



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่

คณะผู้วิจัย

สายฝน ยวนแหล

นารี วีระกิจ

สรายุทธ มัลลัม

สำนักงานประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

กันยายน 2548

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่

คณะผู้วิจัย

1. สายฝน ยวนแหล
2. นารี วีระกิจ
3. สรายุทธ มัลลัม

สังกัด

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ภูเก็ต
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ภูเก็ต
สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภูเก็ต

สนับสนุนโดย

สำนักงานประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

กันยายน 2548

ชื่อเรื่องงานวิจัย	โครงการพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่
คณะผู้จัดทำ	นางสาวสายฝน ยวนแหล นางสาวนารี วีระกิจ นาวสรายุทธ มัลลัม
แหล่งทุน	สำนักงานประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว เชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยเฉพาะจังหวัดที่มีชื่อเสียงเช่น ภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากการวิเคราะห์พบว่า ปัญหาหลักที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวคือการขาดการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อันเป็นผลมาจากการขาดความรู้ ความเข้าใจระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน การวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในทั้งสามจังหวัดจึงเป็นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ทั้งขั้นตอนก่อนการซื้อ/บริโภค ระหว่างการซื้อ/บริโภคและหลังการซื้อ/บริโภค ทั้งนี้เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดและเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป จากการศึกษาค้นพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นจังหวัดภูเก็ต พังงาหรือกระบี่ เช่นเดียวกับกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดดังกล่าวก็มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทั้งสามจังหวัดไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจพบว่าปัจจัยจูงใจที่ทำให้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในทั้งสามจังหวัดคล้ายคลึงกัน คือ ความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ สภาพอากาศและทำเลที่ตั้ง และชื่อ

เสียงของจังหวัด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเดินทางมาเพื่อการพักผ่อนและเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ๆ เป็นหลัก ส่วนปัญหาที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าสำคัญและควรได้รับการแก้ไขโดยด่วนคือ มลภาวะเป็นพิษ การจัดการสาธารณสุขโรค และการขาดจรรยาบรรณของผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวเช่น พ่อค้าแม่ค้าตามชายหาดและคนขับรถตุ๊กตุ๊ก ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวหรือเจ้าบ้านเห็นว่าปัญหาด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันเกิดจากการที่ภาครัฐไม่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ไม่เข้าใจและขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว ไม่ดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่วางไว้ ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานโดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งยังไม่รับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานเอกชนและคนในท้องถิ่น ปัญหาดังกล่าวจึงควรได้รับการแก้ไขโดยด่วน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป

Research Topic	Tourists' Consumption Behaviour in Phuket, Phang-nga and Krabi
Research Team	Ms. Saiphon Yuanlaie Ms. Naree Weerakit Mr. Sarayuth Mallum
Funding Agency	Area-Based Tourism Research Centre for Sustainable Tourism Development. The Thailand Research Fund.

Abstract

Tourism industry is the important industry in Thailand especially for the famous destinations like Phuket, Phang-nga and Krabi. The most important problem is tourism planning is not match with the tourist's demand. Therefore this research aims to study the tourist behaviour in the three provinces in order to compare the behaviour in each destination and develop the tourism planning to correlate with the need of tourists. The research found that behaviour of tourists in the three provinces is slightly different because the factors that motivate them to come are similar. They are the natural resources, climate and location. Most of tourists come for relaxing and visiting new place. While they found the most critical problem in the three provinces are pollution, infrastructure and business ethics of the seller. Contradictory the host, tourism entrepreneurs found that the cause of tourism problem in these three provinces is the government operation. They think the government does not really understand tourism, does not follow the Andaman Tourism Strategic Planning and lacks of coordinating between each official organization especially the local organization. All problems need

to be solved immediately with the intention of developing the sustainable tourism in Thailand.

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1 – 7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8 – 33
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	34 – 37
บทที่ 4 การวิเคราะห์ผลการศึกษา	38 – 126
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	38 – 121
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง	122 – 126
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	127 – 142
บรรณานุกรม	143 – 144

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างหนักในปี พ.ศ. 2540 ส่งผลให้ธุรกิจในประเทศหลายแห่งต้องปิดกิจการ ก่อให้เกิดอัตราการว่างงานสูง และเกิดปัญหาทางสังคมอย่างรุนแรง แต่ในช่วงภาวะวิกฤตดังกล่าว กลับส่งผลดีสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะในระหว่างปี 2540 – 2543 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างงานและรายได้ให้กับท้องถิ่น กระตุ้นการลงทุนและเกิดการหมุนเวียนทั่วทั้งระบบเศรษฐกิจจากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปี 2540 และ 2541 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงถึง 7.22 ล้านและ 7.64 ล้านคน โดยมีอัตราการเติบโต 0.70% และ 7.53% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในภาคใต้ จะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับโลก และมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ได้แก่ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ซึ่งในแต่ละจังหวัดมีจุดเด่นทางการท่องเที่ยว ตลอดจนมีการพัฒนาและเติบโตในระดับที่แตกต่างกัน ดังนี้

ภูเก็ต เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น โรงแรมขนาดใหญ่ สนามบินนานาชาติ จึงทำให้จังหวัดภูเก็ต เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในย่านทะเลอันดามัน ดังนั้น ในปี 2545 จังหวัดภูเก็ต มีผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งสิ้นจำนวน 3,990,702 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 5.31 ในจำนวนนี้ ร้อยละ 70.81 หรือ 2,826,142คน เป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนคิดเป็นร้อยละ 4.19 สำหรับชาวไทยมีอัตราการเดินทางเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันคิดเป็นร้อยละ 8.10

ลักษณะการเดินทางมายังจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 55.18 หรือ 2,202,111 คน เป็นผู้เยี่ยมเยียนที่จัดการเดินทางมาเอง และพาหนะที่ผู้เยี่ยมเยียนใช้เดินทางมายังจังหวัดภูเก็ต มากที่สุดคือรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 47.17 รองลงมาเป็นเครื่องบินและรถโดยสารตามลำดับ ส่วนสถานที่พักค้างคืนของนักท่องเที่ยวร้อยละ 90.61 พักที่โรงแรม/บังกะโล/รีสอร์ท จากจำนวนนักท่องเที่ยว 3,854,054 คน และมีวันพักเฉลี่ยในจังหวัดภูเก็ต 4.95 วัน มีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว/คน/วัน เป็นจำนวนเงิน 3,704.06 บาท ทำให้เกิดรายได้ที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในจังหวัดภูเก็ต รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 72,342.03 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวมีทั้งสิ้นจำนวน 136,648 คน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนเป็นจำนวนเงิน 1,883.61 บาท เมื่อนำจำนวนนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายมาคำนวณจึงทำให้มีรายได้ของผู้เยี่ยมเยียนกลุ่มนี้เท่ากับ 257.39 ล้านบาท ดังนั้น จังหวัดภูเก็ต จึงมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 72,599.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนคิดเป็นร้อยละ 4.21

ปี 2545 จังหวัดภูเก็ตมีจำนวนสถานพักแรม 510 แห่ง จำนวนห้องพัก 26,637 ห้อง มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 57.00 และมีผู้เข้าพักแรมทั้งสิ้น 3,492,324 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 6.61 ซึ่งในจำนวนนี้มีผู้เข้าพักแรมชาวต่างประเทศทั้งสิ้น จำนวน 2,607,375 คน คิดเป็นร้อยละ 74.66 มีสัญชาติหลักๆ ได้แก่ ไต้หวัน เยอรมัน และ สหราชอาณาจักร

พังงา เป็นจังหวัดที่ยังมีความเป็นธรรมชาติค่อนข้างมากและมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น เดินป่า ล่องแพ และดำน้ำ ในปี 2545 จังหวัดพังงามีอัตราการเติบโตของผู้เยี่ยมเยียนสูงขึ้นถึงร้อยละ 16.25 โดยเฉพาะผู้เยี่ยมเยียนชาวต่างประเทศซึ่งเป็นตลาดหลักของพื้นที่จังหวัดพังงา มีอัตราการเดินทางเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็น ร้อยละ 17.75

ลักษณะการเดินทางมายังจังหวัดพังงา ร้อยละ 61.98 หรือ 1,443,153 คน เป็นผู้เยี่ยมเยียนที่จัดการเดินทางมาเอง และพาหนะที่ผู้เยี่ยมเยียนใช้เดินทางมายังจังหวัดพังงามากที่สุดคือรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 62.81 อีกร้อยละ 37.19 เป็นรถโดยสารประจำทาง ส่วนสถานที่พักค้างคืนของนักท่องเที่ยวร้อยละ 65.78 พักที่โรงแรม/บังกะโล/รีสอร์ท

จากจำนวนนักท่องเที่ยว 479,029 คน และมีวันพักเฉลี่ยในจังหวัดพังงา 3.84 วัน มีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว/คน/วันเป็นจำนวนเงิน 2,027.02 บาท ทำให้เกิดรายได้ที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในจังหวัดพังงา รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 3,825.55 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีทั้งสิ้นจำนวน 1,849,161 คน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน เป็นจำนวนเงิน 1,629.45 บาท เมื่อนำจำนวนนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายมาคำนวณจึงทำให้มีรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนกลุ่มนี้เท่ากับ 3,013.09 ล้านบาท ดังนั้นจังหวัดพังงาจึงมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 6,838.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 23.94

ปี 2545 จังหวัดพังงามีจำนวนสถานพักแรม 93 แห่ง จำนวนห้องพัก 2,591 ห้อง มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย ร้อยละ 50.50 และมีผู้เข้าพักรวมทั้งสิ้น 315,086 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 30.70 ในจำนวนนี้ร้อยละ 56.36 หรือ 177,611 คน เป็นผู้เข้าพักแรมชาวต่างประเทศ ซึ่งมีสัญชาติหลักๆ ได้แก่ เยอรมัน สวีเดน และสวิสเซอร์แลนด์

กระบี่ เป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เช่น อ่างพระนาง เกาะพีพี เกาะลันตา และเกาะห้อง นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางทะเล ไม่ว่าจะเป็นการดำน้ำดูปะการัง การพายเรือคายัค หรือการปีนเขา เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะชาวต่างประเทศซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็น ร้อยละ 15.44

ลักษณะการเดินทางมายังจังหวัดกระบี่ ร้อยละ 69.47 หรือ 1,013,443 คน เป็นผู้เยี่ยมเยือนที่จัดการเดินทางมาเอง และพาหนะที่ผู้เยี่ยมเยือนใช้เดินทางมายังจังหวัดกระบี่มากที่สุดคือ รถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 57.37 ส่วนสถานที่พักค้างคืนของนักท่องเที่ย্বর้อยละ 80.68 พักที่โรงแรม/บังกะโล/รีสอร์ท

ในส่วนของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดกระบี่นี้พบว่ามีค่าใช้จ่าย/คน/วัน 2,711.80 บาท ซึ่งร้อยละ 29.62 เป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพัก

เฉลี่ยในพื้นที่นี้ 4.50 วัน เมื่อนำจำนวน นักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย/คน/วัน และวันพักมาคำนวณจึงทำให้จังหวัดกระบี่ มีรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว รวมเป็นเงิน 15,226.63 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวมีทั้งสิ้นจำนวน 239,303 คน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน 1,532.37 บาท เมื่อนำมาคำนวณหารายได้ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวพบว่า มีค่าเท่ากับ 366.70 ล้านบาท ดังนั้น จังหวัดกระบี่จึงมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 15,593.33 ล้านบาท

ในส่วนของคุณข้อมูลสถานพักแรม ปี 2545 จังหวัดกระบี่มีจำนวนสถานพักแรมเพื่อการท่องเที่ยว 290 แห่ง จำนวนห้องพัก 9,088 ห้อง มีอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยร้อยละ 43.22 และมี ผู้เข้าพักแรมทั้งสิ้นจำนวน 983,900 คน โดยร้อยละ 67.77 เป็นชาวต่างประเทศ (www2.tat.or.th/stat/web)

ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดรายได้จำนวนมาก โดยเฉพาะเป็นรายได้หลักของทั้ง 3 จังหวัดข้างต้น แต่ในปัจจุบัน หลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน กำลังประสบปัญหาอันเกิดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับที่แตกต่างกันและหลากหลาย เช่น ปัญหาการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การลงทุน การท่องเที่ยว นโยบายการศึกษาด้านการท่องเที่ยว คุณภาพของบริการและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และแรงงานด้านการท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์ปัญหาดังกล่าว พบว่า ผลกระทบในด้านลบอันเกิดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัด เกิดจากปัจจัยพื้นฐาน คือ การขาดการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อันเป็นผลจากการขาดความรู้ความเข้าใจระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization, WTO) ได้จัดประชุมสมาชิก ณ เมือง แชนดิเอโก ประเทศชิลี เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม ค.ศ. 1999 ได้ตกลงร่วมกันที่จะใช้หลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยว (The Global Code of Ethics for Tourism) ซึ่งหลักการข้อแรกมีแนวคิดว่าการท่องเที่ยวควรสร้างความเข้าใจและความนับถือร่วมกันระหว่างคนและสังคม (Tourism's contribution to mutual understanding and respect between peoples and societies) และหลักการดังกล่าวมีองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเจ้าบ้าน คือ ทั้งชุมชนเจ้าของบ้านและผู้ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวอื่นควรที่จะให้ความคุ้นเคยและเคารพต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และ

เรียนรู้ถึงวิถีชีวิต รสนิยม ความคาดหวัง การศึกษาของนักท่องเที่ยว ในส่วนของชุมชนและผู้ประกอบวิชาชีพจะต้องฝึกอบรมวิชาชีพระหว่างที่มีส่วนเสริมสร้างวิธีการต้อนรับอย่างเจ้าของบ้านที่ดี (The host communities, on one hand, and local professionals, on the other hand, should acquaint themselves with and respect the tourists who visit them and find out about their lifestyles, tastes and expectations; the education and training imparted to professionals contribute to a hospitable welcome)

เพื่อตอบสนองต่อแนวทางการแก้ปัญหา และยึดตามหลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยวโลก ดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ชุมชนเจ้าของบ้านและผู้ประกอบการวิชาชีพท้องถิ่น เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างประเทศที่นำเงินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากแต่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษาวิจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแยกพิจารณาเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ และเปรียบเทียบพฤติกรรมดังกล่าวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในแต่ละจังหวัดเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยที่สร้างข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวและการสร้างจุดยืนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงของประเทศ และเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่อย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว คือ กลุ่มคนที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต พังงา หรือกระบี่เป็นการชั่วคราวอย่างสมัครใจด้วยจุดประสงค์ใดๆ ก็ตาม และจะต้องพักค้างแรมในจังหวัดนั้นๆ อย่างน้อย 1 คืน

ผู้บริโภค โดยทั่วไปหมายถึงผู้ใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการ แต่ในงานวิจัยฉบับนี้ “ผู้บริโภค” หมายถึง นักท่องเที่ยว ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ

ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย กลุ่มของสิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่น

1.3 วัตถุประสงค์

- ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโศคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
- เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโศคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด
- เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด

1.4 คำถามหลักของการวิจัย

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการบริโศคสินค้าทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ แตกต่างกันอย่างไร

