ้าไหมไทย ส่วนแม่บ้านชอบเครื่องปั้นดินเผา เป็นที่น่าสังเกตว่า สินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองนี้เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทั้งหญิงและชาย แสดงให้เห็นว่างานศิลปะตามแบบฉบับของชาวเอเชียกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่ชาวญี่ปุ่น ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับของ JTB ที่ว่า หญิงสาวชาวญี่ปุ่นปัจจุบันชื่นชอบศิลปะการตกแต่งภายในตามรสนิยมของชาวเอเชีย (ตารางที่ 4. 23)

ตารางที่ 4.23  
การเลือกซื้อของที่ระลึกจำแนกตามกลุ่มอาชีพและเพศ

ประเภทของของที่ระลึก	ร้อยละ						หญิง
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	แม่บ้าน	อื่นๆ	ชาย	
หัตถกรรมพื้นเมือง	32.1	40.9	40.0	75.0	23.8	37.9	36.7
ผ้าไหมไทย	11.5	29.6	10.0	-	9.5	11.5	25.0
ผลิตภัณฑ์/เครื่องประดับเงิน	5.1	4.5	-	-	19.0	5.8	8.4
ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	2.6	9.2	-	-	-	3.5	5.0
เครื่องปั้นดินเผา	3.8	4.5	-	25.0	-	4.6	3.3
ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย	2.6	4.5	-	-	4.8	3.5	3.3
เครื่องหนัง	5.1	-	-	-	4.8	5.7	-
ผลิตภัณฑ์/เครื่องประดับทอง	5.1	-	-	-	-	4.6	-
เพชรพลอย	14.2	-	10.0	-	4.8	1.1	3.3
อื่นๆ	17.9	6.8	40.0	-	33.3	21.8	15.0
รวม	100	100	100	100	100	100	100

ส่วนในเรื่องการรับประทานอาหารนั้น จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญกับระดับภัตตาคาร ร้านอาหาร ส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารตามรถเข็นแผงลอยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา เป็นร้านอาหารที่คนท้องถิ่นรับประทานกันตามปกติ มีร้อยละ 29.3 ภัตตาคารในโรงแรม ร้อยละ 11.3 อาหารไทยได้รับความนิยมสูงสุด มีร้อยละ 82.8 (ตารางที่ 4.24)



ตารางที่ 4.24

สถานที่รับประทานอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ประเภทร้านอาหาร	ความถี่	ร้อยละ
รถเข็น แผงลอย	56	37.3
ร้านอาหารที่คนท้องถิ่นรับประทาน	44	29.3
ภัตตาคารในโรงแรม	17	11.3
ภัตตาคารที่มีชื่อเสียง	15	10.0
ร้านฟาสต์ฟู้ด	14	9.4
ร้านอาหารญี่ปุ่น	1	0.7
อื่นๆ	3	2.0
รวม	150	100

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอาชีพและเพศ พบว่า ทุกกลุ่มทั้งเพศหญิงและชาย นิยมรับประทานอาหารตามรถเข็นแผงลอยเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มที่นิยมมากที่สุด คือ แม่บ้าน และนักเรียน/นักศึกษา มีร้อยละ 50 และร้อยละ 43.7 ตามลำดับ รองลงมาเป็นร้านอาหารทั่วไป (ตารางที่ 4.25) แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ ต้องการท่องเที่ยวอย่างธรรมดาเพื่อจะได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น ข้อมูลที่ได้นี้สอดคล้องกับข้อมูลที่ JTB ได้สำรวจไว้ว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะรับประทานอาหารตามร้านที่คนในท้องถิ่นนั้น รับประทานกันมากขึ้น นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับผลที่ได้จากการสังเกต ดังพบว่า นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในกลุ่มคนหนุ่มสาว รับประทานอาหารพื้นๆธรรมดาตามรถเข็น แผงลอยทั่วไป ประเภทก๋วยเตี๋ยวผัด ของทอด และผลไม้ เป็นต้น อาหารเหล่านี้นักท่องเที่ยวซื้อแล้วเดินรับประทานไปเที่ยวไปได้เลย

การที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ไม่ให้ความสำคัญกับระดับภัตตาคาร ร้านอาหาร คงเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนหนุ่มสาว ใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายธรรมดา การได้รับประทานอาหารตามร้านหรือรถเข็นแผงลอยอย่างที่คนในท้องถิ่นทำกัน โดยทั่วไปเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้ได้ใกล้ชิดวิถีชีวิตผู้คนในท้องถิ่นนั้นยิ่งขึ้น และยังเป็นการประหยัดรายจ่ายอีกทางหนึ่งด้วย

## ตารางที่ 4.25

สถานที่รับประทานอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมจำแนกตามกลุ่มอาชีพและเพศ

ร้อยละ

อาชีพ/เพศ	รถเข็น แผงลอย	ร้าน อาหาร ทั่วไป	ภัตตาคาร ในโรงแรม	ภัตตาคาร มีชื่อเสียง	ร้านฟาสต์ ฟู้ด	ร้าน อาหาร ญี่ปุ่น	อื่นๆ	รวม
นักเรียน/นักศึกษา	43.7	31.0	8.5	4.1	11.3	1.4	-	100
พนักงานบริษัท	28.6	26.2	16.6	19.0	4.8	-	4.8	100
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	26.7	26.7	13.3	13.3	20.0	-	-	100
แม่บ้าน	50.0	25.0	25.0	-	-	-	-	100
อื่นๆ	38.9	33.3	5.6	11.0	5.6	-	5.6	100
ชาย	41.8	30.6	9.2	7.2	10.2	1.0	-	100
หญิง	28.8	26.9	15.4	15.4	7.7	-	5.8	100

## 4.2.3.6 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ ใช้จ่ายเงินในประเทศไทย อยู่ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาอยู่ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท และ ต่ำกว่า 15,000 บาท มีร้อยละ 24.0 เท่ากัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 27,020.20 บาท หรือ คนละ 2,391.17 บาทต่อวัน ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจ่ายเป็นค่าที่พัก คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา เป็นค่าใช้จ่ายในการช้อปปิ้ง คิดเป็นร้อยละ 16.0 และค่าพาหนะการเดินทางในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 15.0 (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26  
ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ระดับค่าใช้จ่าย	ความถี่	ร้อยละ
<b>ระดับค่าใช้จ่าย</b>		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	24	24.0
15,001 – 25,000 บาท	32	32.0
25,001 – 35,000 บาท	24	24.0
35,001 – 45,000 บาท	8	8
45,001 – 50,000 บาท	2	2
มากกว่า 50,000 บาท	10	10
รวม	100	100
<b>ค่าใช้จ่ายที่มีมูลค่ามากที่สุด</b>		
ที่พัก	46	46.0
ช้อปปิ้ง	16	16.0
พาหนะเดินทางในประเทศไทย	15	15.0
อาหาร	9	9.0
การบันเทิง	9	9.0
อื่นๆ	5	5.0
รวม	100	100

หากจำแนกค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามกลุ่มอาชีพ พบว่านักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่ มีการใช้จ่ายระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมา ใช้จ่ายต่ำกว่า 15,000 บาท มีร้อยละ 26.7 และระหว่าง 25,001-35,000 บาท มีร้อยละ 24.4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 24,888.89 บาท

ในกลุ่มพนักงานบริษัท มีการใช้จ่ายส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 25,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.6 ส่วนค่าใช้จ่ายระหว่าง 15,001-25,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท มีสัดส่วนร้อยละ 19.4 เท่ากัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 29,032.26 บาท

ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ มีการใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมา 25,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 24,444.44 บาท

สำหรับกลุ่มแม่บ้าน มีการใช้จ่ายเท่ากันระหว่าง 15,001-25,000 บาท 25,001- 35,000 บาท และ 35,001- 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 30,000 บาท

ส่วนในกลุ่มอาชีพอื่นๆ ใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 15,001-25,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 24,166.67 บาท

หากจำแนกค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วงเดียวกัน คือ ระหว่าง 15,001-25,000 บาท เพศชายมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 27,014.93 บาท ส่วนเพศหญิงคนละ 24,545.45 บาท

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีการใช้จ่ายเงินส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน 24,637 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวที่มากับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระส่วนมากใช้จ่ายเงินอยู่ระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท รองลงมา มีเท่ากันระหว่าง 25,001-35,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.4 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน 29,677 บาท (ตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27

ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำแนกตามอาชีพ เพศ และรูปแบบการท่องเที่ยว

ร้อยละ

อาชีพ/เพศ	ต่ำกว่า 15,000	15,001-	25,001-	35,001-	45,001-	มากกว่า	รวม
		25,000	35,000	45,000	55,000	55,000	
นักเรียน/นักศึกษา	26.7	35.6	24.4	-	2.2	11.1	100
พนักงานบริษัท	22.6	19.4	25.8	19.4	3.2	9.6	100
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	11.1	44.4	33.4	11.1	-	-	100
แม่บ้าน	-	33.4	33.3	33.3	-	-	100
อื่นๆ	33.3	41.7	8.3	-	-	16.7	100
ชาย	26.9	29.9	19.4	7.5	3.0	13.3	100
หญิง	18.2	36.4	33.3	9.1	-	3.0	100
จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	27.5	34.8	23.3	2.9	1.4	10.1	100
แพ็คเกจทัวร์แบบมีเวลาอิสระ	16.1	25.8	25.8	19.4	3.2	9.7	100

จากผลการวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่น้อยเลย ถึงแม้ว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นสามารถจัดซื้อบัตรโดยสารเครื่องบินในราคาที่ถูกลง แต่ค่าใช้จ่ายในแหล่ง

ท่องเที่ยวกลับสูงขึ้นเนื่องจากต้องจ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าพาหนะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ค่าอาหารและสิ่งต่างๆในแหล่งท่องเที่ยวเอง ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะกระจายไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นนั้นอย่างกว้างขวางเนื่องจากกิจกรรมต่างๆส่วนใหญ่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่นนั้น ซึ่งแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับแพ็คเกจทัวร์หรูหราแบบเดิมที่มีมัคคุเทศก์นำทางอย่างใกล้ชิดพักในโรงแรมระดับห้าดาว รับประทานอาหารในภัตตาคารชั้นหนึ่ง เดินทางด้วยพาหนะหรูหรา และซื้อของฝากของที่ระลึกราคาแพง แต่หากพิจารณาให้ถ่องแท้แล้ว มีรายจ่ายเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่ตกอยู่กับประเทศไทยและประชาชนส่วนใหญ่ เนื่องจากการใช้จ่ายต่างๆเป็นการเหมาะสม และมักอยู่ในเครือข่ายกิจการของประเทศญี่ปุ่นแทบทั้งสิ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ประเทศญี่ปุ่นได้มาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้เป็นจำนวนมาก

#### 4.2.3.7 กำหนดการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยว

จากการศึกษากำหนดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่มีแผนท่องเที่ยวประเทศไทยที่เดียว มีร้อยละ 65 ส่วนผู้ที่ไม่ไปท่องเที่ยวประเทศอื่นๆด้วย มีร้อยละ 35 (ตารางที่ 4.28)