1.5 สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการบริโศคสินค้าทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ แตกต่างกัน

1.6 ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโศคใน 3 ขั้นตอน คือ ก่อนการบริโศค ระหว่างการบริโศค และหลังการบริโศค ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยมีกรอบการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนก่อนซื้อ/บริโศค

- แรงจูงใจ ประกอบด้วย ความสนุกสนาน, การพักผ่อน, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การกีฬา, การทำธุรกิจ, การประชุม /สัมมนา, การศึกษา, เพศรส, การเยี่ยมเยียนเพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง
- การหาข้อมูล/แหล่งข้อมูล แบ่งเป็น แหล่งข้อมูลภายใน (ประสบการณ์และความทรงจำ) และ แหล่งข้อมูลภายนอก (เพื่อนฝูง ญาติมิตร, บริษัทนำเที่ยว, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, อินเทอร์เน็ต, นิตยสาร วารสาร, อื่นๆ)
- ระยะเวลาในการตัดสินใจ กล่าวคือ ระยะเวลาสั้น มีการวางแผนล่วงหน้า หรือ ระยะเวลาสั้น ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า

ขั้นตอนการซื้อ/บริโภค

- รูปแบบการซื้อ คือ เป็นการซื้อครั้งแรกหรือซื้อเพื่อทดลอง หรือ ซื้อซ้ำ
- ประเภทของสินค้าที่ซื้อ ประกอบด้วย ยานพาหนะ, ที่พัก, อาหารและเครื่องดื่ม, กิจกรรมการท่องเที่ยว และของที่ระลึก
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย ความมีชื่อเสียง, ทำเลที่ตั้ง, ราคา, ระยะเวลาในการท่องเที่ยว, วัฒนธรรม/ประเพณีที่แตกต่าง, ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ, ความปลอดภัย, ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค (การคมนาคมขนส่ง ไฟฟ้า ประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น), ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น และอื่นๆ

ขั้นตอนหลังการซื้อ (ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการบริโภค เช่น ความประทับใจ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรค)

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจในหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดรายได้เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศและเมื่อพิจารณาถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในภาคใต้ จะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับโลก และมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ได้แก่ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ซึ่งในแต่ละจังหวัดมีจุดเด่นทางการท่องเที่ยวตลอดจนมีการพัฒนาและเติบโตทางการท่องเที่ยวในระดับที่แตกต่างกัน ดังนี้

ภูเก็ต เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น โรงแรมขนาดใหญ่ และสนามบินนานาชาติ จึงทำให้ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในย่านทะเลอันดามัน ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2545 ภาคใต้ซึ่งเก็บรวบรวมโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ภูเก็ตมีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 3,990,702 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 5.31 ในจำนวนนี้ ร้อยละ 70.81 หรือ 2,826,142 คน เป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 4.19 (สถิติการท่องเที่ยว, กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

พังงา เป็นจังหวัดที่ยังมีความเป็นธรรมชาติค่อนข้างมากและมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น เดินป่า ล่องแพ และดำน้ำ จึงทำให้ปี 2545 จังหวัดพังงามีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 16.25 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งเป็นตลาดหลักของพื้นที่จังหวัดพังงา มีอัตราการเดินทางเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 17.75 (สถิติการท่องเที่ยว, กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

กระบี่ เป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น อ่าวพระนาง เกาะพีพี เกาะลันตา และเกาะห้อง นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางทะเลหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นการดำน้ำดู

ปะการัง การพายเรือคายัค หรือการปีนเขา เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 15.44 (สถิติการท่องเที่ยว, กองวิชาการและแผนงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) แต่ในปัจจุบันหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน กำลังประสบปัญหาอันเกิดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายและในระดับที่แตกต่างกัน เช่น ปัญหาการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การลงทุนด้านการท่องเที่ยว นโยบายการศึกษา ด้านการท่องเที่ยว คุณภาพของสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยว และแรงงานด้านการท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์ปัญหาดังกล่าว พบว่าผลกระทบในด้านลบอันเกิดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน คือ การขาดการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อันเป็นผลจากการขาดความรู้ ความเข้าใจระหว่างผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ประกอบกับการคาดการณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากโดยธรรมชาติแล้ว นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยุ่งยากในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามเพื่อให้สามารถบรรลุความคาดหวังของนักท่องเที่ยว เราจะต้องเข้าใจความต้องการ แรงจูงใจ และความชอบของนักท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อให้แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เราจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้ สินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวและเพื่อตอบสนองของนักท่องเที่ยวได้ตรงความต้องการ

2.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมหนึ่งของมนุษย์ที่มีมาตั้งแต่อดีต และพฤติกรรมการท่องเที่ยวก็ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายๆ ปัจจัยซึ่งเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ Mo, Howard & Havitz (1993) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวซึ่งก่อให้เกิดความต้องการเดินทางไปสถานที่นั้นๆ หรือบริโภคสินค้า ณ สถานที่นั้นๆ ปัจจัยแรกหรือปัจจัยพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว (The Destination's Environment) เช่น สังคม ประเพณีและวัฒนธรรม (Destination Orientation Dimension) และปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับรองลงมาได้แก่ การบริการโครงสร้างพื้นฐาน/ สาธารณูปโภค ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (The

Destination's Service Infrastructure) เช่น การคมนาคม ขนส่ง ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย การบริการที่พัก และร้านอาหาร (Travel Service Dimension) ซึ่งมีนักวิจัยอีกหลายท่านที่สนับสนุนความคิดนี้ เช่น Smith, Watson และ Kopachevsky (1994) นอกจากนี้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของผู้บริโภคเรื่องการใช้บริการในสถานที่ต่างๆ ก็สนับสนุนความคิดที่ว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและการให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน/ สาธารณูปโภคมีอิทธิพลต่อประสบการณ์ การรับรู้ และความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวของสถานที่ต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ดังนั้นนอกจากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแล้ว สิ่งแวดล้อมทางกายภาพก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Bitner, 1990 อ้างโดย Murphy, Pritchard and Smith, 1999) หากจะเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่ง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก็สามารถเปรียบได้กับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าของผู้บริโภค

ในที่นี้ พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การศึกษาเหตุผลที่คนซื้อสินค้าว่ามีกระบวนการในการตัดสินใจอย่างไร (Swarbrooke และ Horner; 1996) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการได้รบัมา การบริโภค และการใช้สอยสินค้าและบริการ รวมถึงขั้นตอนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจากการใช้สินค้าและบริการ (Engel, Blackwell และ Miniard: 1995:121) และเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเมื่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเลือก ซื้อ ใช้ หรือละทิ้งการใช้สินค้า บริการ ความคิด หรือ ประสบการณ์ ที่สนองตอบต่อความจำเป็นและความต้องการ (Solomon: 1996:43)

การที่จะเข้าพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นั้นจึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมของสินค้าและบริการในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ภาพลักษณ์ ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่นั้นๆ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว Williams (2002: 40) ได้แบ่งประเภทของการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าบริการเป็น 4 ประเภท (Hospitality Goods and Services) คือการจัดสรรเงิน ช่องทางจำหน่ายสินค้า การซื้อสินค้า และตราและแบบของสินค้า ดังที่แสดงในตารางที่ 2.1

การจัดสรรเงิน (Financial Allocation) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้เงินที่มีอยู่ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปเงินสด บัตรเครดิต หรือเงินกู้ยืมอื่นๆ การตัดสินใจประเภทนี้เกิดขึ้นตลอดเวลา กับบุคคลและครอบครัวเพื่อจัดสรรการใช้จ่ายสำหรับสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตามสำหรับสินค้า

ประเภทบริการ (Hospitality goods and services) และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism products) นั้น แต่ละคนจะใช้เวลาในการพิจารณาและตัดสินใจในการใช้จ่ายมากน้อยแตกต่างกัน แต่โดยส่วนใหญ่แล้วการพิจารณาซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมักจะมีการวางแผนล่วงหน้าก่อนการตัดสินใจซื้อซึ่งแตกต่างกับการตัดสินใจซื้อสินค้าชนิดอื่นๆ ที่มักจะตัดสินใจได้โดยทันที

<p>การจัดสรรเงิน</p> <p>Financial allocations</p>	<p>ช่องทางจำหน่ายสินค้า</p> <p>Outlet/store patronage</p>
<p>การซื้อสินค้า (หรือไม่)</p> <p>Product purchase (or not)</p>	<p>ตราสินค้าและแบบ</p> <p>Brand/style choice</p>

ตารางที่ 2.1 ประเภทการตัดสินใจสำหรับสินค้าบริการ (Hospitality decision types) แหล่งที่มา: Williams A. (2002) Understanding The Hospitality Consumer, Oxford, Butterworth-Heinemann.

การตัดสินใจซื้อหรือไม่ (Purchase or Not Decisions) เป็นการพิจารณาทางเลือกและตัดสินใจเลือกซื้อ หรือใช้บริการสินค้าตัวใดตัวหนึ่ง โดยเลือกจากสินค้าหลายๆ ตัวที่นำมาเสนอให้พิจารณา ซึ่งการตัดสินใจประเภทนี้เป็นพฤติกรรมผู้บริโภคที่น่าสนใจเพราะยังไม่มีผลการวิจัยใดที่สามารถให้คำตอบที่เป็นสากลต่อคำถามที่ว่า ปัจจัยใดมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจ การตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง และผู้บริโภคมีวิธีการเลือกสินค้าจาก ทางเลือกต่างๆ อย่างไร เพราะโดยส่วนใหญ่แล้วคำตอบของคำถามเหล่านี้มักจะแตกต่างกันตามสถานการณ์หรือเวลาที่ต่างกัน

ช่องทางจำหน่าย (Outlet/store Patronage) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับช่องทางจำหน่าย ผู้บริโภคจะพิจารณาช่องทางต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่ต้องการ ซึ่งใน

ปัจจุบันมีช่องทางการจำหน่ายให้เลือกใช้มากมาย เช่น การซื้อจากร้านค้าย่อย การสั่งซื้อทางจดหมาย ทางโทรศัพท์ผ่านดาวเทียม ทางอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือในรูปแบบอื่นๆ

ตราสินค้าและแบบ (Brand and Style) เป็นการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีลักษณะเฉพาะที่ต้องการ โดยพิจารณารายละเอียดและตราของสินค้าและบริการที่เลือกซื้อ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วการพิจารณาตราสินค้าและแบบนี้มักจะได้รับอิทธิพลมาจากการทำการตลาดหรือโฆษณาของสินค้าและบริการนั้นๆ

ดังนั้น หากพิจารณาประเภทของการตัดสินใจข้างต้น จะเห็นว่าการตัดสินใจทั้ง 4 ประเภทนี้ เรากระทำอยู่เป็นประจำและเกิดขึ้นกับคนทุกคน ในบางครั้งการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการบางชนิด ไม่ต้องใช้เวลาหรือมีขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน แต่เป็นการตัดสินใจตามสัญชาตญาณ โดยเฉพาะการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เช่น การตัดสินใจซื้อของใช้ประจำวันหรือสินค้าที่มีราคาไม่แพง และมีอายุการใช้งานต่ำ เป็นต้น แต่ในบางครั้งการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าบางชนิด เช่น สินค้าทางการท่องเที่ยว ต้องใช้เวลาและขั้นตอนที่ซับซ้อนขึ้น เนื่องจากลักษณะของสินค้าทางการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าประเภทอื่นๆ จึงทำให้การบริโภคสินค้าชนิดนี้ของผู้บริโภคมีขั้นตอนที่ซับซ้อนในการตัดสินใจเลือกและใช้เวลา ซึ่งสอดคล้องกับโมเดลแสดงพฤติกรรมผู้บริโภคที่นักทฤษฎีได้สร้างขึ้นเพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภค สินค้าทางการท่องเที่ยวที่แสดงองค์ประกอบต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และส่งผลถึงพฤติกรรมการบริโภคที่เกิดขึ้นโดยผู้บริโภคจำเป็นที่จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องในขั้นตอนการซื้อด้วย ประกอบกับองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อหรือบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ดังแสดงในแผนภาพที่ 2.1 ซึ่งแสดงองค์ประกอบของพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวด้านอุปสงค์ ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภคสูง มีการผูกมัดระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตสูง เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่จะเกิดการผลิตในเวลาเดียวกันกับการบริโภค การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากผู้อื่นสูงเนื่องจากส่วนใหญ่แล้วผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวจะมีรูปแบบเป็นนามธรรมทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่แน่ใจในการตัดสินใจได้ง่าย และการตัดสินใจแต่ละครั้งนั้น มักจะใช้ระยะเวลาาน เนื่องจากจะต้องมีการหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อน อีกทั้งการตัดสินใจแต่ละครั้งยังขึ้นอยู่กับภาวะทางอารมณ์ของผู้บริโภคเพราะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตแต่เกิดจากความต้องการทางอารมณ์และแรงจูงใจ ด้วยปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้

บริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใช้เวลานานกว่าการซื้อหรือบริโภคสินค้าทั่วไป (Swarbrooke and Horner, 1999) มีนักทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคจำนวนมากได้พยายามศึกษาและทำความเข้าใจองค์ประกอบของพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนสร้างโครงสร้างแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค Engel, Minaid และ Blackwell (1995) ได้แสดงโครงสร้างการตัดสินใจของผู้บริโภค เพื่ออธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ต่างๆ (แผนภาพที่ 2.2)

ขั้นตอนที่ 1: แรงจูงใจและการรับรู้ถึงความจำเป็น (motivation and recognition of need) โดยส่วนมากแล้วแรงจูงใจและการรับรู้ถึงความจำเป็นของผลิตภัณฑ์ใดๆ เป็นจุดเริ่มต้นของการตัดสินใจซื้อ เช่น คนซื้ออาหารเมื่อรู้สึกหิว แรงจูงใจหรือเหตุจูงใจและการรับรู้ถึงความจำเป็นของผลิตภัณฑ์ของคนแต่ละคนจะแตกต่างกัน หากจะพิจารณาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว จะพบว่ามนุษย์เรามีเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวหรือมีความมุ่งมั่นในการเดินทางแตกต่างกันไปดังต่อไปนี้

1. ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน เนื่องจากการทำงานหนักซ้ำซาก ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย มนุษย์จึงต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อหาความสนุกสนาน เพลิดเพลิน
2. การพักผ่อน หลังจากทำงานหนักหรือป่วยไข้ มนุษย์ต้องการผ่อนคลายความเครียด หรือพักผ่อนหลังจากหายป่วย การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนจึงเป็นการเดินทางไปสถานที่ที่มีอากาศดี ภูมิประเทศสวยงาม สงบและมีสิ่งเจริญตาเจริญใจ
3. วัฒนธรรม เป็นการต้องการเดินทางเพื่อศึกษาหรือพบเห็นความแตกต่างระหว่างผู้คน และความเป็นอยู่ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ เป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ หรือสถานที่ที่มีประเพณีวัฒนธรรมของตนเองซึ่งแตกต่างจากที่อื่นๆ เช่น ประเพณีกินเจที่จังหวัดตรังและภูเก็ตก็เป็นเหตุจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชม
4. การกีฬา ซึ่งแบ่งออกเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมกีฬาและเพื่อเล่นกีฬา เช่นการเดินทางเพื่อชมฟุตบอลโลก หรือกีฬาโอลิมปิก ซึ่งมักจะหมุนเวียนเปลี่ยนที่จัดไปตามประเทศต่างๆ หรือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแข่งรถ ปีนเขา เล่นเรือใบ และเล่นกอล์ฟ เป็นต้น
5. การทำธุรกิจ เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจซึ่งได้ถือโอกาสดังกล่าวท่องเที่ยวไปด้วย

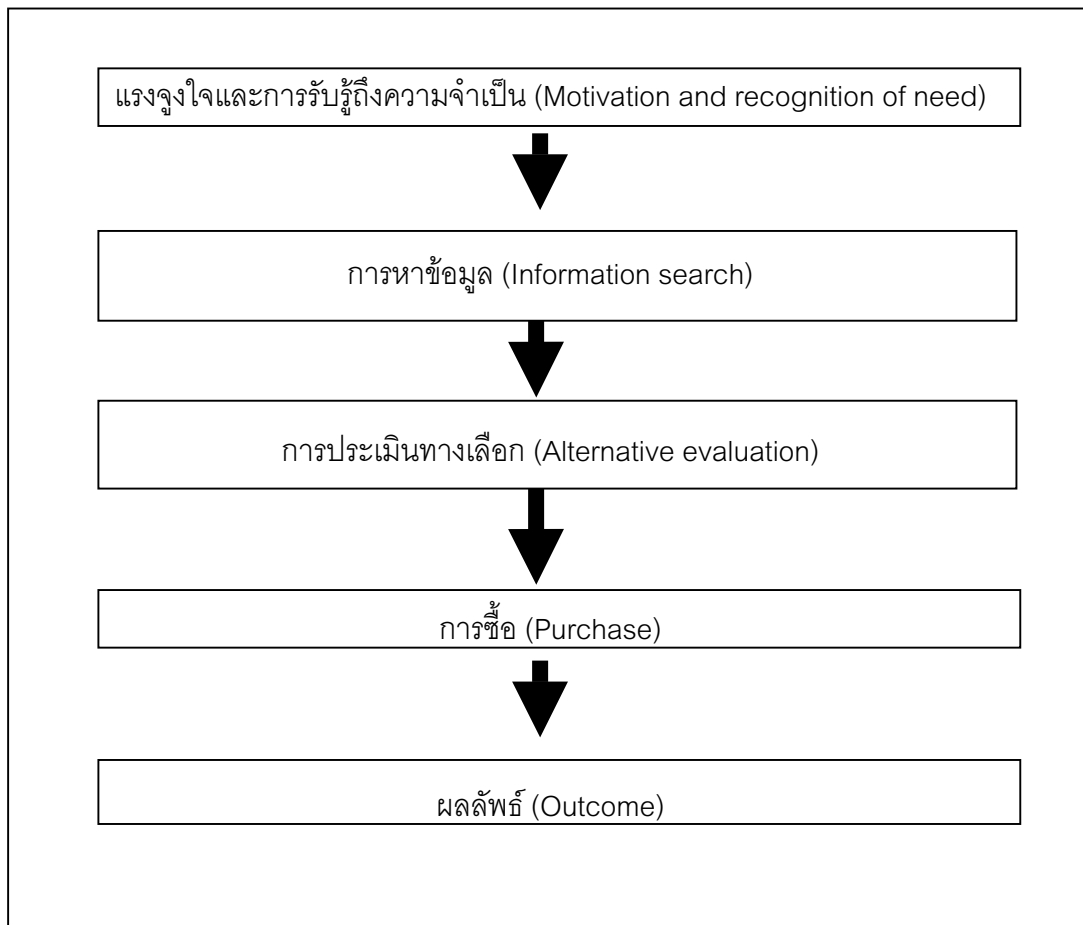
6. การประชุมสัมมนา เนื่องจากปัจจุบันการจัดการประชุมสัมมนามักนิยมจัดตามที่แตกต่างกันและต่างประเทศ จึงเป็นเหตุให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้มีโอกาสท่องเที่ยวในประเทศหรือภูมิภาคนั้นๆ
7. การศึกษา เป็นการเดินทางเพื่อไปศึกษา ณ สถานที่อื่นที่มีชื่อเสียงล้าเนา ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ทำให้นักเรียน นักศึกษาได้มีโอกาสท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ เช่นการไปศึกษาต่อต่างประเทศ การจัดค่ายภาษาอังกฤษทั้งในและต่างประเทศ
8. เพศรส จากประวัติการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่านับแต่โบราณมา การท่องเที่ยวของคนบางกลุ่มเป็นไปเพื่อเพศรสโดยเฉพาะ แต่มักจะไม่กระทำโดยโจ่งแจ้ง มักแอบแฝงและรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้จัดบริการ
9. การเยี่ยมเพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง เนื่องจากในปัจจุบันการโยกย้ายถิ่นเกิดขึ้นทั่วไปในโลกยุคโลกาภิวัตน์อันเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อกลับภูมิลำเนา หรือเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูงผู้ที่ประกอบอาชีพนอกถิ่นฐาน จึงถือโอกาสท่องเที่ยวในภูมิภาคนั้นๆ

นอกจากแรงจูงใจแล้ว การรับรู้ความจำเป็นของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ของผู้บริโภคแต่ละคนก็จะแตกต่างกัน อันเป็นผลจากความเป็นปัจเจกบุคคล ตลอดจนประสบการณ์ ความรู้ ทัศนคติ และภูมิหลังทางครอบครัวที่แตกต่าง Eigel, Blackwell และ Miniard (1995) ได้แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความจำเป็นของคนแต่ละคน กล่าวคือความแตกต่างของแต่ละคน เกิดจากการได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม และประสบการณ์หรือความทรงจำที่แตกต่างกัน



แผนภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว – ด้านอุปสงค์ (The complexity of consumer behaviour in tourism – the demand side)

แหล่งที่มา: Williams A. (2002) Understanding The Hospitality Consumer, Oxford, Butterworth-Heinemann.



แผนภาพที่ 2.2 โครงสร้างการตัดสินใจของผู้บริโภคของ Engel Kollat และ Blackwell (EKB) (Basic Engel, Kollat and Blackwell (EKB) model of consumer decision-making) แหล่งที่มา: Williams A. (2002) Understanding The Hospitality Consumer, Oxford, Butterworth-Heinemann.

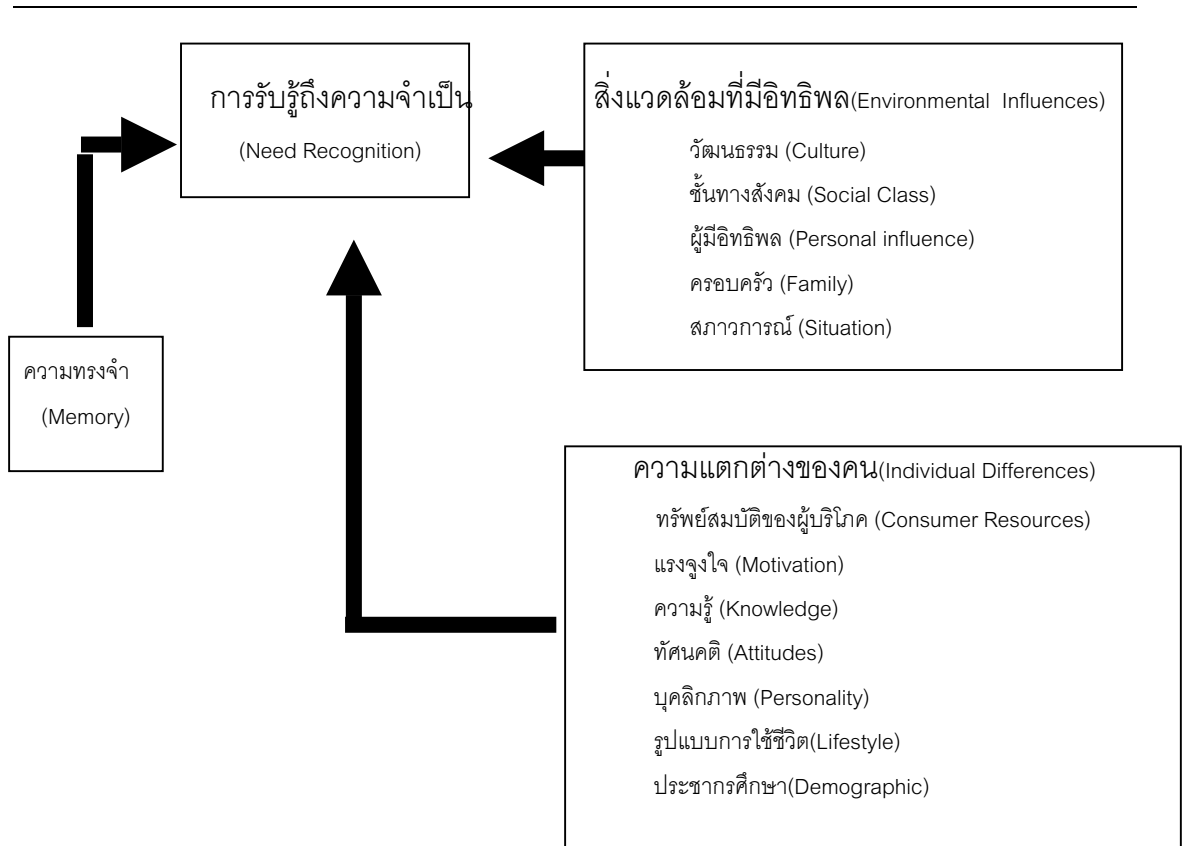
ปัจจัยเหล่านั้นได้ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังแสดงในแผนภาพที่ 2.3 โครงสร้างปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรมและความแตกต่างของคนที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วยความทรงจำในอดีตของผู้บริโภค สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพล กล่าวคือวัฒนธรรม (Culture) ชั้นทางสังคม (Social Class) ผู้มีอิทธิพล (Person Influence) เช่น นักแสดงและนักร้อง ครอบครัว การอบรมเลี้ยงดู (Family) และสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา (Situation) ปัจจัยสุดท้ายที่มีผลต่อการรับรู้ความจำเป็นคือ ความแตกต่างเฉพาะบุคคลอันประกอบด้วย ทรัพยากรสมบัติของผู้บริโภค (Consumer Resources) แรงจูงใจ (Motivation) ความรู้ (Knowledge) ทักษะคติ

(Attitudes) บุคลิกภาพ (Personality) รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) และลักษณะของประชากร
ศึกษา (Demographic) อันได้แก่ เพศ วัย เชื้อชาติ ศาสนา เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2: **การหาข้อมูล (information search)** ในขั้นตอนนี้ เป็นการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
กับทางเลือกในการซื้อ ซึ่งผู้ตัดสินใจจะใช้เวลากับขั้นตอนนี้แค่ไหนขึ้นอยู่กับว่า การตัดสินใจนั้น
เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นอยู่เสมอในชีวิตประจำวันหรือเป็นเรื่องที่เห็นว่าสำคัญแค่ไหนในสายตาของผู้ตัด
สินใจ แหล่งข้อมูลที่มีประสิทธิภาพเช่น สื่อต่าง ๆ เพื่อน ญาติพี่น้อง พนักงานขาย โบรชัวร์ เอกสาร
ประชาสัมพันธ์ บริษัททัวร์ เคาน์เตอร์ทัวร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า ปริมาณข้อมูลที่ได้มีผลต่อการ
วางแผนการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวด้วย (Gitelson และ
Crompton, 1983 อ้างโดย Willaim A., 2002)

ขั้นตอนที่ 3: **การประเมินทางเลือก (Alternative evaluation)** เป็นการพิจารณาทาง
เลือกทั้งหมดที่มี โดยผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกแต่ละทางว่ามีผลดี ผลเสียอย่างไร ซึ่งจะ
พิจารณาตามตัวชี้วัดที่ผู้บริโภคเห็นว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจ แต่ทั้งนี้พฤติกรรมกรบริโภค
เป็นพฤติกรรมที่ซับซ้อนและมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหลายประการ ทั้งนี้การประเมินทาง
เลือกในแต่ละครั้งยังได้รับผลกระทบจากช่วงระยะเวลาในการตัดสินใจ (time) สถานที่ที่ตัดสินใจ
(place) และวิธีการชำระเงิน (method of payment) ด้วย

ขั้นตอนที่ 4: **การบริโภคและผลลัพธ์ (Consumption and outcome)** เมื่อผู้บริโภคเลือก
ซื้อและบริโภคสินค้าแล้ว จะมีการประเมินผลลัพธ์ คือจะประเมินผลการบริโภคว่าพึงพอใจหรือไม่
ในขั้นตอนนี้ระดับความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงได้ ตัวอย่างเช่นผู้บริโภคมีความคาดหวังสูง เนื่องจาก
จากประสบการณ์ที่ผ่านมาหรือจากข้อมูลที่ได้รับ แต่เมื่อตัดสินใจเลือกและบริโภคแล้ว สิ่งที่ได้รับ
ไม่เป็นไปตามที่หวังไว้ ทำให้ผู้บริโภคผิดหวังและส่งผลให้เกิดความ
ไม่ประทับใจต่อสินค้าตัวนั้นต่อไป



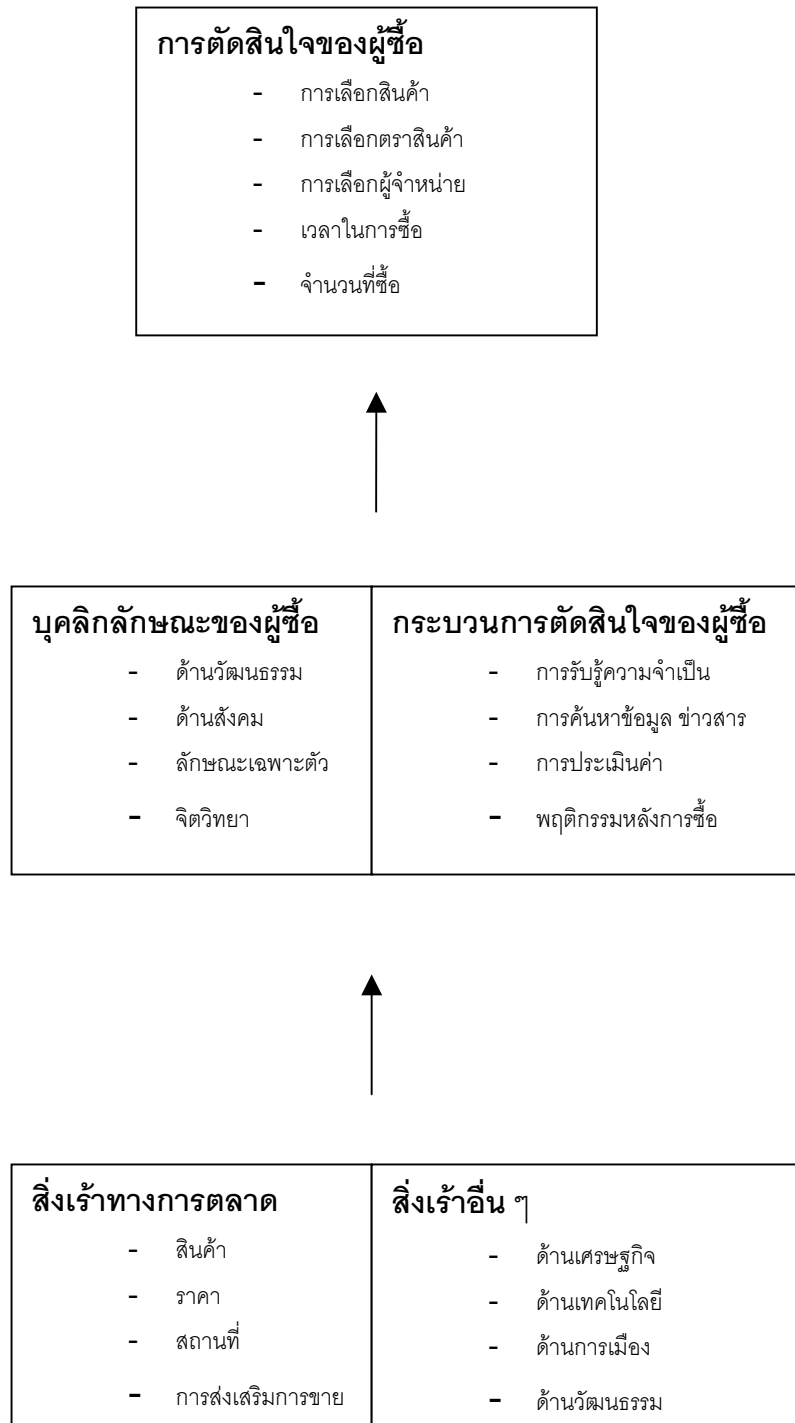
แผนภาพที่ 2.3 โครงสร้างปัจจัยทางด้านสังคม วัฒนธรรมและความแตกต่างของคนที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจของผู้บริโภค (Social, cultural and individual factors which impact on consumer decision-making) แหล่งที่มา: Williams A. (2002) Understanding The Hospitality Consumer, Oxford, Butterworth-Heinemann.