ในกลุ่มผู้ที่ต้องการไปท่องเที่ยวประเทศอื่นๆด้วยนั้น ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัท มีทั้งที่ไม่ไปท่องเที่ยวมาแล้ว และไปหลังจากเสร็จสิ้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประเทศที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ กัมพูชา รองลงมา คือ ลาว เวียดนาม มาเลเซีย และพม่า ตามลำดับ ส่วนประเทศอื่นๆนอกจากนี้ ได้แก่ สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ฮองกง อินเดีย ปากีสถาน และเนปาล

จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ มีเส้นทางการท่องเที่ยวหลากหลาย และให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวข้ามประเทศในภูมิภาคเดียวกัน จึงทำให้มองได้ว่า ประเทศไทยมีคู่แข่งทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีสินค้าการท่องเที่ยวคล้ายๆกับไทย นอกจากนั้น เป็นประเทศในเอเชียใต้ซึ่งมีการรณรงค์ด้านการท่องเที่ยวอย่างหนัก ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นทางการ ที่พบว่า ในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ นักเรียน/นักศึกษา ได้ไปท่องเที่ยวประเทศอื่นๆด้วย โดยนิยมไปประเทศกัมพูชา และลาว กันมาก

ตารางที่ 4.28  
กำหนดการท่องเที่ยว

กำหนดการท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
เที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เดียว	34	34.0
เที่ยวในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด	31	31.0
เที่ยวประเทศไทยร่วมกับประเทศอื่น	35	35.0
รวม	100	100

เมื่อศึกษาถึงสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ปรากฏว่า พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้วได้รับความนิยมสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 24.7 รองลงมา คือ วัดต่างๆ เช่น วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม คิดเป็นร้อยละ 22.7 ตลาดบางลำพู/ตลาดประตูน้ำ มีร้อยละ 12.1 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ มีร้อยละ 11.3 และตลาดนัดสวนจตุจักร มีร้อยละ 9.3 (ตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.29  
สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยม

สถานที่ท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
พระบรมมหาราชวัง/วัดพระแก้ว	61	24.7
วัดที่มีชื่อเสียง	56	22.7
ตลาดต่างๆ( บางลำพู ประตูน้ำ)	30	12.1
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	28	11.3
ตลาดนัดสวนจตุจักร	23	9.3
ตลาดเยาวราช	12	4.9
แหล่งท่องเที่ยวราตรี	12	4.9
พิพิธภัณฑ์ศิลปะ	6	2.4
สวนสัตว์ดุสิตวนาราม	4	1.6
สถานที่อื่นๆ	15	6.1
รวม	247	100

หากวิเคราะห์ความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวตามกลุ่มอาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา นิยมไปท่องเที่ยวพระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว และวัดที่มีชื่อเสียงต่างๆเช่นวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.3 เท่ากัน รองลงมา คือ ตลาด(บางลำพู ประตูน้ำ) มีร้อยละ 10.5 และตลาดเขาวราช มีร้อยละ 10.4 แสดงให้เห็นว่า นักเรียน/นักศึกษาสนใจสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเภทวัดและวัง แต่ขณะเดียวกันก็ให้ความสนใจกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ทำให้ได้พบเห็น ได้สัมผัสวิถีชีวิตผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น

ในกลุ่มพนักงานบริษัท ไปท่องเที่ยวยังพระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว เป็นส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมา คือ วัดที่มีชื่อเสียง มีร้อยละ 25.6 ส่วน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ และตลาดบางลำพู ตลาดประตูน้ำ มีร้อยละ 11.5 เท่ากัน แสดงให้เห็นถึงความชื่นชอบในสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เช่นเดียวกัน

ส่วนกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ นิยมท่องเที่ยววัดที่มีชื่อเสียงเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 27.4 รองลงมา คือ พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว มีร้อยละ 22.8 ส่วน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ มีร้อยละ 22.7 นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เน้นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม

สำหรับแม่บ้าน สนใจสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากกลุ่มอื่น คือ พระบรมมหาราชวัง และวัดพระแก้ว วัดที่มีชื่อเสียง และตลาดบางลำพู ตลาดประตูน้ำ คิดเป็นร้อยละ 30 เท่ากัน

ส่วนกลุ่มอื่นๆมีการกระจายตัวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ไม่เน้นสถานที่ใดที่หนึ่ง โดยเฉพาะ แต่นิยมวัดที่มีชื่อเสียงมากที่สุด มีร้อยละ 18.6 (ตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.30  
สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมจำแนกตามกลุ่มอาชีพ  
ร้อยละ

สถานที่ท่องเที่ยว	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	แม่บ้าน	อื่นๆ
พระบรมมหาราชวัง/วัดพระแก้ว	24.3	30.9	22.8	30.0	11.1
วัดที่มีชื่อเสียง	24.3	25.6	27.4	30.0	18.6
ตลาดต่างๆ( บางลำพู ประตูน้ำ)	10.5	11.5	4.5	30.0	11.1
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	9.6	11.5	22.7	10.0	3.7
ตลาดนัดสวนจตุจักร	1.7	1.3	-	-	7.4
ตลาดเขาวราช	10.4	9.0	4.5	-	14.8
แหล่งท่องเที่ยวราตรี	6.1	3.8	4.5	-	3.7
พิพิธภัณฑ์ศิลปะ	3.5	-	4.5	-	14.8
สวนสัตว์ดุสิตสวนราม	3.5	2.6	-	-	11.1
สถานที่อื่นๆ	6.1	3.8	9.1	-	3.7
รวม	100	100	100	100	100

จะกล่าวไปแล้ว สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมไปท่องเที่ยวที่นั่น ไม่ได้แตกต่างไปจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆของชาวญี่ปุ่น กล่าวคือ ยังให้ความสนใจกับสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเภทวัดและวังอยู่นั่นเอง ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้นอกจากจะมีชื่อเสียง มีความงดงามทางสถาปัตยกรรมแล้ว ยังมีความเกี่ยวเนื่องทางประวัติศาสตร์ หลายแห่งมีตำนานที่ส่วนเกี่ยวข้องกับความเป็นมาของประเทศไทยอย่างลึกซึ้ง สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนห้องสมุดประวัติศาสตร์ขนาดใหญ่ของประเทศไทย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ชาวญี่ปุ่นซึ่งเป็นผู้สนใจในประวัติศาสตร์อยู่แล้วสามารถเรียนรู้สิ่งต่างๆ ได้มากมายไม่รู้จบ

ส่วนตลาดบางลำพู เป็นแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงถนนข้าวสารแหล่งพักผ่อนชิวคราวที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง สถานที่นี้เป็นสถานที่ที่คึกคักมีเสน่ห์แห่งหนึ่งของเกาะรัตนโกสินทร์ มีสิ่งของมากมายให้เลือกซื้ออาหารอร่อยให้เลือกมากมาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีร่องรอยของความเก่าแก่ที่ผสมผสานเข้ากับวิถีชีวิตใหม่ได้อย่างลงตัว นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หนุ่มสาวชาวญี่ปุ่นผู้รักการผจญภัยสามารถค้นหาประสบการณ์ที่สนุกสนานน่าตื่นเต้นได้เป็นอย่างดี



สถานที่อื่นๆนอกกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยมไปท่องเที่ยว ได้แก่ อยุธยา เกาะสมุย เชียงใหม่ ภูเก็ต เชียงราย สุโขทัย พัทยา เกาะพีพี โคราซ หนองคาย อุบลราชธานี และเกาะเต่าตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนี้ ส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์(อยุธยา สุโขทัย) แหล่งท่องเที่ยวประเภทหาดทรายแสงแดด (เกาะสมุย ภูเก็ต พัทยา เกาะพีพี และเกาะเต่า) และสถานที่ที่มีภูมิทัศน์ ธรรมชาติงดงาม (เชียงใหม่ เชียงราย) ทำให้มองได้ว่าการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว ยังอิงอยู่กับพื้นฐานความชอบเดิมอยู่มาก ผลการวิจัยที่ได้นี้สอดคล้องกับของ Nishiyama ที่ว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องทางประวัติศาสตร์ ประเภท วัด วัง โบราณสถานต่างๆ เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น แต่อย่างไรก็ดี ในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีแนวโน้มที่จะต้องการไปท่องเที่ยวยังสถานที่ที่เปิดโอกาสให้พบเห็นวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้นมากขึ้น เป็นการหาประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น แปลกใหม่ไปจากวิถีชีวิตในสังคมเดิมของคน

#### 4.3 รูปแบบการท่องเที่ยวที่คาดหวังในการท่องเที่ยวไทยครั้งต่อไป

นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้ มีความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำถึงร้อยละ 96 โดยให้ความเห็นว่า ประเทศไทยยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆที่อยากไปเที่ยวชม เช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และทะเลเป็นต้น นอกจากนี้ ยังเป็นเพราะคนไทยมีมิตรไมตรีกับนักท่องเที่ยว และประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายถูก สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งต่อไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความ คาดหวังดังนี้ (ตารางที่ 4.31)

1. ต้องการจัดการเรื่องพาหนะการเดินทางและที่พักด้วยตนเองให้มากที่สุด
2. ต้องการท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆให้มากแห่ง
3. ต้องการไปพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวเพียงแห่ง สองแห่งเป็นเวลานานๆ
4. ต้องการไปท่องเที่ยวยังที่ที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวมากนัก
5. ต้องการที่พักที่มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน
6. ต้องการเที่ยวชมสิ่งต่างๆพร้อมกับได้มีประสบการณ์ตรงในแหล่งท่องเที่ยวนั้น
7. ต้องการรับประทานอาหารตามร้านที่คนในท้องถิ่นรับประทานกัน
8. ต้องการซื้อสิ่งต่างๆเพื่อเป็นของฝากครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนๆ

## ตารางที่ 4. 31

## รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นคาดหวังในการท่องเที่ยวไทยครั้งต่อไป

รูปแบบ	ความถี่	ร้อยละ
การจัดการท่องเที่ยว		
จัดการเรื่องพาหนะการเดินทางและที่พักด้วยตัวเองเท่าที่จะทำได้	80	80.0
ใช้บริการแท็กซี่เกอตัวที่มีเวลาอิสระ	20	20.0
กำหนดการท่องเที่ยว		
ท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ให้มากแห่ง	28	28.0
ท่องเที่ยวมานานๆ ในสถานที่ที่เคยไปมาแล้ว	3	3.0
ไปพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวเพียงแห่งเดียวหรือ 2 แห่งนานๆ	46	46.0
ไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ยังไม่เคยไป	23	23.0
การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว		
เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยมีคนไปมากนัก	56	56.0
เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	44	44.0
การเลือกที่พัก		
ที่พักหรูหรา มีคุณภาพ จะถูกจะแพงไม่เป็นไร	14	14.0
ที่พักแบบใดไม่สำคัญเพียงให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน	86	86.0
กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว		
ใช้เวลาสนุกสนานกับเพื่อนๆ ที่มาเที่ยวด้วยกัน	20	20.0
เที่ยวชมสิ่งต่างๆ พร้อมกับได้รับประสบการณ์ตรง	80	80.0
การรับประทานอาหาร		
รับประทานอาหารที่ขึ้นชื่อของแหล่งท่องเที่ยว	-	-
รับประทานอาหารตามร้านอาหารที่คนท้องถิ่นรับประทาน	100	100.0
การช้อปปิ้ง		
ซื้อสิ่งของต่างๆ เพื่อเป็นของฝากสำหรับครอบครัว ญาติ และเพื่อนๆ	56	56.0
ซื้อสิ่งของเพื่อใช้เองก่อนเป็นอันดับแรก	44	44.0