Kotler P. (2000: 160-175) เป็นอีกผู้หนึ่งที่ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ และเลือกใช้สินค้าและบริการ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคนั้นใช้แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นหลัก เนื่องจากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behaviour) เป็นจุดเริ่มต้นในการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อและใช้บริการ ที่มีสิ่งเร้าและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อรวมถึงสิ่งเร้าและสิ่งแวดล้อมจะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ ดังแสดงในแผนภาพที่ 2.4 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการตัดสินใจ ที่กล่าวมาข้างต้น

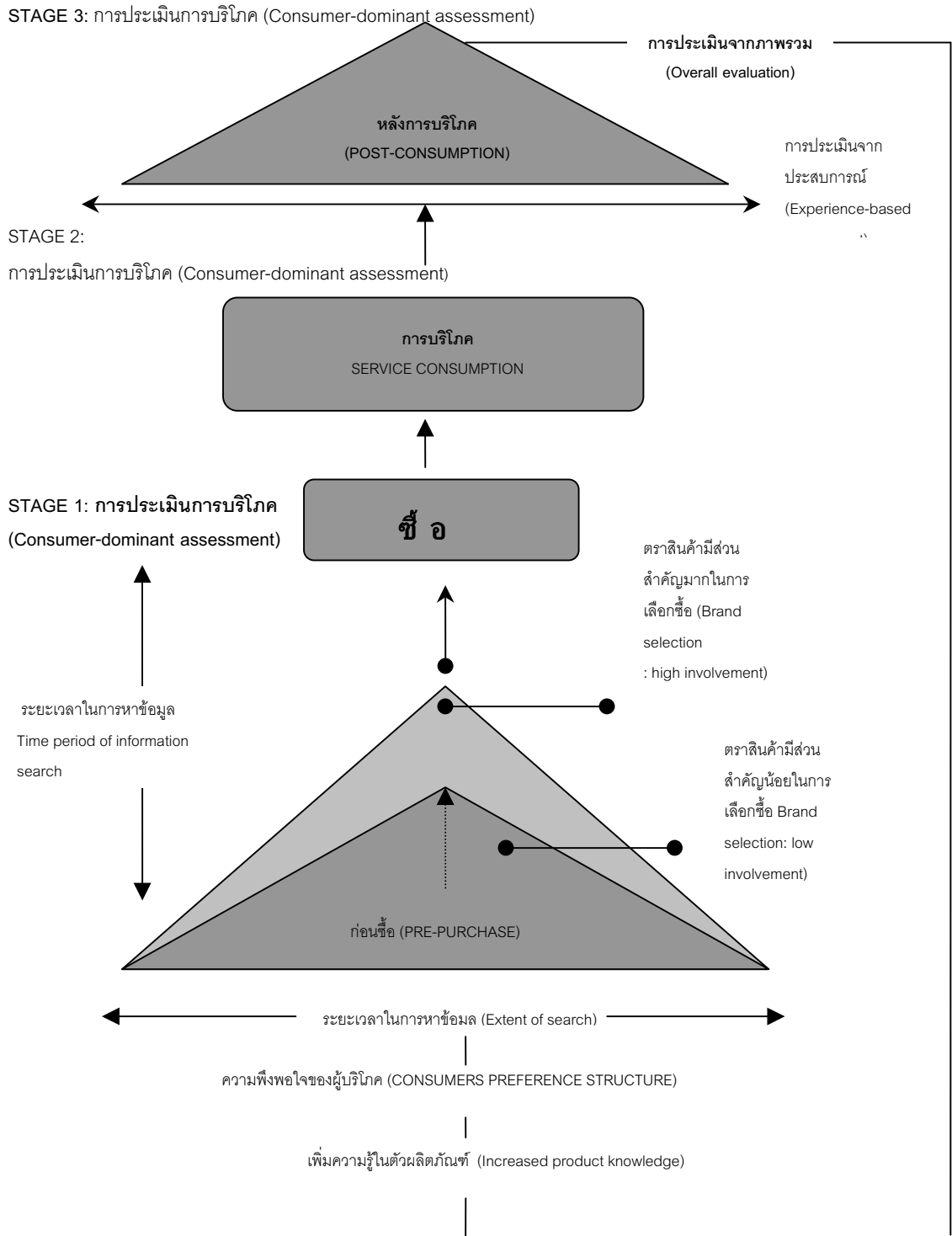
นอกจากนี้ Wilkie (1994:17) และ Teare (1998) ได้พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภคและสร้างแผนภาพแสดงขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยแบ่งขั้นตอนที่สำคัญออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนการซื้อ (Pre-purchase) ขั้นตอนการซื้อ (Purchase) และขั้นตอนภายหลังจากการซื้อ (Post-purchase) ดังแสดงในแผนภาพที่ 2.5

ขั้นตอนก่อนการซื้อ (Pre-purchase Stage)

ขั้นตอนก่อนกระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงความจำเป็นและค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อเพื่อสนองความต้องการซึ่งประเภทของแหล่งข้อมูลหลักได้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลภายใน (Internal source) คือการที่ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลจากความทรงจำโดยอาศัยขอบเขตด้านจิตวิทยาอันได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้และการเรียนรู้ ตลอดจนทัศนคติและประสบการณ์ในอดีต แหล่งข้อมูลที่สองคือ แหล่งข้อมูลภายนอก (External Source) คือการเก็บเกี่ยวข้อมูลจากภายนอก เนื่องจากตัวผู้บริโภคมีข้อมูลภายในไม่เพียงพอ เช่น ข้อมูลจากสื่อต่างๆ การโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรืออินเทอร์เน็ต เป็นต้น การค้นหาข้อมูลจากภายนอกนั้นจะใช้ระยะเวลาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อและความรู้ของเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ หากผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับชนิดของผลิตภัณฑ์ก็อาจจะทำให้ต้องใช้เวลาในการหาข้อมูลมากขึ้นและอาจมีกิจกรรมในการค้นหา ก่อนตัดสินใจซื้อมากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามปริมาณข้อมูลที่ผู้บริโภคต้องการขึ้นอยู่กับปัจจัยและสถานการณ์ต่างๆ เช่น สินค้าที่มีความจำเป็นต้องใช้โดยเร่งด่วนก็อาจจะใช้เวลาการศึกษาข้อมูลน้อยกว่าสินค้าที่ซื้อโดยไม่รีบร้อน



แผนภาพที่ 2.4 โครงสร้างพฤติกรรมผู้ซื้อ แหล่งที่มา: Kotler P. (2000) Marketing Management (10 edition), New Jersey, Prentice Hall.



แผนภาพที่ 2.5 ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการบริโภคสินค้าบริการ (The Consumer Decision Process for Hospitality Services) แหล่งที่มา: Williams A. (2002) Understanding The Hospitality Consumer, Oxford, Butterworth-Heinemann.

สำหรับสินค้าประจำวันที่ผู้บริโภคคุ้นเคยและบริโภคอยู่เป็นประจำ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ค่อนข้างรวดเร็วและ ไม่ต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจที่ยุ่งยาก ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่เคยใช้บริการมาก่อนแล้ว ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าจากตราสินค้าที่รู้จักหรือที่เคยใช้แล้วพึงพอใจมากที่สุด และจะนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ต่อไป สำหรับสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวต่างประเทศซึ่งมีราคาสูง ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีกระบวนการการตัดสินใจที่ซับซ้อนและยุ่งยากมากขึ้น ในการตัดสินใจซื้อนั้นผู้บริโภคต้องการเวลาในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ราคา ท่าเรือที่ตั้ง ตลอดจนคุณภาพของการให้บริการ ณ สถานที่ท่องเที่ยววันๆ เพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกต่างๆ ที่ได้จากข้อมูลที่รวบรวมได้ สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปมาก่อน และมีข้อมูลค่อนข้างจำกัด โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะ ตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ เช่น เลือกเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เลือกโรงแรมระดับนานาชาติที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ

ขั้นตอนการซื้อ/การบริโภค (Purchase/Consumption Stage)

ผู้บริโภคมีรูปแบบการซื้อ 2 แบบคือ การซื้อเพื่อทดลอง (Trial Purchase) และการซื้อซ้ำ (Repeat Purchase) ถ้าผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เป็นครั้งแรก จะซื้อในปริมาณน้อยกว่าปกติ เพราะถือว่าเป็นการซื้อเพื่อทดลองและจะพยายามประเมินผลิตภัณฑ์จากการบริโภค หากพบว่าเกิดความพึงพอใจมากกว่าสินค้าที่เคยบริโภค ผู้บริโภคมักมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงการยอมรับในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และโดยส่วนใหญ่แล้วการบริโภคซ้ำจะมีการซื้อในปริมาณที่มากขึ้นและนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้า

จากขั้นตอนก่อนซื้อที่ได้มีการหาข้อมูลของสินค้า หลังจาก que ผู้บริโภควิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่มีอยู่และตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ขั้นตอนนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจในรายละเอียดของสินค้าหรือบริการประเภทนั้นๆ เช่น ระยะเวลาที่จะพักในโรงแรม รูปแบบบริการที่จะใช้หรือบริโภค เช่น ซื้อทัวร์รวมตัวเครื่องบิน ที่พัก และการบริการนำเที่ยวท้องถิ่น หรือจะซื้อเฉพาะตัวเครื่องบินและที่พักเท่านั้น ในกรณี que ตัดสินใจเลือกที่พักหรือโรงแรมแล้ว ก็จะพิจารณาองค์ประกอบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อให้ละเอียดมากขึ้น เช่น จะเลือกใช้บริการอะไรบางของโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นบริการรถรับ-ส่งสนามบิน ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ หรือใช้เฉพาะบริการห้องพักเท่านั้น เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม อาจเกิดกรณีที่ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะไม่ซื้อสินค้าและบริการในระยะขั้นตอนการซื้อนี้ เนื่องจากปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เช่น ในขณะที่กำลังตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของโรงแรม ปรากฏว่าในขณะที่นั้นได้เกิดโรคระบาดร้ายแรงขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังจะไป เกิดสงคราม หรือภัยธรรมชาติ เหตุการณ์เหล่านี้อาจส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลื่อนการซื้อออกไป หรืออาจตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าหรือบริการที่ตั้งใจไว้แต่ต้นได้ Assael (1998) ได้กล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลื่อนการซื้อหรือตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าและบริการ อันได้แก่ การไม่มีเวลาตัดสินใจ ภาวะการตอบสนองทางด้านอารมณ์ต่อสินค้าและบริการ ความเสี่ยงทางด้านสังคม ความกังวลต่อคุณภาพของสินค้า และการขาดข้อมูลที่เพียงพอในการตัดสินใจ เป็นต้น

ขั้นตอนหลังการซื้อ (Post-consumption Stage)

เมื่อผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนสุดท้ายจะเป็นการประเมินผล ซึ่งผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ความรู้สึกที่เป็นกลาง (Neutral Feeling) เนื่องจากผลิตภัณฑ์ได้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค ความพึงพอใจ (satisfaction) เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวัง และ ผลลัพธ์ประเภทสุดท้ายคือ ความไม่พึงพอใจ (dissatisfaction) เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค

ลักษณะของผลลัพธ์ทั้งสามประเภทรูปแบบนั้นแสดงให้เห็นว่า ระดับความพึงพอใจ (Level of Satisfaction) เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง (Expectation) กับประสบการณ์ (Experience) และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออีกหรือไม่ในอนาคต กล่าวคือความพึงพอใจ (Satisfaction) อันเกิดการการบรรลุความคาดหวัง ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการ อันจะนำไปสู่การบริโภคซ้ำในอนาคต ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบต่อสินค้าและบริการ ทำให้ไม่เกิดการบริโภคสินค้าและบริการนั้นอีกในอนาคต

ในบางกรณี แม้ได้มีการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้นแล้ว แต่ผู้บริโภคอาจยังรู้สึกไม่มั่นใจในสิ่งที่ตนเลือก ดังนั้นเพื่อสร้างความมั่นใจในสินค้า นักการตลาดจึงต้องให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภค โดยการให้ข้อมูลอย่างเพียงพอ ถูกต้องและเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การรับประกันคุณภาพ กระบวนการจัดการกับคำร้อง (Complaint) ที่ดี ตลอดจนกระบวนการติดตามผลหลังการขายเพื่อประกันความพึงพอใจของผู้บริโภค ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเสี่ยงสูง เนื่องจากโดยธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคไม่สามารถทดลองใช้

หรือเห็นสินค้าก่อนเหมือนสินค้าทั่วไป อีกทั้งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ต้องมีส่วนร่วมจากผู้บริโภคสูง (High-involvement Product) ดังนั้น กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้จึงต้องพยายามสร้างความมั่นใจต่อสินค้าและบริการให้มากที่สุด