จากรูปแบบการท่องเที่ยวที่คาดหวังดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีแนวโน้มต้องการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น เป็นการท่องเที่ยวอย่างอิสระที่ทำให้สามารถเก็บเกี่ยวประสบการณ์ตรงในสถานที่นั้นได้นานๆ ได้เข้าใจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้นใกล้ชิดยิ่งขึ้น นับเป็นการท่องเที่ยวที่สามารถสนองความพอใจให้แก่ตนเองได้มากกว่าที่แท็กซี่เกอตัวจัดเตรียมไว้ให้

นอกจากนั้น ยังแสดงออกถึงการเสื่อมความนิยมในการท่องเที่ยวอย่างหรูหราแบบเดิม ไม่ต้องการที่พักราคาแพง หรือรับประทานอาหารในภัตตาคารต่างๆ แต่ต้องการที่พักธรรมดา รับประทานอาหารตามร้านทั่วไป ไม่เน้นการช้อปปิ้งเพื่อซื้อของฝากผู้อื่นมากมาย นับเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำตัวแปลกแยกจากท้องถิ่น แต่จะเน้นการทำตัวให้กลมกลืนเข้ากับวิถีชีวิตของผู้คน ในท้องถิ่นนั้นมากขึ้น นับเป็นการเปลี่ยนค่านิยมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่น่าสนใจ ผลการวิจัยที่ได้นี้สอดคล้องกับของรุ่ง กาญจนวิโรจน์ที่กล่าวถึงแนวโน้มใหม่ของการท่องเที่ยวโลก ในศตวรรษใหม่นี้ว่า ผู้คนเน้นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมกันมากขึ้น

#### 4.4 ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ

จากการสำรวจปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากประสบปัญหา หรือมีสิ่งที่ไม่ชอบใจจำแนกได้ดังนี้

1. การหลงกลวงนักท่องเที่ยวจากบรรดาคนขับรถแท็กซี่และคนขับรถตุ๊กๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถูกคนขับรถแท็กซี่ และคนขับรถตุ๊กๆ หลอกพาไปยังสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สถานที่เป้าหมาย โดยให้เหตุผลว่าสถานที่ที่ต้องการไปเที่ยวนั้นไม่เปิดทำการ จะพาไปยังร้านขายของที่ระลึกบ้าง ร้านขายสุทในราคาพิเศษที่ตนเองรู้จักบ้าง รวมทั้งถูกหลอกพาไปปล่อยลงระหว่างทาง ไม่ไปส่งถึงที่หมาย บางรายพบเหตุการณ์นี้ซ้ำหลายครั้งกว่าจะเดินทางไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ นับเป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบมากที่สุด

2. ถูกโกงราคาค่ารถและเรือโดยสาร รวมทั้งราคาสินค้าต่างๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถูกเรียกเก็บค่าโดยสารรถแท็กซี่ รถตุ๊กๆ รถจักรยานยนต์รับจ้าง และเรื่อนำเที่ยวในราคาที่สูงมาก เช่น ค่าโดยสารรถแท็กซี่จากสนามบินคอนเมืองมายังถนนข้าวสารที่บางลำพู 500 บาท ค่าโดยสารเรื่อนำเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยาสูงถึง 4,000 บาท เป็นต้น ในการจับจ่ายซื้อของต่างๆ มักถูกคนขายเรียกราคาสูงเกินไปเช่นกัน

ปัญหาเหล่านี้ไม่ได้มีเฉพาะในกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวยังสถานที่อื่นๆ เช่น เกาะสมุย และภูเก็ตต่างได้รับความเดือดร้อนจากปัญหานี้เช่นกัน

3. เงินและทรัพย์สินมีค่าสูญหาย นักท่องเที่ยวถูกล้วงกระเป๋าในขณะที่โดยสารรถประจำทาง หรือในขณะที่กำลังเดินช้อปปิ้ง ทำให้สูญเสียนเงินรวมทั้งเช็คเดินทางและทรัพย์สินมีค่าอื่นๆ เป็นจำนวนมาก

4. คนไทยไม่มีความจริงใจต่อนักท่องเที่ยว พอรู้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นก็คิดจะเอารัดเอาเปรียบทันที คิดว่าสามารถหลอกกลวงได้ง่าย

5. รับประทานอาหารไทยไม่ได้ เนื่องจากมีรสจัดและกลิ่นแรง

6.การจราจรติดขัด การเดินทางในกรุงเทพมหานครล่าช้า ไม่สะดวก เนื่องจากสภาพการจราจรที่ไม่คล่องตัว และมีควันพิษมาก

7.สภาพอากาศร้อนอบอ้าวเกินไป ทำให้ไม่สบายตัว ท้องเที่ยวไม่สนุก

8.สื่อสารไม่ได้เนื่องจากไม่เข้าใจทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทำให้ไม่สะดวกในการขอป้จ และการใช้บริการรถสาธารณะ

9.ได้รับบริการที่ไม่ดี การให้บริการต่างๆของไทยยังไม่ดีพอ เทียบกับมาตรฐานการบริการของญี่ปุ่นไม่ได้ ผู้ค้าขายมักใช้วาจา หรือกระทำกริยาไม่สุภาพกับนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวถือกุศลินค้านานๆ หรือ ถือกุศแล้วไม่ซื้อมักถูกคนขายโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากผู้ค้าขายบริเวณถนนข้าวสาร บางลำพู ต่อว่าด้วยคำพูดที่ไม่สุภาพ หรือแสดงอาการไม่พอใจ

10.โปรแกรมการท่องเที่ยวมีรายการขอป้จมากเกินไป นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ของบริษัทนำเที่ยวของไทยมักถูกมัคคุเทศน์แนะนำและชักชวนให้ขอป้จมากเกินไป

11.โทรศัพท์สาธารณะตัวมากขัดข้องใช้การไม่ได้ เสียงไม่ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามแหล่งท่องเที่ยวในต่างจังหวัด

ปัญหาต่างๆที่นักท่องเที่ยวประสบนี้ สอดคล้องกับผลที่ได้จากการสังเกตหลายประการ เช่น คนขับรถตุ๊กๆ ไม่เต็มใจที่จะส่งนักท่องเที่ยวถึงที่หมาย ผู้ค้าขายกระทำกริยา หรือใช้คำพูดที่แสดงความไม่พอใจพฤติกรรมขอป้จของนักท่องเที่ยวสตรี มีกลุ่มคนที่รวมตัวกันหลอกลวงนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ปัญหาต่างๆเหล่านี้หลายประการ เกิดขึ้นเนื่องจากความแตกต่างในแนวปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างญี่ปุ่นและไทย สังคมญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับสถานภาพ ชาวญี่ปุ่นรู้สึกว่ “ถูกค้าคือพระเจ้า” ผู้รับบริการมีสถานภาพสูงกว่าผู้ให้บริการ และต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่อย่างดีเยี่ยม แต่ในทางตรงข้ามคนไทยไม่ได้รู้สึกว่ “ถูกค้าคือพระเจ้า” จึงมีบุคคลบางกลุ่มที่คิดหลอกลวง เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

นอกจากนั้น การที่ชาวญี่ปุ่นนิยมพกพาเงินสดติดตัวเป็นจำนวนมากและไม่ค่อยระมัดระวังในการเก็บรักษาเงิน เนื่องจากสังคมญี่ปุ่นค่อนข้างปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย ความเคยชินกับแนวปฏิบัติทางสังคมดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นตกเป็นเหยื่อของพวกมิจฉาชีพได้ง่าย

ปัญหาเหล่านี้ เป็นปัญหาที่สำคัญ หากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่ดำเนินการแก้ไขอย่างจริงจัง ประเทศไทยอาจสูญเสียนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ง่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีลักษณะอ่อนไหวง่ายกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่นๆอันเนื่องมาจากระบบค่านิยมกลุ่ม ประกอบกับแนวโน้มการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 นี้ นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในทุกๆด้าน ดังนั้น คงไม่มีนักท่องเที่ยวคนใดที่ต้องการมาท่องเที่ยวในประเทศที่ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง:กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์” นั้น มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และเพื่อศึกษาอิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

##### 5.1.1 วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในองค์รวม โดยเชื่อมโยงองค์ประกอบด้านบริบททางประวัติศาสตร์ สังคม เศรษฐกิจ และการเมืองเข้าด้วยกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกกลงไปถึงเบื้องหลังของพฤติกรรมนั้น ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งพบโดยบังเอิญในพื้นที่บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ 5 แห่ง คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม บางลำพู ถนนข้าวสาร และป้อมพระสุเมรุ จำนวน 100 ตัวอย่าง โดยใช้แนวคิดด้านการท่องเที่ยว และแนวคิดด้านสังคมและวัฒนธรรม มาเป็นกรอบในการวิจัย

##### 5.1.2 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 อย่าง คือ แบบสอบถาม การสังเกตโดยที่นักท่องเที่ยวไม่รู้ตัว และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและผู้ค้าขายรถเข็นแผงลอยอย่างไม่เป็นทางการ สำหรับเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามนั้นมีทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิดใช้สำรวจข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคาดหวังในรูปแบบการท่องเที่ยวหากกลับมาเยือนประเทศไทยซ้ำ และปัญหาที่ประสบในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้

ส่วนข้อมูลที่ได้จากการสังเกต โดยที่นักท่องเที่ยวไม่รู้ตัวและการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวและผู้ค้าขายรถเข็นแผงลอยอย่างไม่เป็นทางการนั้น นำมาเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการ อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ คำร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยที่ได้จากส่วนนี้ นำไปวิเคราะห์ร่วมกับผลที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพในตอนต้นเพื่ออธิบายพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

### 5.1.3 ผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ นำเสนอใน 2 รูปแบบ คือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาพรวม และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวตามลำดับชั้นคอนดังนี้

#### 5.1.3.1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาพรวม

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยว ด้วยตนเองในภาพรวมทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ และแม่บ้าน มีลักษณะดังนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 100,000 บาท หรือ ไม่เกิน 33,000 บาท กลุ่มที่มีแนวโน้มเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก คือ นักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัท การที่รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวไม่ค่อยสูง อาจเนื่อง จากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้ส่วนหนึ่งได้รับจากผู้ปกครองและจากการ ทำงานพิเศษ ส่วนกลุ่มพนักงานบริษัทมักเป็นพนักงานระดับต้นๆที่มีอายุการทำงาน ไม่มากนัก

รูปแบบการท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างแท้จริง มากกว่ามากับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ นักเรียน/นักศึกษานิยมมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด ส่วนพนักงานบริษัทมักใช้บริการแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ เพศชายเดินทางมาคนเดียว เป็นส่วนมาก แต่เพศหญิงมักมากับเพื่อน ในการเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นิยมเดินทางด้วยรถแท็กซี่ รถโดยสารประจำทาง และ รถตุ๊กๆ ตามลำดับ