2.3 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบหลายชนิด แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ สถานที่ปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการจะเดินทางไปหรือจุดหมายปลายทางของนักเดินทาง หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ (Destination) เนื่องจากสถานที่ดังกล่าวเปรียบเสมือนสินค้าหลักสำหรับการท่องเที่ยว Pearce (1989 อ้างโดย Murphy, Pritchard and Smith, 1999) ได้ให้คำจำกัดความของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวว่าเป็นสินค้าและบริการ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้และดึงดูดให้คนที่อาศัยอยู่ในสถานที่อื่นต้องการมาเยี่ยมชม หรือมาใช้ประโยชน์ ในขณะที่ Murphy (1985 อ้างโดย Murphy, Pritchard and Smith, 1999) ได้กล่าวถึงจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบสถานที่ปลายทางของนักท่องเที่ยวว่าเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันเพื่อขายสินค้าและบริการ เนื่องจากเป็นที่พบกันระหว่างผู้ต้องการขายสินค้าและผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจลักษณะของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น เราจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism) ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แตกต่างจากการซื้อขายสินค้าในตลาดโดยทั่วไป ดังแสดงในแผนภาพที่ 2.6 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าบริการมีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ เนื่องจาก

- 1.1 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) ผู้บริโภคไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสผลิตภัณฑ์ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าได้แก่ เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ชิม และรู้สึก ก่อนการซื้อหรือบริโภค ทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพหรือทดลองใช้สินค้าก่อนตัดสินใจซื้อได้ ดังนั้นข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นหรือทัศนคติใดๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและบริการจึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภค และกลายเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมักจะเสาะแสวงหาล่วงหน้าก่อนเสมอ ส่วนพฤติกรรมกรรมการซื้อซ้ำหรือการ กลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยมากขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นสำคัญ

1.2 ผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นผลิตรภัณฑ์ที่แยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ จะสังเกตว่าสินค้าในรูปบริการไม่สามารถแยกผู้ผลิตและผู้ขายออกจากกันได้ กล่าวคือกิจกรรมการผลิต การขาย การส่งมอบและการบริโภคบริการ มักจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน เช่น การให้บริการข้อมูลกับนักท่องเที่ยว ย่อมเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันกับการที่นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลและกำลังถามเพื่อฟังคำตอบ และหากเปรียบเทียบการให้บริการเป็นขั้นตอนการผลิต ก็จะไม่สามารถแยกตัวบุคคลที่อาจเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ขายออกจากกันได้ แปลว่าการผลิตจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการบริโภคหรือการซื้อบริการ ณ สถานที่ผลิตเท่านั้น

1.3 ผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย (Heterogeneity) สังเกตได้ว่าการบริการอาจมีความคล้ายคลึงกันแต่ไม่สามารถตั้งหรือกำหนดมาตรฐานไว้ให้เหมือนกันทุกครั้ง จึงต่างจากสินค้าที่จับต้องได้ซึ่งได้ผ่านการผลิตโดยอาศัยเครื่องจักรภายใต้รูปแบบที่สามารถกำหนดมาตรฐานไว้ล่วงหน้า การกำหนดมาตรฐานเพื่อใช้เป็นแบบอย่างในการให้บริการจึงได้เพียงแต่จัดรูปแบบ วิธีการทำงาน เช่น มาตรฐานโรงแรมชั้นนำจัดให้มีการบริการรับจองที่นั่งโดยสารสายการบินผ่านเครือข่ายระบบรับจองของโรงแรม อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติ รายละเอียดของการให้บริการแต่ละแห่งก็ยังแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความชำนาญของแต่ละบุคคลที่ให้บริการและ สภาพแวดล้อมขณะให้บริการ รวมทั้งลักษณะนิสัย และการแสดงออกที่แตกต่างกันของลูกค้าที่เข้ามาติดต่อ ซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ ประสบการณ์และความสามารถในการรับรู้ที่แตกต่างกัน หรือกลุ่มพนักงานที่ให้บริการต่างก็มีทัศนคติ ความชอบหรือความรู้สึกส่วนบุคคล การรับรู้และความสามารถในการแสดงออกแตกต่างกัน

1.4 ผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและบริการ เป็นผลิตรภัณฑ์ที่หมดอายุง่าย (Perishability) หรือมีอายุการใช้งานสั้น ทำให้ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ เช่น จำนวนห้องพักในโรงแรมที่ไม่มีแขกเข้าพัก จำนวนห้องว่างในโรงแรมแต่ละคืนนั้นแสดงถึงความสูญเสียรายได้และโอกาสในการผลิตที่สามารถสร้างรายได้เพราะไม่สามารถเก็บรักษาโอกาส

ทำรายได้ในช่วงเวลานั้นๆ ไว้เพื่อมาขายรวมกับโอกาสใหม่ในเวลาต่อมาได้ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงขึ้นลง (fluctuating) ของอุปสงค์ (demand) ในแต่ละช่วงเวลา เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว ก็มีส่วนทำให้คุณลักษณะการหมดอายุ ง่ายเด่นชัดขึ้นอีก

2. ในกาบริการแต่ละครั้ง ผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมักจะมีมูลค่าสูงแต่เป็นผลิตรภัณฑ์ที่ได้รับการบริการไม่บ่อยครั้งเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดอื่น
3. ผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสามารถขายแยกเช่น ตัวเครื่องบิน หรือห้องพัก และสามารถขายรวมเป็นชุด เช่น แพ็ค-เกจฮอลิเดย์ซึ่งรวมตัวเครื่องบิน รถรับส่ง ที่พักและอาหาร
4. นักท่องเที่ยวมักจะมีคามคาดหวังต่อผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมักจะหาข้อมูลของผลิตรภัณฑ์ก่อนการบริการ
5. สถานที่ท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นหลายระดับ เช่น ระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับประเทศ หรือระดับทวีป
6. การประชาสัมพันธ์ผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เกิดจากความร่วมมือของหลายฝ่าย เช่นหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมต่างๆ หรือตัวแทนขายโปรแกรมการท่องเที่ยว (travel agency) ที่มีส่วนช่วยขาย ประชาสัมพันธ์และทำการตลาดให้กับผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แต่หน่วยงานเหล่านั้นมักจะไม่ไ้เป็นเจ้าของผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม สายการบิน หรือร้านอาหาร เป็นต้น
7. การจัดจำหน่ายผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมักเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นพร้อมๆ กันหลายช่องทาง เช่น การขายตรงต่อผู้บริโภค การขายผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือเคาเตอร์ทัวร์ และการขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น
8. ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอย่างมาก เช่น คำแนะนำจากเพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง ข้อมูลจาก แผ่นโฆษณา โบรชัวร์ และสื่อต่างๆ
9. ราคาของผลิตรภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมักจะไม่แปรผันตามคุณภาพ หรือต้นทุนการผลิต เช่น การเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสาธารณะ ไม่ต้องจ่ายค่าธรรมเนียม หรือค่าเข้าชม อาทิ ชายหาด น้ำตก ป่า เขา หรือพิพิธภัณฑ์บางแห่ง
10. การสร้างความภักดีของผู้บริโภคต่อตราสินค้ามีความสำคัญในการรักษาลูกค้าของตนในตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง เช่น โปรแกรมการสะสมระยะทางการบินของลูกค้าสายการบินต่างๆ และการสะสมคะแนนจากการใช้บริการ ร้านอาหารเพื่อแลกของรางวัล

11. ความแตกต่างระหว่างผู้บริโภครและลูกค้า เช่น ธุรกิจโรงแรมที่มีลูกค้าเป็นบริษัทบริหารจัดการนำเที่ยวหรือตัวแทนจำหน่ายต่างๆ แต่ผู้บริโภครคือแขกที่มาพัก หรือนักธุรกิจที่ซื้อห้องพักจากตัวแทนจำหน่าย
12. ความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผู้บริโภครหรือผู้ใช้บริการจะขาดความเป็นเจ้าของในการซื้อโดยสมบูรณ์ เพราะหลังจากที่ใช้บริการสินค้าและบริการของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวตามช่วงเวลาที่ได้ซื้อไปแล้ว สินค้าและบริการนั้นจะถูกนำไปผ่านกระบวนการเพื่อขายต่อไปได้อีก เช่น ห้องพักในโรงแรม และที่นั่งผู้โดยสารของสายการบิน จึงนับเป็นลักษณะที่แตกต่างอันเห็นได้ชัดระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรม อื่นๆ

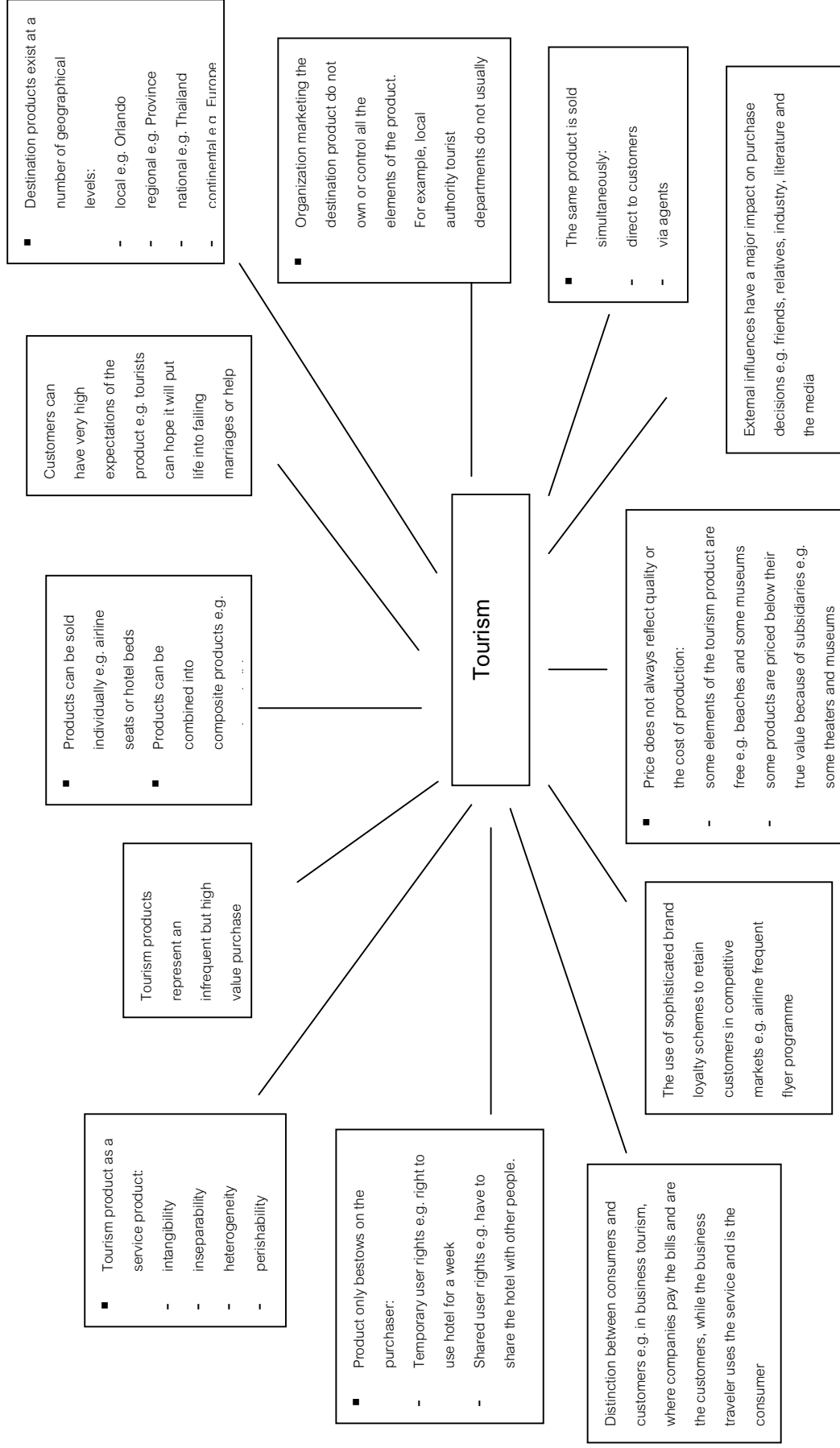
Gunn (1988 อ้างโดย Murphy, Pritchard and Smith, 1999) ได้กล่าวถึงส่วนประกอบของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยประสบการณ์การบริโภครที่ซับซ้อน และเป็นผลมาจากกระบวนการใช้บริการสินค้าและบริการที่หลากหลายระหว่างการเดินทาง เช่น การบริโภครข้อมูลข่าวสาร และการใช้บริการการคมนาคมขนส่ง ที่พักอาศัย และบริการอื่นๆ และแนวคิดนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Smith (1994) ที่ยอมรับว่าบทบาทของการให้บริการต่างๆ ทั้งสินค้าและบริการระหว่างการเดินทางช่วยสร้างประสบการณ์ในการบริโภครสินค้าและบริการให้กับผู้เดินทาง และยังแสดงให้เห็นว่าความหลากหลายของการบริโภครสินค้าและบริการในสถานที่ต่างๆ เปรียบเสมือนวัตถุดิบที่ก่อให้เกิดเป็นประสบการณ์ที่แตกต่างกันของผู้เดินทาง

ในขณะที่ Ritchie (1993) นิยามสถานที่ท่องเที่ยวว่าเป็นกลุ่มของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เหมือนกับสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ แต่ประกอบไปด้วยหลายมิติ และมีคุณสมบัติที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ไม่ได้เกิดจากการบริโภครสินค้าและบริการที่หลากหลายระหว่างการเดินทางเท่านั้น (Cohen, 1979 อ้างโดย Murphy, Pritchard and Smith, 1999) แต่ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการรับรู้และความเข้าใจต่อสถานที่ หรือสินค้านั้นๆ เช่น ความต้องการส่วนบุคคล อารมณ์ของนักเดินทาง และสภาพทางกายภาพของสถานที่นั้นๆ ล้วนแล้วแต่มีส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์แก่ผู้บริโภครทั้งสิ้น

นอกจากนี้ Kotler, Bowen, และ Makens (1996) ได้เสนอรูปแบบความคิดของผลิตภัณฑ์ในสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมของสถานที่นั้นๆ (Destination Environment) และการบริการโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค (Service infrastructure) โดยสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย 6 ปัจจัยหลักคือ การศึกษาเกี่ยวกับประชากร (Demographic) เศรษฐกิจ (Economic) สิ่ง

แวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Environment) เทคโนโลยี (Technological Factors) การเมือง การปกครอง และกฎหมาย (Political/Legal Factors) และวัฒนธรรม (Cultural Forces) จึงอาจกล่าวได้ว่าสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยแวดล้อมเป็นองค์ประกอบสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งส่งผลกระทบต่อการรับรู้และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนี้