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองอยากไปเที่ยวมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความชัดเจนในการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว เริ่มเจาะจงสถานที่ท่องเที่ยวลงไปเลย

ว่าเป็นเมืองไหน สถานที่ท่องเที่ยวแบบใด ไม่ท่องเที่ยวในวงกว้างตั้งแต่ก่อน การชักชวนของผู้อื่น มีอิทธิพลน้อยลง ส่วนแรงจูงใจเรื่องค่าใช้จ่ายถูก พบมากในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

กิจกรรมที่ปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว - การเที่ยวชมบ้านเมืองอย่างผิวเผินไม่ว่าจะเป็น การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือ การเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ ยังเป็นกิจกรรมหลักของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ส่วนการพักผ่อนหย่อนใจ และการช้อปปิ้ง ได้รับความนิยมในอันดับรองลงมา แสดงให้เห็นว่า ค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมของญี่ปุ่นยังมี อิทธิพลต่อกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติ ผลที่ได้ดังกล่าวสอดคล้องกับงานเขียนของ Nishiyama และงานวิจัยของ JTB Report 2000

ระยะเวลาพักและค่าใช้จ่าย - นักท่องเที่ยวมีวันพักเฉลี่ย 11.3 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 27,020.20 บาท ต่อคน หรือ คนละ 2,391.17 บาทต่อวัน ส่วนใหญ่จ่ายเป็นค่าที่พักมากที่สุด รองลงมา เป็นค่าใช้จ่ายในการช้อปปิ้งและพาหนะการเดินทาง การที่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยไม่ค่อยสูง มากนักอาจเนื่องจาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่พักราคาประหยัด เช่น โรงแรมที่มีเพียง สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และเกสต์เฮาส์ รับประทานอาหารรวดเร็วและร้านอาหาร ธรรมดาทั่วไป ไม่ค่อยให้ความสนใจกับการช้อปปิ้งมากนัก

กำหนดการท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยที่เดียวโดยเน้นท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร นิยมไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด เช่น พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว รองลงมา คือ วัดที่มีชื่อเสียง นอกจากนั้นเป็นตลาด(ตลาดบางลำพู ตลาดประตูน้ำ) ตลาดนัด สวนจตุจักร และเขาวราช ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงแม้จะยังนิยมท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่ มาจากพื้นฐานความชอบเดิมๆ แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีความต้องการที่จะได้ใกล้ชิดวิถีชีวิตของคน ในท้องถิ่นให้มากขึ้น

ส่วนผู้ที่ไปท่องเที่ยวที่อื่นๆนอกกรุงเทพมหานคร นิยมไป อุรุษยา เกาะสมุย เชียงใหม่ ภูเก็ต เชียงราย สุโขทัย พัทยา เกาะพีพี โคราช หนองคาย อุบลราชธานี และเกาะเต่า ตามลำดับ สถานที่ดังกล่าว มีทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่สามารถสร้างความ พึงพอใจให้กับชาวญี่ปุ่นผู้ชื่นชอบและสนใจในประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี และเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หาดทราย แสงแดดที่นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมทางน้ำที่ตน ชื่นชอบแต่ไม่มีโอกาสได้ทำบ่อยนักในประเทศของตน จึงกล่าวได้ว่า กำหนดการท่องเที่ยว ดังกล่าวยังยึดตามลักษณะความชอบ ความเคยชินเดิมๆที่เคยปฏิบัติในประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่

นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังไปท่องเที่ยวประเทศอื่นๆในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ด้วย เช่น กัมพูชา ลาว เวียดนาม พม่า มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และฮ่องกง ประเทศอื่นๆนอกภูมิภาคนี้ เช่น อินเดีย ปากีสถาน เนปาล และออสเตรเลีย ทำให้เห็น

ได้ว่าประเทศไทยเรามีคู่แข่งทางด้านการท่องเที่ยว คือ ประเทศเพื่อนบ้านของเราเองซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวคล้ายกับประเทศไทย รวมไปถึงประเทศในแถบเอเชียใต้ที่มีการรณรงค์ด้านการท่องเที่ยวอย่างมาก

ความคาดหวังในรูปแบบการท่องเที่ยวไทยครั้งต่อไป – นักท่องเที่ยวร้อยละ 96 ต้องการกลับมาเยือนประเทศไทยซ้ำ โดยจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้พักผ่อนอยู่ที่ใดที่หนึ่งเป็นเวลานานๆ และต้องการประสบการณ์ที่ได้สัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นให้มากขึ้น

จึงกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ได้ปรับเปลี่ยนไป คือ นิยมท่องเที่ยวอย่างธรรมชาติ ทำตัวใกล้ชิดกับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมากขึ้น แต่พฤติกรรมการท่องเที่ยวบางอย่าง ยังอิงอยู่กับค่านิยมของสังคม และวัฒนธรรมของจีน คือ ยังนิยมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเที่ยวชมบ้านเมืองอย่างฉาบฉวย และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบคล้ายๆกัน

แต่อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มนี้มีแนวโน้มใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนแนวปฏิบัติทางสังคมบางอย่างของชาวจีนส่วนหนึ่ง คือ ให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างในการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

จึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มนี้ มีแนวโน้มที่จะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ดีของไทยในอนาคต เนื่องจากมีความต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำสูงมาก นอกจากนี้ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ผู้ประกอบการรายย่อยชาวไทยอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่คนไทยอย่างแท้จริง เนื่องจากการใช้จ่ายสิ่งต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวไม่ใช่การเหมาจ่ายให้กับบริษัทนำเที่ยวของจีนดังที่เคยปฏิบัติมา

#### 5.1.3.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ผลการวิจัยในส่วนนี้ แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองจำแนกตามกลุ่มอาชีพ เพื่อที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะได้ทราบแนวโน้ม และหามาตรการที่เหมาะสมมาดำเนินการต่อไป มีผลการศึกษาดังนี้



## นักเรียน/นักศึกษา

นักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 100,000 เยน หรือ น้อยกว่า 33,000 บาท สักส่วนของนักศึกษาชายมีมากกว่านักศึกษาหญิงและมักมาท่องเที่ยวคนเดียวโดยจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนนักศึกษาหญิงมาท่องเที่ยวกับเพื่อนโดยใช้บริการแพคเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ

นักศึกษาชายตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย เนื่องจากค่าใช้จ่ายถูก รongลงมา คือ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไป และค่าชักรวนของครอบครัว/ญาติพี่น้อง แต่นักศึกษาหญิงมาจากมีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไปมากที่สุด รongลงมา คือ ค่าใช้จ่าย และค่าชักรวนของครอบครัว/ญาติพี่น้อง แสดงให้เห็นว่า ค่าใช้จ่ายเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้นักเรียน/นักศึกษาเลือกมาท่องเที่ยวไทยในครั้งนี้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ายังไม่มีรายได้ที่แน่นอนเป็นของตนเอง ค่าชักรวนของผู้อื่นยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่บ้าง

นักศึกษาหญิงและชาย มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเหมือนกัน คือ ต้องการเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมเป็นส่วนใหญ่ รongลงมา คือ เที่ยวชมภูมิทัศน์ธรรมชาติ และพักผ่อน วัตถุประสงค์ดังกล่าวสอดคล้องกับการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเที่ยวชมบ้านเมืองอย่างฉาบฉวยตามสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น แสดงให้เห็นถึงความชอบ ความเคยชินที่เคยปฏิบัติในประเทศของตนยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดังกล่าว ทำให้มองได้ว่า ประเทศไทยเรามีศักยภาพและข้อได้เปรียบในการท่องเที่ยวสูงที่จะจูงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เนื่องจากประเทศไทยเรามีแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเมืองทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่น่าศึกษาเรียนรู้อยู่มาก และยังมีค่าใช้จ่ายถูกอีกด้วย

การมาท่องเที่ยวครั้งนี้ นักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่จะจางมาท่องเที่ยวประเทศไทยที่เดียว ส่วนมากไปท่องเที่ยวยังพระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว รongลงมา คือ วัดที่มีชื่อเสียง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ตลาดบางลำพู และตลาดนัดสวนจตุจักร ตามลำดับ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆในต่างจังหวัดที่ได้รับความสนใจ เช่น อุทยาน เชียงราย เชียงใหม่ อุบลราชธานี พัทยา เกาะพีพี และเกาะสมุย นักศึกษาชายไปท่องเที่ยวประเทศอื่นๆด้วยทั้งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้ เช่น กัมพูชา พม่า ลาว มาเลเซีย สิงคโปร์ บาหลี อินเดีย ปากีสถาน และเนปาล

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยได้นานกว่ากลุ่มอื่นๆ มีวันพักเฉลี่ย 14.95 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน 24,888.89 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวค่อนข้างประหยัดและต้องการได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น ส่วนใหญ่จึงเลือกพักในเกสต์เฮาส์รับประทานอาหารเช้าตามรถเงินฝากลอย และร้านอาหารทั่วไป เดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง

รถตุ๊กๆ และรถแท็กซี่ แต่ถ้าไปต่างจังหวัด มักเดินทางด้วยรถไฟ รายจ่ายส่วนมากใช้เป็นค่าที่พัก นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองเป็นของฝากของที่ระลึก จะเห็นได้ว่าการใช้จ่ายของนักเรียน/นักศึกษาได้กระจายไปสู่ผู้ประกอบการรายย่อยชาวไทยอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนไทยอย่างแท้จริง

นักเรียน/นักศึกษามีความคาดหวังสูงที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำอีก โดยต้องการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองให้มากที่สุด ไปพักอยู่ที่ใดที่หนึ่งนานๆ และไปยังสถานที่ที่ไม่ค่อยมีคนท่องเที่ยวมากนัก

### พนักงานบริษัท

พนักงานบริษัทที่เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุประมาณ 25 - 34 ปี รองลงมา คือ อายุ 15 - 24 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 200,001 - 300,000 บาท หรือ ประมาณ 66,000 - 99,000 บาท ผู้ที่มาเป็นครั้งแรกมีสัดส่วนใกล้เคียงกับผู้มาท่องเที่ยวซ้ำ (51: 49) นิยมมาท่องเที่ยวกับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ ส่วนมากมากับเพื่อน รองลงมา คือ มาคนเดียว เพศชายเข้ามาท่องเที่ยวมากกว่าเพศหญิง

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ต้องการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไป และค่าใช้จ่ายถูก มีวัตถุประสงค์เพื่อเที่ยวชมบ้านเมืองอย่างผิวเผิน โดยต้องการเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาคือ เที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ นอกจากนั้นมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อช้อปปิ้ง กิจกรรมหลักที่ปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังทำคามสิ่งให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมมาแต่เดิม คือ เน้นการเที่ยวชมบ้านเมือง ส่วนการช้อปปิ้งลดน้อยลง มีสัดส่วนเท่ากับการพักผ่อนหย่อนใจ และการเที่ยวไปชมไป

พนักงานบริษัทใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลาดสั้นๆ มีวันพักเฉลี่ย 7.7 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 29,032.26 บาท ส่วนใหญ่จ่ายเป็นค่าที่พัก และช้อปปิ้ง นิยมซื้อของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นเมืองมากที่สุด รองลงมา คือ ผ้าไหม

วันพักเฉลี่ยในประเทศไทยดังกล่าว ทำให้มองได้ว่า ค่านิยมและจริยธรรมการทำงาน ของสังคมญี่ปุ่นยังมีอิทธิพลต่อการกำหนดระยะเวลาท่องเที่ยวของกลุ่มนี้ พนักงานบริษัทส่วนใหญ่ ยังไม่นิยมหยุดงานนานๆ เพื่อใช้เวลาไปกับการท่องเที่ยว

ในการท่องเที่ยวนั้น พนักงานบริษัทลดความหิวหยาและความชุ่มเฟื้อยลงไปมาก ส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยวอย่างธรรมดาที่ทำให้ได้พบเห็น ได้ใกล้ชิดวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น ถึงแม้ส่วนใหญ่จะพักในโรงแรมแต่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับระดับของที่พักรักมากนัก เลือกที่พักโดยคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ และตั้งอยู่ในทำเลที่มีสภาพแวดล้อมดี

อีกสิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการท่องเที่ยวอย่างธรรมดา คือ พฤติกรรมการรับประทานอาหาร พนักงานบริษัทส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจอาหารตามภัตตาคารและโรงแรมหรูหร่า แต่กลับให้ความสนใจกับอาหารตามรถเข็นแผงลอย และร้านอาหารทั่วไปที่คนในท้องถิ่นรับประทานกันตามปกติมากขึ้น

พาหนะการเดินทางก็เช่นเดียวกัน นักท่องเที่ยวส่วนมากเลือกเดินทางด้วยรถสาธารณะ เช่น รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า รถตุ๊กๆ และรถโดยสารประจำทางตามลำดับ ถึงดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มพนักงานบริษัท จากที่ต้องนั่งรถนำเที่ยวหรูหราเป็นส่วนตัวเฉพาะกลุ่มมาผจญภัยบนดินแดนเล็กน้อยบนรถบริการสาธารณะ ทั้งนี้เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวซ้ำในสัดส่วนที่มาก มีประสบการณ์ท่องเที่ยวหลายๆครั้ง ทำให้มีความมั่นใจในการดูแลตนเอง จึงไม่ต้องการใช้จ่ายเงินมากมายเพื่อซื้อ “ผ้าห่มแห่งความปลอดภัย” ในสถานที่ท่องเที่ยวอีกต่อไป ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับของ March

สำหรับกำหนดการท่องเที่ยวนั้น พนักงานบริษัทส่วนมากจะลงมาท่องเที่ยวประเทศไทยที่เดียว โดยเน้นการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นหลัก ไปเที่ยวชมพระบรมหาราชวังและวัดพระแก้วมากที่สุด รองลงมา คือวัดที่มีชื่อเสียง และ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หากไปเที่ยวต่างจังหวัดมักเลือกไป อโยธยา สุโขทัย อุบลราชธานี เกาะเต่า ภูเก็ต นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งไปเที่ยวต่างประเทศเพื่อนบ้านของไทยด้วย เช่น ลาว เวียดนาม กัมพูชา พม่า และมาเลเซีย

ในอนาคต นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการกลับมาเยือนประเทศไทยซ้ำอีกโดยจัดการท่องเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเองให้มากที่สุด คาดหวังจะได้สัมผัสวิถีชีวิตผู้คนในท้องถิ่นให้มากขึ้น และมีแนวโน้มไปพักผ่อนยังที่ใดที่หนึ่งเพียงแห่ง สองแห่งเป็นเวลานานๆ

### พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก เพศชายมีมากกว่าเพศหญิง ส่วนมากอายุประมาณ 35 ปีขึ้นไป รองลงมามีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 100,001 – 200,000 บาทต่อเดือน มาท่องเที่ยวเองมากกว่า มากับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ นิยมท่องเที่ยวคนเดียวเท่ากับท่องเที่ยวกับเพื่อน และคู่สมรส

แรงจูงใจหลักในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไป รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายถูก ส่วนใหญ่ต้องการมาเที่ยวชมบ้านเมืองเป็นหลักซึ่งมีทั้งเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ นอกจากนั้นมาเพื่อการพักผ่อน

การเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการเรื่องพาหนะเดินทางด้วยตนเอง เดินทางด้วยรถแท็กซี่มากที่สุด รองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง และรถตุ๊กๆ ผู้ที่ใช้บริการรถนำเที่ยวมีเพียงส่วนน้อย หากไปแหล่งท่องเที่ยวในต่างจังหวัดมักไปกับรถโดยสารประจำทาง เครื่องบิน และรถไฟ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่เดียว รองลงมา ต้องการเที่ยวทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด และไปเที่ยวประเทศอื่นด้วย พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้วเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมไปมากที่สุด รองลงมา คือ วัดที่มีชื่อเสียง และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ นอกจากนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวในต่างจังหวัด คือ อุทยาน ภูเก็ล เชียงราย สุโขทัย พัทยา และเกาะพีพี ส่วนต่างประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว และสิงคโปร์

กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ปฏิบัติไม่ได้แตกต่างไปจากที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ปฏิบัติมาแต่เดิม คือ ยังมุ่งเน้นการเที่ยวชมบ้านเมืองเป็นหลักทั้งเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการชมเที่ยวชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ ส่วนที่ได้รับความนิยมรองลงมา คือ การพักผ่อนหย่อนใจ เที่ยวไปชิมไป และ ช้อปปิ้ง ตามลำดับ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าการช้อปปิ้งได้รับความนิยมน้อยลง ซึ่งแตกต่างไปจากแนวปฏิบัติเดิม

นอกจากนั้น ยังต้องการท่องเที่ยวอย่างธรรมชาติ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารตามร้านอาหารทั่วไปและรถเข็นแผงลอย ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับระดับของที่พัก ต้องการที่พักที่ราคาไม่แพง เพียงมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานนับว่าเพียงพอแล้ว แต่หากอยู่ใกล้แหล่งช้อปปิ้งจะยิ่งดี ในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ ส่วนใหญ่เลือกพักในโรงแรม รองลงมาเป็นเกสต์เฮาส์

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีวันพักเฉลี่ยในประเทศไทย เพียง 6.8 วัน ทำให้มองได้ว่าค่านิยมและจริยธรรมการทำงานของสังคมญี่ปุ่นยังมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อยู่มาก ทำให้ไม่นิยมหยุดงานนานๆ เพื่อใช้เวลาท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน 24444.44 บาท ส่วนใหญ่ต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองเป็นของฝากของที่ระลึกมากที่สุด รองลงมา คือ สินค้าอื่นๆ ผ้าไหม และเพชรพลอยตามลำดับ

ในการท่องเที่ยวไทยครั้งต่อไป ต้องการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ตั้งใจไปเที่ยวที่ใหม่ๆ ไม่ซ้ำที่เดิม และ ไปยังสถานที่ที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวมากนัก รวมทั้งอยากใกล้ชิดวิถีชีวิตผู้คนในท้องถิ่นให้มากขึ้น

## แม่บ้าน

แม่บ้านส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกโดยใช้บริการแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ นิยมมากับคู่สมรส มีแรงจูงใจสำคัญในการท่องเที่ยว คือ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไป และคำชักชวนของครอบครัวและญาติพี่น้อง

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวมีเพียงอย่างเดียว คือ เพื่อเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมซึ่งแตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ ที่มีจุดประสงค์การท่องเที่ยวหลากหลาย ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเป็นการเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น รวมไปถึงการเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์ศิลปะ ส่วนการช้อปปิ้งมีไม่มากนัก

แม่บ้านทั้งหมดเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยโดยเฉพาะ ส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว รองลงมา คือ วัดที่มีชื่อเสียง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ และตลาดเยาวราช นอกจากนั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวใกล้ๆ คือ อยุธยา จะเห็นได้ว่า ทั้งการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวยังคงอิงอยู่กับความชอบ ความเคยชินที่ได้ปฏิบัติในประเทศของตน แสดงให้เห็นถึงค่านิยมในสังคมและวัฒนธรรมของญี่ปุ่นยังคงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดังกล่าว

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของแม่บ้านสูงกว่าของกลุ่มอื่นๆ คือ 30,000 บาท จากวันพักเฉลี่ย 5.5 วัน วันพักเฉลี่ยดังกล่าวค่อนข้างสั้นเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่นๆ ทั้งนี้อาจเนื่องจากอิทธิพลของค่านิยมในสังคมญี่ปุ่นที่แม่บ้านที่ติดต้องอุทิศเวลาทั้งหมดในการดูแลครอบครัว ไม่สามารถละทิ้งหน้าที่ของคนได้นานๆ จึงนิยมท่องเที่ยวในช่วงสั้นๆ

ในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้แม่บ้านทั้งหมดพักในโรงแรมที่คิดว่าตนเองสามารถพักได้อย่างวางใจ เลือกรถแท็กซี่เป็นพาหนะเดินทางมากที่สุด รองลงมาเป็นรถนำเที่ยว(ชื่อแพ็คเกจทัวร์ของบริษัทนำเที่ยวของไทย) รถตุ๊กๆ และเรือ เป็นต้น นิยมรับประทานอาหารที่ขายตามรถเข็นแผงลอย และร้านอาหารทั่วไป ซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองเป็นของฝากของที่ระลึกมากที่สุด รองลงมา คือ เครื่องปั้นดินเผา

แม่บ้านมีความคาดหวังสูงที่จะได้กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำ และต้องการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าเมื่อมีประสบการณ์ท่องเที่ยวซ้ำ ทำให้มีความมั่นใจที่จะดูแลตนเองมากขึ้นจึงลดการพึ่งพาบริษัทนำเที่ยว ต้องการไปเที่ยวชมสถานที่ที่มีชื่อเสียงพักผ่อนที่ใดที่หนึ่งเพียงแห่ง สองแห่งนานๆ และต้องการสัมผัสวิถีชีวิตผู้คนในท้องถิ่นให้มากขึ้น

จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ ค่อนข้างมี

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบเหมือนกัน และไม่ค่อยแตกต่างกันมากนักที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทั่วไปนิยมกัน ส่วนใหญ่ยังยึดติดอยู่กับความเคยชินที่เคยปฏิบัติในประเทศของตน แสดงให้เห็นถึงค่านิยมและแนวปฏิบัติทางสังคม และวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเหล่านี้อยู่มาก แต่กระนั้นก็เริ่มต้องการที่จะท่องเที่ยวอย่างธรรมดา เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นมากขึ้น

### ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้แล้วประสบปัญหา หรือมีสิ่งที่ไม่ชอบใจหลายประการด้วยกัน สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. การหลอกลวงนักท่องเที่ยว จากบรรดาคนขับรถแท็กซี่และคนขับรถตุ๊กๆ ไม่พาผู้โดยสารไปยังที่หมายมักปล่อยลงระหว่างทาง หรือหลอกพาไปที่อื่น
2. การคดโกง ได้แก่ การโกงราคาค่าโดยสารจากคนขับรถแท็กซี่และเรือนำเที่ยว รวมทั้งจากเจ้าของร้านค้าต่างๆ
3. เงินและทรัพย์สินมีค่าสูญหาย ถูกฉ้อโกงกระเป๋าใบนรดประจำทาง
4. คนไทยเอารัดเอาเปรียบไม่มีความจริงใจต่อนักท่องเที่ยว
5. รับประทานอาหารไทยไม่ได้ เนื่องจากรสจัดและกลิ่นแรง
6. สภาพการจราจรติดขัด ทำให้เสียเวลาในการเดินทาง
7. ปัญหาด้านภาษา เนื่องจากไม่เข้าใจทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
8. การบริการต่างๆยังไม่ดีเพียงพอ ผู้ค้าขายใช้วาจาไม่สุภาพ
9. กำหนดการท่องเที่ยวมีรายการขอปิ้งมากเกินไป (กรณีซื้อแพ็คเกจทัวร์ของไทย)
10. โทรศัพท์สาธารณะส่วนมากขัดข้องใช้การไม่ได้ เสียงไม่ชัด

### 5.2 ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองในครั้งนี้ เน้นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาพรวม หากได้ศึกษาเพิ่มเติมเฉพาะกลุ่มลงไป โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาซึ่งมีแนวโน้มเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต

תורת המשפט

## แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง : กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นมาเพื่อรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษาและจัดทำวิทยานิพนธ์

หลักสูตรปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาญี่ปุ่นศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะถือเป็นความลับ

คงเห็นได้จากท่านไม่ต้องระบุชื่อ หรือที่อยู่ของท่านในแบบสอบถามนี้แต่อย่างใด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ทำเครื่องหมาย / ลงใน ( )

## 1. เพศ

1 ( ) ชาย

2 ( ) หญิง

## 2. อายุ

1 ( ) ต่ำกว่า 15 ปี

2 ( ) 15-24 ปี

3 ( ) 25-34 ปี

4 ( ) 35-44 ปี

5 ( ) 45-54 ปี

6 ( ) 55 ปี ขึ้นไป

## 3. ท่านจบการศึกษาระดับใด

1 ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น

2 ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย

3 ( ) อาชีวศึกษา

4 ( ) ปริญญาตรี

5 ( ) ปริญญาโท

6 ( ) ปริญญาเอก

## 4. อาชีพของท่านในปัจจุบัน

1 ( ) นักเรียน/นักศึกษา

2 ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3 ( ) พนักงานบริษัท

4 ( ) ประกอบกิจการส่วนตัว

5 ( ) แม่บ้าน

6 ( ) อื่นๆ...

## 5. รายได้ต่อเดือน

1 ( ) น้อยกว่า 100,000 เยน

2 ( ) 100,001-200,000 เยน

3 ( ) 200,001-300,000 เยน

4 ( ) 300,001-400,000 เยน

5 ( ) 400,001-500,000 เยน

6 ( ) 500,001-600,000 เยน

7 ( ) 600,001-700,000 เยน

8 ( ) 700,000 เยนขึ้นไป



ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

6. การมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้เป็นครั้งที่เท่าไร

- |                  |                       |
|------------------|-----------------------|
| 1 ( ) ครั้งแรก   | 2 ( ) ครั้งที่ 2      |
| 3 ( ) ครั้งที่ 3 | 4 ( ) ครั้งที่ 4      |
| 5 ( ) ครั้งที่ 5 | 5 ( ) มากกว่า 5 ครั้ง |

7. การมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านมากับใคร

- |                     |                         |
|---------------------|-------------------------|
| 1 ( ) มาคนเดียว     | 2 ( )สามี / ภรรยา       |
| 3 ( ) ครอบครัว/ญาติ | 4 ( ) เพื่อน / คนรู้จัก |
| 5 ( ) เพื่อนร่วมงาน | 6 ( ) อื่นๆ...          |

8. แรงจูงใจที่ทำให้ท่านตัดสินใจมาเที่ยวเมืองไทยคืออะไร(เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |                                     |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 1 ( ) มีสถานที่ที่อยากไปเที่ยว      | 2 ( ) การชักชวนของครอบครัว / เพื่อน |
| 3 ( ) ค่าใช้จ่ายถูก                 | 4 ( ) ใกล้กับประเทศญี่ปุ่น          |
| 5 ( ) คนไทยเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว | 6 ( ) บ้านเมืองสงบ / ปลอดภัย        |
| 7 ( ) อื่นๆ...                      |                                     |

9. วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวครั้งนี้คืออะไร

- 1 ( ) ชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ
- 2 ( ) ชมที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม
- 3 ( ) ช้อปปิ้ง
- 4 ( ) พักผ่อนหย่อนใจ
- 5 ( ) ท่องราตรี
- 6 ( ) ดูแลความงาม สุขภาพ
- 7 ( ) อื่นๆ...

10. การจัดการท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ ท่านทำอย่างไร

- 1 ( ) จัดการเรื่องบัตรโดยสารเครื่องบิน พาหนะการเดินทางและที่พักด้วยตนเอง
- 2 ( ) มากับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ

11. การท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ มีเวลานานเท่าใด

- |                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| 1 ( ) 1-3 วัน   | 2 ( ) 4-7 วัน      |
| 3 ( ) 8-14 วัน  | 4 ( ) 15-21 วัน    |
| 5 ( ) 22-30 วัน | 6 ( ) 30 วันขึ้นไป |

## 12 ท่านพักสถานที่ใด

- |                   |                               |
|-------------------|-------------------------------|
| 1 ( ) โรงแรม      | 2 ( ) หอพักเยาวชน             |
| 3 ( ) อพาร์ทเมนต์ | 4 ( ) บ้านคนรู้จัก / บ้านญาติ |
| 5 ( ) เกสต์เฮาส์  | 6 ( ) อื่นๆ....               |

## 13 ราคาที่พักต่อคืน

- |                        |                         |
|------------------------|-------------------------|
| 1 ( ) ต่ำกว่า 100 บาท  | 2 ( ) 100- 500 บาท      |
| 3 ( ) 501-900 บาท      | 4 ( ) 901-1,500 บาท     |
| 5 ( ) 1,501-2,000 บาท  | 6 ( ) 2,001-3,000 บาท   |
| 7 ( ) 3,001-4,000 บาท  | 8 ( ) 4,001 - 5,000 บาท |
| 9 ( ) 5,000 บาท ขึ้นไป |                         |

## 14 ท่านเลือกที่พักดังกล่าวด้วยเหตุผลใด( เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |  |  |
|--|--|
| 1 ( ) หรุกรหา                          | 2 ( ) มีชื่อเสียง                      |
| 3 ( ) ชาวญี่ปุ่นสามารถพักได้อย่างวางใจ | 4 ( ) มีบริการพิเศษสำหรับชาวญี่ปุ่น    |
| 5 ( ) ซอปปิ้งได้สะดวก                  | 6 ( ) รับประทานอาหารสะดวก              |
| 7 ( ) ใกล้แหล่งท่องเที่ยว              | 8 ( ) การคมนาคมรอบๆสะดวก               |
| 9 ( ) มีความปลอดภัย                    | 10 ( ) สภาพแวดล้อมดี                   |
| 11 ( ) ราคาถูก                         | 12 ( ) มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน |
| 13 ( ) อื่นๆ...                        |  |

## 15 การมาท่องเที่ยวกรุงเทพครั้งนี้ ท่านจะ ไป ที่ใดสถานที่ใด ( เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |                                    |                                       |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| 1 ( ) พระบรมมหาราชวัง / วัดพระแก้ว | 2 ( ) วัดที่มีชื่อเสียง               |
| 3 ( ) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ       | 4 ( ) พิพิธภัณฑ์ศิลปะ                 |
| 5 ( ) สวนสัตว์ดุสิตวนาราม          | 6 ( ) ตลาดนัดสวนจตุจักร.              |
| 7 ( ) ตลาดเยาวราช                  | 8 ( ) ตลาด (บางลำพู ประตูน้ำ เป็นต้น) |
| 9 ( ) แหล่งท่องเที่ยวกลางคืน       | 10 ( ) อื่นๆ...                       |

## 16 นอกจากท่องเที่ยวในกรุงเทพแล้ว ท่านมีแผนจะ ไปเที่ยวที่ใดอีก (ระบุ)

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| 1 ( ) ในประเทศไทย..... | 2 ( ) ต่างประเทศ..... |
| 3 ( ) ไม่มี            |                       |

17 พาหนะที่ท่านใช้บ่อยที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |                  |                            |
|------------------|----------------------------|
| 1 ( ) รถนำเที่ยว | 2 ( ) รถแท็กซี่            |
| 3 ( ) รถไฟฟ้า    | 4 ( ) รถโดยสารประจำทาง     |
| 6 ( ) รถเช่า     | 7 ( ) รถของคนรู้จัก / ญาติ |
| 8 ( ) รถตุ๊กๆ    | 9 ( ) อื่นๆ...             |

18 พาหนะที่ท่านใช้บ่อยที่สุดในการท่องเที่ยวตามเมืองต่างๆในประเทศไทย (/ ได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |                        |                            |
|------------------------|----------------------------|
| 1 ( ) เครื่องบิน       | 2 ( ) รถไฟ                 |
| 3 ( ) รถโดยสารประจำทาง | 4 ( ) รถแท็กซี่            |
| 5 ( ) รถเช่า           | 6 ( ) รถของคนรู้จัก / ญาติ |
| 7 ( ) อื่นๆ....        |                            |

19 การจัดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านทำอย่างไร

- 1 ( ) เลือกสถานที่ที่อยากไปเที่ยวแล้วไปด้วยตนเอง
- 2 ( ) ไปกับแพ็คเกจทัวร์แบบมีเวลาอิสระของบริษัทนำเที่ยวของญี่ปุ่น
- 3 ( ) ไปกับแพ็คเกจทัวร์เบ็ดเสร็จ(full package)ของบริษัทนำเที่ยวของไทย
- 4 ( ) ไปกับแพ็คเกจทัวร์แบบมีเวลาอิสระของบริษัทนำเที่ยวของไทย
- 5 ( ) อื่นๆ...