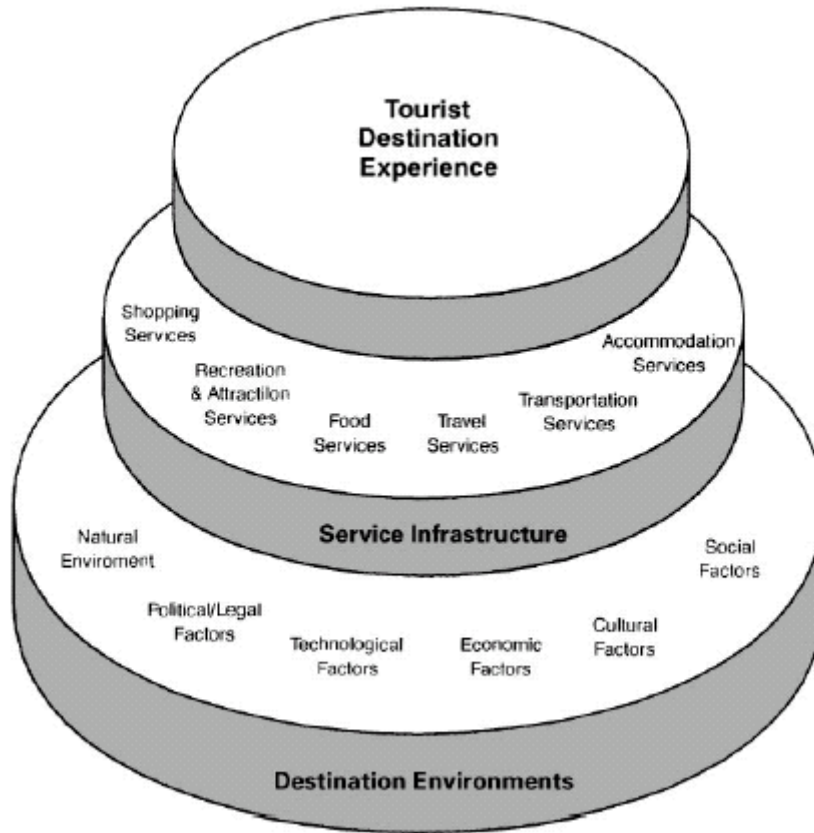
- องค์ประกอบด้านกายภาพของสถานที่ใดๆ (Physical Elements) หมายถึงลักษณะภูมิประเทศ ทำเลที่ตั้ง หรือสิ่งอำนวยความสะดวก และทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ลักษณะพื้นที่ของภูมิประเทศ พันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับและพันธุ์สัตว์ในแต่ละท้องถิ่น หรือ สภาพทางกายภาพเช่น ภูมิอากาศ หรือสภาพดินฟ้าอากาศ (Dunn & Iso-Ahola, 1991; Buckley, 1994 อ้างโดย Murphy, Pritchard and Smith, 1999)
- องค์ประกอบทางด้านสังคม (Social Factor) หมายถึงลักษณะของคนในท้องถิ่น ความเป็นมิตรกับคนต่างถิ่น ภาษาท้องถิ่น โครงสร้างครอบครัวของแต่ละท้องถิ่น ความหนาแน่นของประชากรในแต่ละท้องถิ่น โครงสร้างทางสังคมและอาชีพหลักของคนท้องถิ่น (Canestrelli & Costa, 1991; Machlis & Burch, 1983 อ้างโดย Murphy, Pritchard and Smith, 1999)
- องค์ประกอบทางการบริการโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และเทคโนโลยี (Infrastructure and technology) เช่น การประปา การไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ การสื่อสารที่ทันสมัย ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในแต่ละพื้นที่เป็นตัวบ่งชี้หนึ่งถึงความพร้อมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้วหรือยังด้อยพัฒนา (Choy, 1992; Johnson & Edwards, 1994)



แผนภาพที่ 2.6: ลักษณะของการท่องเที่ยว (Characteristics of Tourism) แหล่งที่มา: Williams A. (2002) Understanding The Hospitality Consumer, Oxford, Butterworth-Heinemann.

- องค์ประกอบทางด้านเศรษฐกิจหรือโครงสร้างทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตอบรับของนักท่องเที่ยว เช่น อัตราการแลกเปลี่ยนเงินสกุลต่างๆ และราคาของสินค้าอุปโภคบริโภคตลอดจนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ
- องค์ประกอบทางด้านวัฒนธรรม เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ความมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น จารีตประเพณี ขนบธรรมเนียมที่มีมาแต่เดิม เหล่านี้ล้วนนำมาซึ่งประสบการณ์ที่ดีและหลากหลายแก่นักท่องเที่ยว (Cohen, 1988; Pretice, 1993 อ้างโดย Murphy, Pritchard and Smith, 1999)
- องค์ประกอบทางการเมืองการปกครอง และกฎหมาย เป็นองค์ประกอบสุดท้ายที่มีบทบาทต่อการท่องเที่ยวไม่แพ้องค์ประกอบอื่นๆ เช่น ความมั่นคงทางการเมืองของแต่ละประเทศ นโยบายด้านการต่างประเทศ หรือนโยบายทางการเมืองของรัฐบาลต่อเรื่องสำคัญๆ เช่น สิทธิมนุษยชน หรือการเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตย ก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลของแต่ละประเทศ การดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการออกหนังสือเดินทาง ดำตรวจคนเข้าเมือง วิธีการทางศุลกากร หรือตำรวจและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

ดังนั้นหากเปรียบเทียบสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวกับผลิตภัณฑ์ปกติซึ่งผู้บริโภคสามารถซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์นั้นๆ ที่มีลักษณะที่เป็นรูปธรรม มีตัวตน สามารถจับต้องได้ และอาจทดลองใช้ได้ก่อนตัดสินใจซื้อ ในขณะที่นักท่องเที่ยวบริโภคบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นหลัก เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป (Echtner & Ritchie, 1993) ทำให้สิ่งแวดล้อม บรรยากาศ หรือปัจจัยแวดล้อมเป็นองค์ประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ดังแผนภาพที่ 2.7 ซึ่งแสดงโครงสร้างขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

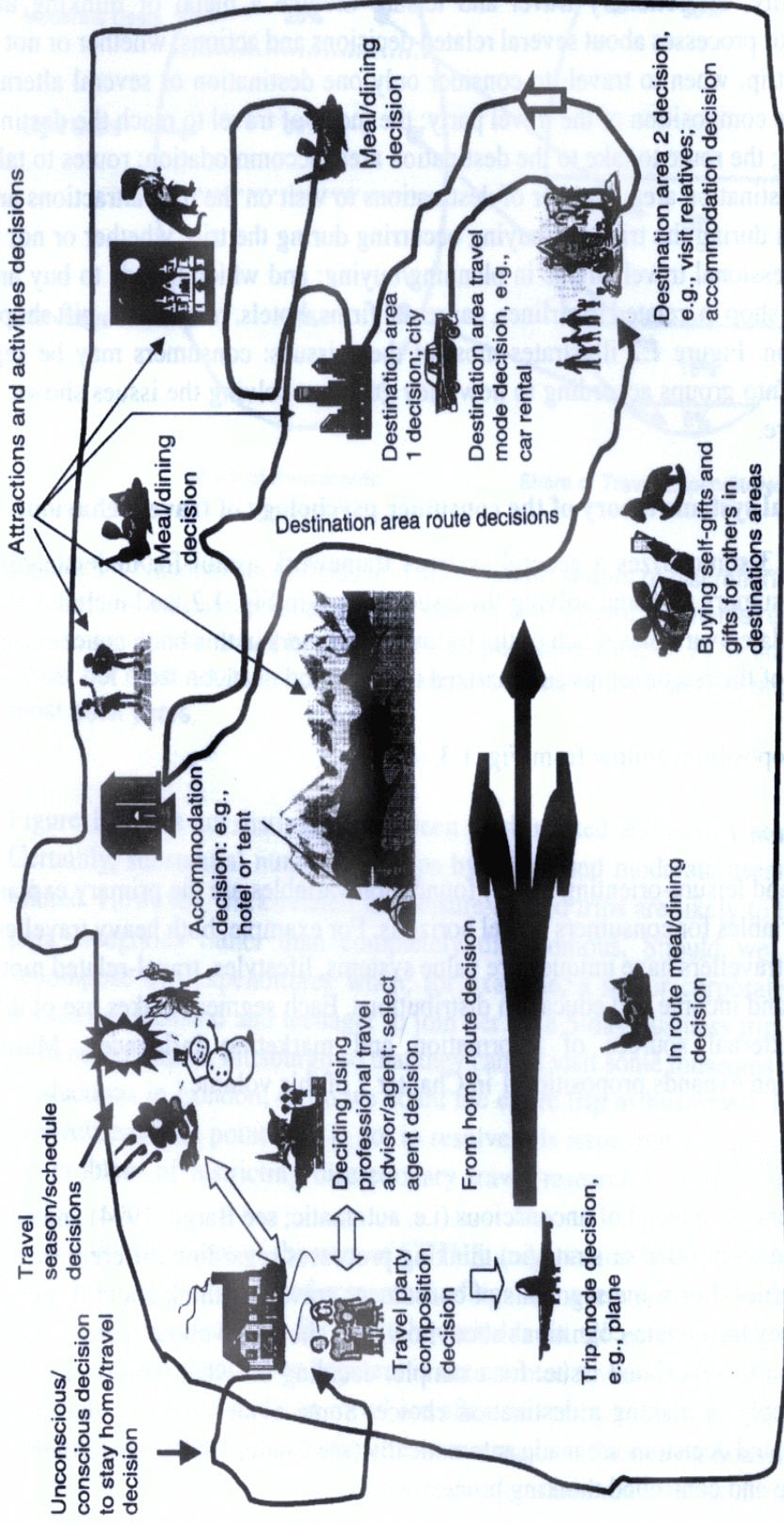


แผนภาพที่ 2.7 โครงสร้างขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่มา: Murphy, Pritchard and Smith (1999) The Destination product and its impact on traveler perceptions, Tourism management Journal

นอกจากรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการบริโภคสินค้าบริการของ Williams A. (2002) แล้ว Woodside (2000) ก็ได้แสดงองค์ประกอบทางจิตวิทยาการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การบริการและการพักผ่อน อันได้แก่ จุดหมายปลายทาง (Destinations) ที่พัก (Accommodation) กิจกรรม (Activities) ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว (Attractions) เส้นทางและรูปแบบการเดินทาง (Travel modes and routes) ร้านอาหาร (Dining) สถานที่เที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยว (Subdestinations and Scenic Routes) และของที่ระลึก (Self-gifts/Souvenir) เพื่อเป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจทางเลือกของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ดังแสดงในแผนภาพที่ 2.8

จากทฤษฎีพฤติกรรมกรบริโภค ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการศึกษาพฤติกรรมกรบริโภคผลิต

ทัศนคติทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จำเป็นต้องศึกษาตั้งแต่
 ขั้นตอนก่อนการตัดสินใจซื้อ ระหว่างการซื้อและหลังการซื้อ โดยศึกษาองค์ประกอบที่สำคัญๆ ของ
 ผลกระทบทางการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ทั้งนี้เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้
 สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและและเจ้าบ้านตามหลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยว
 โลกข้อแรกที่มีแนวคิดว่าการท่องเที่ยวควรสร้างความเข้าใจและความนับถือร่วมกันระหว่างคน
 และสังคม (Tourism's contribution to mutual understanding and respect between peoples
 and societies) คือ ทั้งชุมชนเจ้าของบ้าน และผู้ประกอบการวิชาชีพท้องถิ่นควรที่จะให้ความคุ้นเคย
 และเคารพต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และเรียนรู้ถึงวิถีชีวิต ธรรมเนียม ความคาดหวัง การศึกษาของนัก
 ท่องเที่ยว ในส่วนของชุมชนและผู้ประกอบการวิชาชีพจะต้องฝึกอบรมวิชาชีพที่จะมีส่วนเสริมสร้างวิธี
 การต้อนรับอย่างเจ้าของบ้านที่ดี (The host communities, on one hand, and local
 professionals, on the other hand, should acquaint themselves with and respect the
 tourists who visit them and find out about their lifestyles, tastes and expectations; the
 education and training imparted to professionals contribute to a hospitable welcome)



แผนภาพที่ 2.8 แผนภาพแสดงจิตวิทยาการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การบริการและการพักผ่อน (The Field of Consumer Psychology of Travel, Hospitality, and Leisure.) แหล่งที่มา: Woodside A.G.: editor (2000) Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure, Oxon, CABI Publishing.

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รายงานสถิติ ผลงานการศึกษาค้นคว้า บทความ งานวิจัย และตำราที่เกี่ยวข้อง

2. สัมภาษณ์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่

กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งกำหนดจำนวนตัวอย่างโดยใช้ฐานจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศตามสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2545 ภาคใต้ ซึ่งจัดทำโดยกองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัด ภูเก็ต พังงา และกระบี่

จังหวัด / นักท่องเที่ยว	ภูเก็ต	พังงา	กระบี่	รวม
ชาวไทย	1,087,704 (20%)	247,093 (4%)	478,822 (9%)	1,813,619
ชาวต่างประเทศ	2,766,350 (50%)	231,936 (4%)	740,646 (13%)	3,738,932
รวม	3,854,054	479,029	1,219,468	5,552,551 (100%)

ทั้งนี้เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัดสามารถคำนวณได้จากสูตรของ Yamanae (1973)

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

โดยที่

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N =$ จำนวนประชากร

$e =$ ค่าความคาดเคลื่อน (0.05)

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ

$$\begin{aligned} n &= \frac{5,552,551}{1+(5,552,551)(0.05)^2} \\ &= 399.98 \\ &\approx 400 \end{aligned}$$

ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 600 ชุด โดยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามอัตราส่วนของนักท่องเที่ยวแบ่งตามจังหวัดและประเภทของนักท่องเที่ยวคือ ชาวไทยและชาวต่างประเทศ ดังนี้

ตารางที่ 3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในจังหวัด ภูเก็ต พังงา และกระบี่

จังหวัด / นักท่องเที่ยว	ภูเก็ต	พังงา	กระบี่	รวม
ชาวไทย	100	50	80	230
ชาวต่างประเทศ	200	50	120	370
รวม	300	100	200	600

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- ผู้วิจัยสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคเบื้องต้นโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Checklist) เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด (ภูเก็ต 40 ชุด, พังงา 30 ชุด และกระบี่ 30 ชุด)
- ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้จากการออกแบบไปทดสอบก่อนการนำไปใช้สอบถามนักท่องเที่ยว โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างทดสอบที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด (pilot study) จำนวน 20 ชุด
- ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวโดยแบบสอบถามมีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลทั่วไป เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ การศึกษา รายได้ และจำนวนครั้งที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว ในช่วงก่อนการท่องเที่ยว ระหว่างการท่องเที่ยว และหลังจากการท่องเที่ยว

ลักษณะของคำถามแบ่งเป็นสามประเภทคือ คำถามแบบปรนัย คำถามแบบอัตนัย และ คำถามแบบให้แสดงความสำคัญ (Rating) ใช้ลิเคิร์ตสเกลแบบเจ็ดระดับ (7-point Likert Scale) โดยแบ่งระดับเป็น 1= ไม่สำคัญมากที่สุด ถึง 7 = สำคัญมากที่สุด

3. วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและประมวลผลด้วยค่าสถิติเบื้องต้น ได้แก่ ค่าความถี่(Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และ ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS/PC (Statistical Package for the Social Science/Personal Computer Plus)

4. สรุปผลจากแบบสอบถาม (นักท่องเที่ยว) นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง กราฟ และแผนภูมิประกอบการบรรยาย

5. นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group Discussion) เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลจากบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรง (เจ้าบ้าน) เป็นการรวบรวมข้อมูลแบบการนั่งสนทนาเจาะจงประเด็น โดยมีการคัดเลือกบุคคลเพื่อเข้าสนทนาจากตัวแทนภาครัฐ และภาคธุรกิจของแต่ละจังหวัด จังหวัดละประมาณ 15 คน (ภาคผนวก