20 ในระหว่างท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ท่านมักจะรับประทานอาหารที่ใด

- |                           |                                       |
|---------------------------|---------------------------------------|
| 1 ( ) ภัตตาคารมีชื่อเสียง | 2 ( ) ห้องอาหารในโรงแรม               |
| 3 ( ) ร้านอาหารญี่ปุ่น    | 4 ( ) ร้านอาหารที่คนท้องถิ่นรับประทาน |
| 5 ( ) ร้านฟาสต์ฟู้ด       | 6 ( ) ร้านแผงลอย                      |
| 7 ( ) อื่นๆ....           |                                       |

21 ส่วนใหญ่ท่านรับประทานอาหารประเภทไหน

- |                      |                  |
|----------------------|------------------|
| 1 ( ) อาหารญี่ปุ่น   | 2 ( ) อาหารไทย   |
| 3 ( ) อาหารจีน       | 4 ( ) อาหารฝรั่ง |
| 5 ( ) อาหารฟาสต์ฟู้ด | 6 ( ) อื่นๆ....  |

22 ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้(ไม่รวมค่าบัตรโดยสารเครื่องบินไปกลับ)

- |                          |                         |
|--------------------------|-------------------------|
| 1 ( ) ต่ำกว่า 15,000 บาท | 2 ( ) 15,001-25,000 บาท |
| 3 ( ) 25,001-35,000 บาท  | 4 ( ) 35,001-45,000บาท  |
| 5 ( ) 45,001-50,000 บาท  | 6 ( ) 50,000 บาทขึ้นไป  |

## 23. ค่าใช้จ่ายสิ่งใดมากที่สุด

- |                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| 1 ( ) การเดินทางในประเทศไทย | 2 ( ) อาหาร      |
| 3 ( ) ที่พัก                | 4 ( ) ขอบปิ้ง    |
| 5 ( ) สิ่งบันเทิง           | 6 ( ) อื่นๆ..... |

## 24. ท่านซื้อสิ่งใดเป็นของที่ระลึก( เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |                                  |                                   |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| 1 ( ) ผ้าไหมไทย                  | 2 ( ) เพ็ชรพลอย                   |
| 3 ( ) ผลิตภัณฑ์/เครื่องประดับทอง | 4 ( ) ผลิตภัณฑ์/เครื่องประดับเงิน |
| 5 ( ) ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม         | 6 ( ) ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย         |
| 7 ( ) หัตถกรรมพื้นเมือง          | 8 ( ) เครื่องหนัง                 |
| 9 ( ) เครื่องปั้นดินเผา          | 10 ( ) อื่นๆ.....                 |

## 25. อะไรคือกิจกรรมที่ท่านทำในแหล่งท่องเที่ยว ( เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1 ( ) ชมภูมิทัศน์/ธรรมชาติ
- 2 ( ) ชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม
- 3 ( ) ขอบปิ้ง
- 4 ( ) พักผ่อน
- 5 ( ) เที่ยวชมหอศิลป์ / พิพิธภัณฑ์
- 6 ( ) เที่ยวไปจิมไป
- 7 ( ) เล่นน้ำ
- 8 ( ) ดำน้ำ
- 9 ( ) เยี่ยมเยือนครอบครัว/เพื่อน
- 10 ( ) ชม / เล่นกีฬาต่างๆ
- 11 ( ) เดินป่า / ปีนเขา
- 12 ( ) ท่องชีวิตราตรี
- 13 ( ) ชมวิถีชีวิตพื้นบ้านของไทย
- 14 ( ) อื่นๆ

ส่วนที่ 3 รูปแบบการท่องเที่ยวที่คาดหวัง

26 หากกลับมาเยือนประเทศไทยซ้ำ ท่านต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใด

1 การจัดการท่องเที่ยว

- ( ) จัดการเรื่อง โรงแรมที่พัก การเดินทางด้วยตนเองให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้  
 ( ) ใช้บริการแพ็คเกจทัวร์ประเภทมีเวลาว่างอิสระ

2 รูปแบบการท่องเที่ยว

- ( ) อยากเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้  
 ( ) อยากเที่ยวช้านานๆยังแหล่งท่องเที่ยวที่เคยไป  
 ( ) อยากพักผ่อนที่ใดที่หนึ่งเพียงแห่งเดียวหรือสองแห่งเท่านั้น  
 ( ) อยากเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ทุกครั้ง

3 การเลือกแหล่งท่องเที่ยว

- ( ) เที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยมีคนไปมากนัก  
 ( ) เที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

4 ที่พัก

- ( ) พักในโรงแรมที่หรูหรา มีคุณภาพ ถึงแม้จะราคาแพงก็ไม่ใช่ไร  
 ( ) พักในโรงแรมใดก็ได้หากมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน

5 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

- ( ) ใช้เวลาสนุกสนานกับเพื่อนๆ ในแหล่งท่องเที่ยว  
 ( ) เที่ยวชมท้องถิ่นนั้นพร้อมกับได้มีประสบการณ์ตรงในแหล่งท่องเที่ยว

6 การรับประทานอาหาร

- ( ) อยากรับประทานอาหารชั้นเลิศในแหล่งท่องเที่ยว  
 ( ) อยากรับประทานอาหารตามร้านที่คนท้องถิ่นรับประทานกันในแหล่งท่องเที่ยว

7 การช้อปปิ้ง

- ( ) อยากซื้อสิ่งต่างๆมากมายรวมทั้งซื้อของฝากให้แก่ครอบครัวและเพื่อน  
 ( ) อยากซื้อของเพื่อใช้เองก่อนเป็นเบื้องต้น

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

27 การมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ ท่านประสบปัญหาหรือมีสิ่งไม่พอใจอะไรบ้าง

1. ....  
 2. ....

28 หากมีโอกาสท่านจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกหรือไม่

- ( ) มา ( ) ไม่มา

เหตุผล.....

## アンケート

このアンケートはタマサート大学の日本語教育学科の大院課程卒業論文のために実施しています。そのために率直な回答をお願いします。ご回答は他に漏れることはいっさいありません。ご協力ありがとうございます。

説明 : あなたの ご意見と同じものを一つ選び、□に / 印をつけて下さい。

## 第一部 : あなたについての質問。

## 1. 性

男性女性

## 2. 年齢

15歳以下15-24歳25-34歳35-44歳45-54歳55歳以上

## 3. 学歴

中学卒業高校卒業専門学卒業大学卒業大院修士課程卒業大院博士課程卒業

## 4. 職業

学生公務員 ・ 国営事業職員会社員自営業主婦その他.....

## 5. 月給

100,000円以下100,001-200,000円200,001-300,000円300,001-400,000円400,001-500,000円500,001-600,000円600,000-700,000円700,000円以上

## 第二部 : 旅行についての質問。

## 6. 今回のタイ旅行は何回目ですか。

はじめて2回目3回目4回目5回目5回目以上

7. 今回の旅行は、誰と来ましたか。

- |                                  |                                  |
|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 一人で     | <input type="checkbox"/> 夫婦のみ、   |
| <input type="checkbox"/> 家族 ・ 親族 | <input type="checkbox"/> 友人 ・ 知人 |
| <input type="checkbox"/> 会社の同僚   | <input type="checkbox"/> その他...  |

8. タイ旅行に行こうと決めたきっかけは何でしたか。(一つ以上選べます。)

- |  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 行きたい旅行先があった   | <input type="checkbox"/> 家族・友人の誘い |
| <input type="checkbox"/> 旅行費が安い        | <input type="checkbox"/> 日本から近い   |
| <input type="checkbox"/> 外国人は観光客に親切だから | <input type="checkbox"/> 治安・安全がよい |
| <input type="checkbox"/> その他...        |                                   |

9. 今回のタイ旅行の目的はなんですか。

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 自然風景の観光 | <input type="checkbox"/> 歴史、文化の観光       |
| <input type="checkbox"/> 買い物     | <input type="checkbox"/> のんびり休息         |
| <input type="checkbox"/> ナイトツアー  | <input type="checkbox"/> エステ・マッサージなどの癒し |
| <input type="checkbox"/> その他...  |   |

10. 今回のタイ旅行の手配はどうやりましたか。

- 航空券や乗り物やホテルの手配は自分でした
- フリータイム型パッケージツアーに参加した

11. 今回のタイ旅行はどのぐらいの期間を予定していますか。

- |                                  |                                  |
|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1-3日間   | <input type="checkbox"/> 4-7日間   |
| <input type="checkbox"/> 8-14日間  | <input type="checkbox"/> 15-21日間 |
| <input type="checkbox"/> 22-30日間 | <input type="checkbox"/> 30日間以上  |

12. どちらに泊まっていますか。

- |                                 |                                   |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ホテル    | <input type="checkbox"/> ユースホステル  |
| <input type="checkbox"/> アパート   | <input type="checkbox"/> 知人 ・ 親戚宅 |
| <input type="checkbox"/> ゲストハウス | <input type="checkbox"/> その他...   |

13. 利用宿泊施設は一泊いくらぐらいですか

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 100 パーツ以下       | <input type="checkbox"/> 100-500 パーツ     |
| <input type="checkbox"/> 501-900 パーツ     | <input type="checkbox"/> 901-1,500 パーツ   |
| <input type="checkbox"/> 1,501-2,000 パーツ | <input type="checkbox"/> 2,001-3,000 パーツ |
| <input type="checkbox"/> 3,001-4,000 パーツ | <input type="checkbox"/> 4,000-5,000 パーツ |
| <input type="checkbox"/> 5,000 パーツ以上     |  |

14. どのような理由でその宿泊場所を選びましたか。(一つ以上選べます。)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 高級だから          | <input type="checkbox"/> 有名だから              |
| <input type="checkbox"/> 日本人が安心して泊まれるから | <input type="checkbox"/> 日本人向けのサービスが充実してるから |
| <input type="checkbox"/> 買い物に便利だから      | <input type="checkbox"/> 食事に便利だから           |
| <input type="checkbox"/> 観光地に近いから       | <input type="checkbox"/> 回りの交通が便利だから        |
| <input type="checkbox"/> 安全だから          | <input type="checkbox"/> いい環境だから            |
| <input type="checkbox"/> 安いから           | <input type="checkbox"/> 基本的な設備が備わっているから    |
| <input type="checkbox"/> その他..          |   |

15. 今回のバンコク市内観光の予定はどちらですか。(一つ以上選べます。)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 王宮 / ワット・プラ・ケオ | <input type="checkbox"/> 有名なお寺                 |
| <input type="checkbox"/> 国立博物館          | <input type="checkbox"/> 美術館                   |
| <input type="checkbox"/> デュシット動物園       | <input type="checkbox"/> ヴィークエンド・マーケット         |
| <input type="checkbox"/> チャイナタウン        | <input type="checkbox"/> 市場 (バンランプー、プラトゥーナムなど) |
| <input type="checkbox"/> 夜遊びエリア         | <input type="checkbox"/> その他...                |

16. バンコク以外に旅行の予定はどちらですか。(示して下さい)

- |                                     |                                  |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイの国内..... | <input type="checkbox"/> 海外..... |
| <input type="checkbox"/> なし         |                                  |

17. バンコク市内を観光する場合、どんな乗り物をよく使いますか。(一つ以上選べます。)

- |                                 |                                   |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 観光バス   | <input type="checkbox"/> タクシー     |
| <input type="checkbox"/> 電車     | <input type="checkbox"/> バス       |
| <input type="checkbox"/> レンタカー  | <input type="checkbox"/> 知人、親戚の車  |
| <input type="checkbox"/> トゥクトゥク | <input type="checkbox"/> その他..... |

18. タイの地方都市を旅行する場合、どんな乗り物をよく使いますか。(一つ以上選べます。)

- |                                 |                                  |
|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 国内線飛行機 | <input type="checkbox"/> 列車      |
| <input type="checkbox"/> バス     | <input type="checkbox"/> タクシー    |
| <input type="checkbox"/> レンタカー  | <input type="checkbox"/> 知人、親戚の車 |
| <input type="checkbox"/> その他... |                                  |

19. 現地での旅行手配はどうやりましたか。

- 自分で行きたい所を選んで旅程を組んだ
- 日本の旅行会社のフリータイム型パッケージに参加した
- タイの旅行会社のフルパッケージ型に参加した
- タイの旅行会社のフリータイム型パッケージに参加した
- その他...



20. タイ旅行の間に、だいたいどちらで食事しますか。
- |                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 有名なレストラン | <input type="checkbox"/> ホテル内のレストラン       |
| <input type="checkbox"/> 日本料理店    | <input type="checkbox"/> 現地の人々がふだん利用する料理店 |
| <input type="checkbox"/> ファストフード店 | <input type="checkbox"/> 屋台               |
| <input type="checkbox"/> その他...   |   |
21. だいたいどんな料理を食べていますか
- |                                  |                                 |
|----------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 日本料理    | <input type="checkbox"/> タイ料理   |
| <input type="checkbox"/> 中国料理    | <input type="checkbox"/> 洋風料理   |
| <input type="checkbox"/> ファストフード | <input type="checkbox"/> その他... |
22. 今回のタイ旅行の総費用はどのくらいですか。(往復航空券費は含みません。)
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 15,000 バーツ以下      | <input type="checkbox"/> 15,001-25,000 バーツ  |
| <input type="checkbox"/> 25,001-35,000 バーツ | <input type="checkbox"/> 35,001-45,000, バーツ |
| <input type="checkbox"/> 45,001-50,000 バーツ | <input type="checkbox"/> 50,000 バーツ以上       |
23. 何のために一番費用がかかりましたか。
- |                                    |                                   |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイの国内交通   | <input type="checkbox"/> 食事       |
| <input type="checkbox"/> 宿泊        | <input type="checkbox"/> ショッピング   |
| <input type="checkbox"/> エンターテイメント | <input type="checkbox"/> その他..... |
24. おみやげは何にしますか。(一つ以上選べます。)
- |                                |                                 |
|--------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> タイシルク | <input type="checkbox"/> 宝石     |
| <input type="checkbox"/> 金製品   | <input type="checkbox"/> 銀製品    |
| <input type="checkbox"/> シルク製品 | <input type="checkbox"/> コットン製品 |
| <input type="checkbox"/> 民芸品   | <input type="checkbox"/> 皮革製品   |
| <input type="checkbox"/> 焼き物   | <input type="checkbox"/> その他... |
25. 旅行先で行った活動は何でしたか。(一つ以上選べます)
- |                                      |                                     |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 自然風景の観光     | <input type="checkbox"/> 歴史、文化の観光   |
| <input type="checkbox"/> 買い物         | <input type="checkbox"/> のんびり休息     |
| <input type="checkbox"/> 美術館、博物館の見学  | <input type="checkbox"/> 食べ歩き       |
| <input type="checkbox"/> 海水浴         | <input type="checkbox"/> スキューバダイビング |
| <input type="checkbox"/> 家族、友人の訪問    | <input type="checkbox"/> その他のスポーツ   |
| <input type="checkbox"/> ハイキング、登山    | <input type="checkbox"/> ナイトツアー     |
| <input type="checkbox"/> タイ伝統的な生活の観光 | <input type="checkbox"/> その他...     |

### 第 三 部 : 将来希望する旅行スタイル

26. 今後、タイを再び訪ねる場合、どのようなことを希望しますか。

#### 1 旅行の手配

- 乗り物やホテルの手配はできるだけ自分でする
- フリータイム型パッケージツアーをできるだけ利用する

#### 2 旅程の組み方

- 効率よく多くの地域を訪問したい
- かつて行った所へ何回も旅行したい
- 1カ所か2カ所にのんびり滞在したい
- 毎回違った所へ旅行したい

#### 3 旅行先の選び方

- あまり人の行かない旅行先を選ぶ
- 有名な旅行先を選ぶ

#### 4 宿泊施設

- 多少費用は高くなってもホテルの質や格式は重視する
- 基本的な設備が備わっていればホテルにはこだわらない

#### 5 旅行先での行動

- 旅行先では同行者と楽しく過ごすことを最優先する
- 旅行先では現地で見たり体験したりすることを最優先する

#### 6 食事

- 旅行先では最高級の食事がしたい
- 旅行先では現地の人々がふだん利用するようなレストランで食事がしたい

#### 7 買い物

- 買い物は家族、友人へのおみやげも含めて色々買いたい
- 買い物は自分で使うものだけにして極力控えたい

### 第 四 部 : 意見

27. 今回のタイ旅行で起きた問題／気に入らないことは何でしたか。

---

28. 機会があればまたタイへ旅行しますか。

- はい                       いいえ

理由 : 

---

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.

ประมุข แก้วเนียม. “ภูมิศาสตร์ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว.” บทบาทของภูมิศาสตร์กับการพัฒนาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สมาคมภูมิศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2530.

ประหยัด ปาตกะวงค์ ณ อรุษา. “การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย.” รวมเอกสารประกอบการอบรมมัคคุเทศก์. มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2528.

มุกดา ศรีรงค์ และชนินฐา วิเศษสาร. จิตวิทยาสังคมและมนุษยสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โครงการตำราคณะรัฐศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตเจ้าคุณทหาร-ลาดกระบัง, 2523.

ยศ สันตสมบัติ. มนุษย์กับวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

วินิจ วีรยางกูร. การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2523.

### บทความ

จूरี่รัตน์ ชาวเจริญ. “สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย.” อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. 19 (มกราคม – มีนาคม 2543):8.

รัญจวน ทองรอด. “อสังหาริมทรัพย์กับการท่องเที่ยวปี Amazing Thailand.” อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, 17(เมษายน – มิถุนายน 2541):4.

รัฐจวน ทองรุศ. “ท่องเที่ยวไทยในศหัสวรรษใหม่จะเป็นอย่างไร.” อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, 18(ตุลาคม - ธันวาคม 2542):4-5.

รุ่ง กาญจนวิโรจน์. “แนวโน้มการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21” . อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. 19(มกราคม - มีนาคม 2543):4.

ศุภาพร ชุติณทรานนท์. “การท่องเที่ยวกับธุรกิจการบริการ”. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. 18(เมษายน-มิถุนายน 2542): 39-41.

#### เอกสารอื่นๆ

สมาคมนักวิชาชีพไทยในญี่ปุ่น. “นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นกับโอกาสในการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวไทย.” กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2540.

#### Books

Brown, Graham. “Tourism and Symbolic Consumption.” In Choice and Demand in Tourism, pp. 57 -67. Edited by Peter Johnson and Barry Thomas. London: Mansell , 1992.

Constantine, Vaporis N.. “The Early Modern Origins of Japanese Tourism.” In Japanese Civilization in the Modern World IX : Tourism. Edited by Umesao Tadao et al. Osaka: National Museum of Ethnology, 1995.

Harrison, David. “International Tourism and the Less Developed Countries : the Background.” In Tourism and the Less Developed Countries. Edited by David Harrison. London: Belhaven Press, 1992.

Ishimori, Shuzo. “ Tourism and Religion : From the Perspective of Comparative Civilization.” In Japanese Civilization in the Modern World IX : Tourism. Edited by Umesao Tadao et al. Osaka: National Museum of Ethnology, 1995.

- Japan As It Is. Gakken. 1997.
- Kluckhohn, Clyde. Culture and Behavior : Collected Essays. Edited by Richard Kluckhohn. New York : The Free Press of Glencoe, 1962.
- Macbeth, Jim. The development of Backpackers Tourism. Oxford: Butterworth Heine Mann, 1999.
- Noritake, Kanzaki. "A Comparative Analysis of the Tourist Industry." In Japanese Civilization in the Modern World IX : Tourism. Edited by Umesao Tadao et al. Osaka: National Museum of Ethnology, 1995.
- Nishiyama, Kazuo. Welcoming the Japanese Visitors: insights, tips, tactics. University of Hawaii Press, 1996.
- \_\_\_\_\_. Hotel Japanese: Practical Japanese for the Hotel Industry. Japan: Charles E. Tuttle, 1993.
- Richter, Linda K.. The politics of Tourism in Asia. Honolulu: University of Hawaii Press, 1989.
- Robinson, H. A Geography of Tourism. London: Mcdonald and Evans, 1976.
- Shaw, Gareth and William M. Critical Issues in Tourism. Oxford : Blackwell, 1994.
- Shirahata Yozaburo. "Information Studies of Tourist Resources." In Japanese Civilization in the Modern World IX : Tourism. Edited by Umesao Tadao et al. Osaka: National Museum of Ethnology, 1995.
- Umesao Tadao . "Keynote Address: Tourism as a Phenomenon of Civilization." In Japanese Civilization in the Modern World IX: Tourism. Edited by Umeseo Tadao et al. Osaka: National Museum of Ethnology, 1995.

Yamane, Taro. Statistics : An Introductory Analysis. Tokyo : Harper International, 1973.

Yanagida, Kunio. "Travel" In Japanese Culture in Meiji Era : Manners and Customs, Vol.4. pp. 134-159 . Translated and adapted by Charles. S. Terry. Tokyo : Toyo Bunko, 1957.

#### Articles

Business in Thailand Magazine. "Tourism," <<http://www.businessinthailandmag.com/archive/ju100/17.html>>, July 2000.

Javis, Jeff, "The Billion Dollars Backpackers : The Altimate Fully Independent Tourists," <<http://www.arts.monash.edu.au/nacas/teach/tourism/backpackers.htm>>, June 2001.

Javis, Jeff, "On the Road from Bangkok to Bali:A Study of Backpackers & Independent Travellers in S.E Asia in 1997," <[http://www.arts.monash.edu.au/nacas/teach/tourism/bp\\_asia.htm](http://www.arts.monash.edu.au/nacas/teach/tourism/bp_asia.htm)>, June 2001.

March, Roger, " Critical Issues Facing The Japanese Tour Wholesaler and Implications for the Australian Tourism," <[http://www.Inboundtourism.com.au/article\\_four.html](http://www.Inboundtourism.com.au/article_four.html)>, July 2001.

#### Japanese Books

Adashi Seiji. Tsurizumu Bijinesu. Tokyo: Sooseisha, 1997.

Kitagawa Munetada. Kankoo to Shakai. Sunrisu, 1998.

Koike Yooichi and Ashiya Hiroyasu. Kankoogakugairon. Tokyo: Mineruvashoboo, 1997.

Kojinryokoo:Thai. Tokyo: Shobunsha, 1997.

Masahiro Hase. Kankoobijinesuron. Tokyo:Dooyuukan, 1999.

Sato Kishimitsu. Ryokoobijinesu no Mirai. Tokyo: Shinano, 1997.

Suetake Naoyoshi. Kankoojigyooron. Tokyo: Hooritsubunkasho, 1984.

### Others Materials

Japan Travel Bureau. JTB Report. 1995 – 1998, 2000.

Best Tour, Pamphlet, 2001.

Big Holiday, Pamphlet, 2001.

Club 21, Pamphlet, 2001.

Good Luck Tour , Pamphlet, 2001.

JAL Pack, Pamphlet, 2001.

JTS, Pamphlet, 2001.

Leisure Tour, Pamphlet, 2001.

Look JTB, Pamphlet, 2001.

Look World, Pamphlet, 2001.

Mind, Pamphlet, 2001.

Sky Tour, Pamphlet, 2001.

Time, Pamphlet, 2001.