ก.) และมีคำถามของการสนทนาดังต่อไปนี้ 1) จุดเด่นของภูเก็ต / กระบี่ / พังงา ที่ควรรักษาไว้มีอะไรบ้าง และมีวิธีการอย่างไรในการเสริมจุดเด่นเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยว 2) ปัญหาด้านการท่องเที่ยวของภูเก็ต / กระบี่ / พังงา ที่มีในปัจจุบัน 3) แนวทางการแก้ปัญหาทางการท่องเที่ยวของภูเก็ต / กระบี่ / พังงา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4) ภูเก็ต / กระบี่ / พังงา ควรมีอะไรนอกเหนือจากที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยว 5) ภูเก็ต / กระบี่ / พังงา ควรขยายตลาดหรือเจาะกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใดเป็นหลัก 6) ภูเก็ต / กระบี่ / พังงา ควรวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร ควรเน้นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทใดเป็นพิเศษ 7) ภูเก็ต / กระบี่ / พังงา ควรวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้แตกต่างหรือ เหมือนกัน กับอีกสองจังหวัด 8) ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดควรเป็นอย่างไร เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยรักษาสมดุลย์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม

6. สรุปรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งได้จากนักท่องเที่ยว และจากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจงซึ่งได้จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด นำเสนอผลงานวิจัย

3.2 ข้อจำกัดการวิจัย

1. ระยะเวลาในการวิจัยที่จำกัดทำให้มีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่จำกัด
2. นักท่องเที่ยวและบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัดที่เชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่มแบบเจาะจงไม่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล
3. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัยภายในประเทศไทยมีน้อยทำให้ต้องศึกษาจากกรณีศึกษาของต่างประเทศเป็นหลัก

บทที่ 4

การวิเคราะห์ผลการศึกษา

ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ได้แบ่งออกเป็นสองส่วนหลัก คือ 1.) ข้อมูลจากแบบสอบถาม (นักท่องเที่ยว) และ 2.) ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (เจ้าบ้าน) ในส่วนของแบบสอบถาม ข้อมูลได้ถูกแบ่งเป็นสองส่วนย่อย คือ 1.1) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทั้งสามจังหวัด และ 1.2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในทั้งสามจังหวัด ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (นักท่องเที่ยว)

4.1 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

ตารางที่ 4.1 เพศ

เพศ	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	51.0	64.0	67.0	67.0	34.0	68.0
หญิง	29.0	36.0	33.0	33.0	16.0	32.0
รวม	80.0	100.0	100.0	100.0	50.0	100.0

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา จำนวน 80 คน, 100 คน และ 50 คน ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.0, 67.0 และ 68.0 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 36.0, 33.0 และ 32.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 อายุ

อายุ	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	5.0	6.0	4.0	4.0	-	-
20-30 ปี	33.0	42.0	70.0	70.0	29.0	58.0
31-40 ปี	25.0	31.0	12.0	12.0	15.0	30.0
41-50 ปี	15.0	19.0	7.0	7.0	4.0	8.0
51-60 ปี	1.0	1.0	6.0	6.0	1.0	2.0
มากกว่า 60 ปี	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	2.0
รวม	80.0	100.0	100.0	100.0	50.0	100.0

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 --30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.0, 70.0 และ 58.0 ตามลำดับ รองลงมาคือนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31- 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.0, 12.0 และ 30.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	-	-	2.0	2.0	-	-
ประถมศึกษา	2.0	2.0	3.0	3.0	-	-
มัธยมศึกษา	11.0	14.0	20.0	20.0	3.0	6.0
ประกาศนียบัตร	7.0	9.0	3.0	3.0	2.0	4.0
ปริญญาตรี	50.0	63.0	65.0	65.0	37.0	74.0
สูงกว่าปริญญาตรี	10.0	12.0	7.0	7.0	7.0	14.0
รวม	80.0	100.0	100.0	100.0	49.0	98.0
ไม่ตอบ	-	-	-	-	1.0	2.0

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.0, 65.0 และ 74.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 สถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	42	52.5	79.0	79.0	37.0	74
สมรส	35.0	43.8	15.0	15.0	13.0	26
หม้าย	1.0	1.3	2.0	2.0	-	-
หย่าร้าง	1.0	1.3	4.0	4.0	-	-
รวม	79.0	98.8	100.0	100.0	50.0	100.0
ไม่ตอบ	1.0	1.3	-	-	-	-

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงาในการศึกษานี้ ส่วนใหญ่เป็นคนโสด คิดเป็นร้อยละ 52.5, 79.0 และ 74.0 ตามลำดับ รองลงมาคือ ผู้สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 43.8, 15.0 และ 26.0

ตารางที่ 4.5 ช่วงเวลาที่นิยมเที่ยว

ช่วงเวลา	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุดนักขัตฤกษ์	40.0	50.0	24.0	24.0	25.0	50.0
วันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา	6.0	7.5	19.0	19.0	12.0	24.0
วันหยุดสุดสัปดาห์	6.0	7.5	25.0	25.0	3.0	6.0
วันพิเศษของครอบครัว	3.0	3.8	5.0	5.0	1.0	2.0
ช่วงปิดเทอม	1.0	1.3	8.0	8.0	3.0	6.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์และ วันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา	-	-	1.0	1.0	1.0	2.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันหยุดสุดสัปดาห์	5.0	6.3	5.0	5.0	2.0	4.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์ และช่วงปิดเทอม	-	-	1.0	1.0	-	-
วันธรรมดาฯ และ วันหยุด	3.0	3.8	-	-	-	-
วันหยุดนักขัตฤกษ์ วันหยุด และวันพิเศษ	1.0	1.3	-	-	-	-
ช่วงใดก็ได้	12.0	15	8.0	8.0	3.0	6.0
อื่นๆ	2.0	2.5	2.0	2.0	-	-
รวม	79.0	98.8	98.0	98.0	50.0	100.0
ไม่ตอบ	1.0	1.3	2.0	2.0	-	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และพังงาสวนใหญ่ นิยมเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยคิดเป็นร้อยละ 50.0 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นิยมเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 24.0

ตารางที่ 4.6 ระยะเวลาของการเที่ยว

อายุ	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 วัน	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0	2.0
2-3 วัน	28.0	35.0	40.0	40.0	20.0	40.0
4-6 วัน	34.0	43.0	27.0	27.0	21.0	42.0
1-2 สัปดาห์	12.0	15.0	21.0	21.0	7.0	14.0
มากกว่า 2 สัปดาห์	4.0	5.0	11.0	11.0	1.0	2.0
รวม	80.0	100.0	100.0	100.0	50.0	100.0

ตารางที่ 4.7 ระยะเวลาที่ใช้ในการวางแผน

ระยะเวลาที่ใช้ในการวางแผนการเที่ยว	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 เดือน	52.0	65.0	67.0	67.0	28.0	56.0
1-3 เดือน	24.0	30.0	30.0	30.0	20.0	40.0
4-6 เดือน	3.0	3.75.0	3.0	3.0	2.0	4.0
7-9 เดือน	1.0	1.25.0	-	-	-	-
มากกว่า 9 เดือน	-	-	-	-	-	-
รวม	80.0	100.0	100.0	100.0	50.0	100.0

จากตารางที่ 4.6 และ ตารางที่ 4.7 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ไม่เกิน 6 วัน คิดเป็นร้อยละ 80.0, 68.0 และ 84.0 ตามลำดับ และใช้เวลาในการวางแผนการเดินทางน้อยกว่า 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 65.0, 67.0 และ 56.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จังหวัดที่อยู่ในเส้นทางรถท่องเที่ยว

จังหวัด	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กระบี่	-	-	-	-	-	-
ภูเก็ต	-	-	1.0	1.0	-	-
พังงา	-	-	-	-	-	-
กรุงเทพฯ และกระบี่	4.0	8.0	-	-	-	-
กรุงเทพฯ และภูเก็ต	-	-	8.0	8.0	-	-
กรุงเทพฯ และพังงา	-	-	-	-	1.0	2.0
กรุงเทพฯ ภูเก็ตและพังงา	-	-	-	-	2.0	4.0
ภูเก็ตและพังงา	-	-	13.0	13.0	9.0	18.0
ภูเก็ตและกระบี่	11.0	22.0	17.0	17.0	-	-
พังงา และกระบี่	10.0	20.0	-	-	4.0	8.0
ภูเก็ต พังงาและกระบี่	13.0	26.0	10.0	10.0	3.0	6.0
กรุงเทพฯ ภูเก็ตและกระบี่	-	-	1.0	1.0	-	-
กรุงเทพฯ พังงาและกระบี่	1.0	2.0	-	-	-	-
กรุงเทพฯ ภูเก็ต พังงาและ กระบี่	1.0	2.0	1.0	1.0	3.0	6.0
รวม	40.0	80.0	51.0	51.0	22.0	44.0
ไม่ตอบ	10.0	20.0	49.0	49.0	28.0	56.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ร้อยละ 26.0 จะเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง คือ พังงา และภูเก็ตด้วย ในขณะที่ร้อยละ 22.0 จะเที่ยวเฉพาะภูเก็ตและกระบี่ และร้อยละ 20.0 จะเที่ยวจังหวัดกระบี่และพังงา นอกจากนี้ยังพบว่าไม่มีนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเฉพาะจังหวัดกระบี่เพียงจังหวัดเดียวเท่านั้น

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตร้อยละ 17.0 จะเที่ยวจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ร้อยละ 13.0 จะรวมจังหวัดพังงาไว้ในการเดินทางมาเที่ยวภูเก็ตด้วยและร้อยละ10.0 นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวในทั้ง 3 จังหวัด

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ร้อยละ18.0 มาเที่ยว 2 จังหวัดคือภูเก็ตและพังงา ร้อยละ 8.0 เที่ยวพังงาและกระบี่ ในขณะที่ร้อยละ 6.0 เที่ยวทั้ง 3 จังหวัด คือภูเก็ต พังงา และกระบี่ นอกจากนี้ยังพบว่าไม่มีนักท่องเที่ยวรายใดที่มาเที่ยวเฉพาะจังหวัดพังงาโดยไม่เที่ยวภูเก็ต และ/หรือกระบี่

ตารางที่ 4.9 ระยะเวลาที่พำนัก

ระยะเวลาที่พำนัก	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-4 วัน	70.0	88.0	71.0	75.0	38.0	78.0
5-8 วัน	9.0	11.0	13.0	14.0	11.0	22.0
มากกว่า 8 วัน	1.0	1.0	11.0	11.0	-	-
รวม	80.0	100.0	95.0	100.0	49.0	100.0
ไม่ตอบ	-	-	5.0	-	1.0	-

จากตารางที่ 4.9 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ใช้เวลาในการพำนักในจังหวัดนั้นๆ ประมาณ 1 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 88.0, 75.0 และ 78.0 ตามลำดับ และทั้ง 3 จังหวัดมีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนน้อยมากที่สุดที่พักในจังหวัดนั้นๆ มากกว่า 8 วัน โดยเฉพาะในจังหวัดกระบี่คือร้อยละ1.0 และไม่มีนักท่องเที่ยวพำนักในจังหวัดพังงามากกว่า 8 วัน ในขณะที่ในจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ11.0

ตารางที่ 4.10 จำนวนครั้งที่มาเที่ยว

จำนวนครั้ง	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	38.0	47.0	40.0	40.0	21.0	42.0
ครั้งที่ 2	15.0	19.0	30.0	30.0	16.0	32.0
มากกว่า 2 ครั้ง	27.0	34.0	30.0	30.0	13.0	26.0
รวม	80.0	100.0	100.0	100.0	50.0	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวในจังหวัดนั้นๆ แล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง (Repeated Tourists) คิดเป็นร้อยละ 53.0, 60.0 และ 58.0 ตามลำดับ โดยมีนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 47.0, 40.0 และ 42.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อวัน (บาท)

จังหวัด	ผู้ตอบแบบ สอบถาม (คน)	ผู้ไม่ตอบแบบ สอบถาม (คน)	ค่าต่ำ สุด (บาท)	ค่าสูงสุด (บาท)	ค่าเฉลี่ย (บาท)	SD
กระบี่	76.0	4.0	250.0	2,500.0	3,794.2	3,982.5
ภูเก็ต	93.0	7.0	375.0	10,000.0	2,772.9	1,924.0
พังงา	46.0	4.0	555.3	7,000.0	1,771.2	1,185.1

ตารางที่ 4.11.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	120801151.865	2	60400575.933	8.035	.000
Within Groups	1593648912.926	212	7517211.853		
Total	1714450064.791	214			

ตารางที่ 4.11.2 การทดสอบด้วย Multiple Comparisons LSD

(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
พังงา	ภูเก็ต	-1001.6929	494.21441	.044	-1975.8968	-27.4891
	กระบี่	-2022.9952	512.17998	.000	-3032.6131	-1013.3773
ภูเก็ต	พังงา	1001.6929	494.21441	.044	27.4891	1975.8968
	กระบี่	-1021.3023	423.95863	.017	-1857.0168	-185.5878
กระบี่	พังงา	2022.9952	512.17998	.000	1013.3773	3032.6131
	ภูเก็ต	1021.3023	423.95863	.017	185.5878	1857.0168

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางข้างต้น พบว่านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงาโดยเฉลี่ยประมาณ 3,794.20 บาท, 2,772.90 บาท และ 1,771.20 บาท ตามลำดับ และเมื่อใช้ F-test และ Multiple Comparisons LSD ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่ได้ พบว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และพังงาใช้จ่ายต่อวันต่ำกว่าจังหวัดกระบี่อย่างมีนัยสำคัญ (p-value < 0.05) แต่เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลของนักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตและพังงา พบว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันในจังหวัดพังงาต่ำกว่าจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญ (p-value < 0.05)

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยจูงใจในการมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา

แรงจูงใจในการ เลือกมาท่องเที่ยว	กระบี่ (80 คน)		ภูเก็ต(100 คน)		พังงา(50 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เยี่ยมชมสถานที่ใหม่	39.0	49.0	35.0	35.0	14.0	28.0
การกีฬา	1.0	1.0	2.0	2.0	-	-
ธุรกิจ	3.0	4.0	5.0	5.0	-	-
การประชุม/ สัมมนา	1.0	1.0	5.0	5.0	-	-
การท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ	1.0	1.0	5.0	5.0	2.0	4.0
ศาสนา	-	-	3.0	3.0	-	-
เพศรส	-	-	2.0	2.0	-	-
เทศกาล/ งานประเพณี	6.0	8.0	9.0	9.0	1.0	2.0
การพักผ่อน	57.0	71.0	78.0	78.0	44.0	88.0
การศึกษา	-	-	4.0	4.0	1.0	2.0
เยี่ยมเพื่อนฝูง/ ญาติมิตร	14.0	18.0	32.0	32.0	4.0	8.0
ฮันนีมูน	1.0	1.0	2.0	2.0	2.0	4.0

ปัจจัยจูงใจสูงสุดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ใกล้เคียงกัน คือ การพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 71.0, 78.0 และ 88.0 ตามลำดับ รองลงมาคือการเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 49.0, 35.0 และ 28.0 และเยี่ยมเพื่อนฝูง/ญาติมิตร คิดเป็นร้อยละ 18.0, 32.0 และ 8.0 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่และพังงาไม่มีแรงจูงใจด้านศาสนา และเพศรส และปัจจัยด้านการกีฬา ธุรกิจ และการประชุม/สัมมนา ไม่ใช่ปัจจัยจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดพังงา ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตร้อยละ 3.0 มีศาสนาเป็นปัจจัยจูงใจและ ปัจจัยด้านเพศรส คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4.13 แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยว	กระบี่ (80 คน)		ภูเก็ต (100 คน)		พังงา (50 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทนำเที่ยว	10.0	13.0	22.0	22.0	9.0	18.0
อินเทอร์เน็ต	30.0	38.0	43.0	43.0	17.0	34.0
งานแสดงสินค้า ทางการท่องเที่ยว	11.0	14.0	11.0	11.0	2.0	4.0
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์	42.0	53.0	59.0	59.0	29.0	58.0
การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	20.0	25.0	31.0	31.0	21.0	42.0
เพื่อน	-	-	-	-	8.0	16.0
อื่นๆ	5.0	6.0	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา อันดับแรก คือ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ Planet Holiday เป็นต้น (คิดเป็นร้อยละ 53.0, 59.0 และ 58.0 ตามลำดับ) แหล่งข้อมูลที่ได้รับความนิยมในการหาข้อมูลของจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ อันดับ 2 และอันดับ 3 คือ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 43.0 และ 38.0 ตามลำดับ) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ร้อยละ 31.0 และ 25.0 ตามลำดับ) ในขณะที่แหล่งข้อมูลที่ได้รับความนิยมอันดับ 2 และ 3 ในการหาข้อมูลของจังหวัดพังงา คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ร้อยละ 42.0) และอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 34.0)

ตารางที่ 4.14 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ประเภทยานพาหนะ	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รถส่วนตัว	49.0	61.0	26.0	26.0	23.0	46.0
รถเช่า	2.0	3.0	8.0	8.0	6.0	12.0
เครื่องบิน	20.0	25.0	43.0	43.0	4.0	8.0
รถโดยสารประจำทาง	8.0	10.0	23.0	23.0	16.0	32.0
เครื่องบินและรถเช่า	1.0	1.0	-	-	-	-
อื่นๆ เช่น เรือ	-	-	-	-	1.0	2.0
รวม	80.0	100.0	100.0	100.0	50.0	100.0

จากตารางที่ 4.14 แสดงว่ายานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ คือ รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 61.0) รองลงมา คือ เครื่องบิน (ร้อยละ 25.0) และ รถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 10.0) ส่วนยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ในการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่คือ เครื่องบิน (ร้อยละ 43.0) รองลงมา คือ รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 26.0) และ รถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 23.0) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจังหวัดพังงาส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 46.0) รองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 32.0) และ รถเช่า (ร้อยละ 12.0)

ตารางที่ 4.15 ประเภทของที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้บริการระหว่างท่องเที่ยว

จังหวัด	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เกสเฮาส์	-	-	2.0	2.0	-	-
ไทม์แชร์ อพาร์ทเมนท์	-	-	1.0	1.0	-	-
โรงแรมในเมือง	21.0	26.0	20.0	20.0	2.0	4.0
บ้านเพื่อน/ญาติ	9.0	11.0	23.0	23.0	6.0	12.0
รีสอร์ต	35.0	44.0	32.0	32.0	18.0	36.0
เซอริวิต อพาร์ทเมนท์	-	-	4.0	4.0	1.0	2.0
เกสเฮ้าส์และรีสอร์ต	-	-	-	-	1.0	2.0
รีสอร์ต และบ้านเพื่อน	3.0	4.0	2.0	2.0	1.0	2.0
โรงแรมในเมืองและบ้านเพื่อน	2.0	2.0	-	-	-	-
โรงแรมในเมืองและรีสอร์ต	9.0	11.0	7.0	7.0	2.0	4.0
ไทม์แชร์อพาร์ทเมนท์และโรงแรมในเมือง	1.0	1.0	-	-	-	-
โรงแรมในเมือง รีสอร์ตและบ้านเพื่อน	1.0	1.0	1.0	1.0	-	-
เกสเฮ้าส์ โรงแรมในเมืองและรีสอร์ต	1.0	1.0	-	-	-	-
เต็นท์	-	-	-	-	16.0	32.0
อื่นๆ	-	-	4.0	4.0	3.0	6.0
รวม	80.0	100.0	98.0	98.0	50.0	100.0
ไม่ตอบ	-	-	2.0	2.0	-	-

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ประเภทของที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้บริการในจังหวัดกระบี่พัก คือ รีสอร์ต (ร้อยละ 44.0) รองลงมา คือ โรงแรมในเมือง (ร้อยละ 26.0) บ้านเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 11.0) และอีกร้อยละ 11.0 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พักทั้งรีสอร์ตและโรงแรมใน

เมือง สำหรับในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมพักที่รีสอร์ท (ร้อยละ 32.0) รองลงมา คือ บ้านเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 23.0) และโรงแรมในเมือง (ร้อยละ 20.0) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่ใช้บริการ รีสอร์ท (ร้อยละ 36.0) รองลงมา คือ เต็นท์ (ร้อยละ 32.0) (การที่อัตราส่วนการพักเต็นท์ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาค่อนข้างสูงเนื่องจากข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เก็บได้จากพังงาส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะสิมิลัน และพักเต็นท์ของอุทยานฯ) และ บ้านเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 12.0)

ตารางที่ 4.16 แหล่งอาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้บริการ

แหล่งอาหารและ เครื่องดื่ม	กระบี่ (80 คน)		ภูเก็ต(99 คน)		พังงา(50 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารท้องถิ่น	59.0	74.0	84.0	85.0	36.0	72.0
ร้านอาหาร ของโรงแรม	41.0	51.0	42.0	42.0	12.0	24.0
ร้านอาหาร จานด่วน	18.0	23.0	25.0	25.0	2.0	4.0
ทำอาหาร รับประทานเอง	9.0	11.0	15.0	15.0	7.0	14.0
รถเข็น/ตลาดนัด	16.0	20.0	17.0	17.0	2.0	4.0
ร้านอาหาร ประจำชาติ	3.0	4.0	11.0	11.0	-	-

จากตาราง 4.16 พบว่า แหล่งอาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่ใช้บริการ คือร้านอาหารท้องถิ่น (คิดเป็นร้อยละ 85.0, 72.0 และ 74.0 ตามลำดับ) รองลงมาคือ ร้านอาหารของโรงแรม (คิดเป็นร้อยละ 42.0, 24.0 และ 51.0 ตามลำดับ) ในขณะที่ไม่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้บริการร้านอาหารประจำชาติในจังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.17 กิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กิจกรรมที่ทำ ระหว่างท่องเที่ยว	กระบี่ (80 คน)		ภูเก็ต(100 คน)		พังงา(50 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ช้อปปิ้ง	31.0	39.0	64.0	64.0	6.0	12.0
อาบแดด	15.0	19.0	19.0	19.0	7.0	14.0
ว่ายน้ำ	57.0	71.0	63.0	63.0	39.0	78.0
เล่นกอล์ฟ	1.0	1.0	6.0	6.0	-	-
ประชุม	2.0	3.0	6.0	6.0	-	-
ทัศนอาจร	36.0	45.0	55.0	55.0	10.0	20.0
สปา และนวด	16.0	20.0	18.0	18.0	-	-
ท่องเที่ยว แบบผจญภัย	32.0	40.0	17.0	17.0	16.0	32.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่ทำกิจกรรมว่ายน้ำ (ร้อยละ 71.0) รองลงมา คือ ทัศนอาจร (ร้อยละ 45.0) ท่องเที่ยวแบบผจญภัย (ร้อยละ 40.0) และ ช้อปปิ้ง (ร้อยละ 39.0) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่นิยมช้อปปิ้ง (ร้อยละ 64.0) รองลงมา คือว่ายน้ำ (ร้อยละ 63.0) และทัศนอาจร (ร้อยละ 55.0) ส่วนจังหวัดพังงา นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมว่ายน้ำ (ร้อยละ 78.0) รองลงมา คือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (ร้อยละ 32.0) และทัศนอาจร (ร้อยละ 20.0) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่จำนวนน้อยมากที่เล่นกอล์ฟ และมาประชุม (ร้อยละ 1.0 และร้อยละ 2.0) และไม่มีนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมดังกล่าวในจังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.18 วิธีการใช้จ่ายเงิน

วิธีการใช้จ่ายเงิน	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	47.0	59.0	66.0	66.0	40.0	80.0
บัตรเครดิต	1.0	2.0	6.0	6.0	-	-
เงินสดและบัตรเครดิต	32.0	40.0	28.0	28.0	10.0	20.0
รวม	80.0	100.0	100.0	100.0	50.0	100.0

ตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ส่วนใหญ่ใช้จ่ายด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 59.0, 66.0 และ 80.0 ตามลำดับ รองลงมา คือใช้ทั้งเงินสด และบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 40.0, 28.0 และ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ส่วนใหญ่จัดการการท่องเที่ยวด้วยตัวเองไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 66.0, 80.0 และ 66.0 ตามลำดับ) สำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่จะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการจัดการเรื่องที่พัก (ร้อยละ 33.3) รองลงมา คือ ที่พักและการรับส่งสนามบิน (ร้อยละ 22.2) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวภูเก็ต ส่วนใหญ่จะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการจัดการเกี่ยวกับการนำเที่ยวท้องถิ่น (ร้อยละ 27.7) รองลงมา คือ ที่พักและการนำเที่ยวท้องถิ่น (ร้อยละ 22.2) และที่พัก การรับส่งสนามบิน และการนำเที่ยวท้องถิ่น (ร้อยละ 22.2) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่จะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการดูแลเรื่องที่พัก (ร้อยละ 27.0) รองลงมา คือ ที่พัก การรับส่งสนามบิน และอาหาร (ร้อยละ 20.0)

ตารางที่ 4.19 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว

รูปแบบการจัดการ	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จัดการเอง	53.0	66.0	80.0	80.0	33.0	66.0
ผ่านบริษัทนำเที่ยว	27.0	34.0	18.0	18.0	17.0	34.0
รวม	80.0	100.0	98.0	98.0	50.0	100.0
ไม่ตอบ	-	-	2.0	2.0	-	-
รายการที่รวมอยู่ในราคาที่ซื้อผ่านบริษัทนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พัก	9.0	33.3	2.0	11.1	4.0	27.0
การรับส่งสนามบิน	-	-	-	-	1.0	7.0
การนำเที่ยวท้องถิ่น	2.0	7.4	5.0	27.7	2.0	13.0
ที่พักและการรับ-ส่งสนามบิน	6.0	22.2	1.0	5.6	2.0	13.0
ที่พักและการนำเที่ยวท้องถิ่น	2.0	7.4	4.0	22.2	2.0	13.0
ที่พักและอาหาร	-	-	-	-	1.0	7.0
ที่พัก การรับ-ส่งสนามบิน และการนำเที่ยวท้องถิ่น	3.0	11.1	4.0	22.2	-	-
ที่พัก การรับ-ส่งสนามบิน และอาหาร	1.0	3.7	1.0	5.6	3.0	20.0
ที่พัก การรับ-ส่งสนามบิน การนำเที่ยวท้องถิ่น และอาหาร	2.0	7.4	1.0	5.6	-	-
รวม	25.0	92.6	18.0	100	15.0	100.0
ไม่ตอบ	2.0	7.4	-	-	2.0	-

ตารางที่ 4.20 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ในการเดินทางท่องเที่ยว

จำนวนผู้ร่วม เดินทาง	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	-	-	7.0	7.0	-	-
2 คน	14.0	17.5	18.0	18.0	7.0	14.0
3 คน	7.0	8.8	16.0	16.0	2.0	4.0
4 คน	16.0	20.0	10.0	10.0	5.0	10.0
มากกว่า 4 คน	36.0	45.0	41.0	41.0	35.0	71.0
รวม	73.0	91.3	92.0	92.0	49.0	98.0
ไม่ตอบ	7.0	8.8	8.0	8.0	1.0	2.0

ตารางที่ 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 65.0, 51.0 และ 81.0 ตามลำดับ รองลงมา คือมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 18.0 และ 14.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทาง

ความสัมพันธ์กับ ผู้ร่วมเดินทาง	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	21.0	26.3	41.0	41.0	22.0	44.0
ครอบครัว	46.0	57.5	4.0	4.0	8.0	16.0
คู่สมรส	5.0	6.3	42.0	42.0	1.0	2.0
เพื่อนและครอบครัว	2.0	2.5	2.0	2.0	2.0	4.0
เพื่อนและคู่สมรส	1.0	1.3	2.0	2.0	-	-
เพื่อนชาย/หญิง	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	1.0	1.3	-	-	1.0	2.0
รวม	76.0	95.0	91.0	91.0	34.0	68.0
ไม่ตอบ	4.0	5.0	9.0	9.0	16.0	32.0

ตารางที่ 4.21 พบว่าการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว (ร้อยละ 57.5) รองลงมา คือ เพื่อน (ร้อยละ 26.3) สำหรับจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับคู่สมรส (ร้อยละ 42.0) รองลงมา คือ เพื่อน (ร้อยละ 41.0) ในขณะที่จังหวัดพังงา นักท่องเที่ยวชาวไทยโดยส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน (ร้อยละ 44.0) รองลงมา คือ ครอบครัว (ร้อยละ 16.0)

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่

ปัจจัยที่ทำให้ ตัดสินใจมาเที่ยว	กระบี่(80 คน)		ภูเก็ต(99 คน)		พังงา(50 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของจังหวัด	34.0	43.0	67.0	68.0	14.0	28.0
สถานที่ตั้ง/ภูมิประเทศ	29.0	36.0	48.0	48.0	12.0	24.0
ความคุ้มค่าของเงิน	9.0	11.0	12.0	12.0	2.0	4.0
ระยะเวลาที่จำกัด	13.0	16.0	6.0	6.0	5.0	10.0
วัฒนธรรม/ประเพณี	1.0	1.0	10.0	10.0	-	-
ความปลอดภัย	9.0	11.0	13.0	13.0	3.0	6.0
ความเป็นมิตรของ คนในท้องถิ่น	8.0	10.0	8.0	8.0	2.0	4.0
ระบบสาธารณูปโภค พื้นฐาน	2.0	3.0	6.0	6.0	1.0	2.0
ภูมิอากาศ	18.0	23.0	29.0	29.0	7.0	14.0
ความอุดมสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติ	59.0	74.0	54.0	55.0	41.0	82.0

ตารางที่ 4.22 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ตและพังงา เนื่องจากปัจจัยหลายอย่างรวมกันและเมื่อนำปัจจัยเหล่านั้นมาแจกแจงความถี่พบว่า ปัจจัยสูงสุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ และพังงาคือ ความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ (ร้อยละ 74.0 และร้อยละ 82.0) รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของจังหวัด (ร้อยละ 43.0 และร้อยละ 28.0) และลักษณะภูมิประเทศ/สถานที่ตั้ง (ร้อยละ 36.0 และร้อยละ 24.0 ตามลำดับ) สำหรับจังหวัดภูเก็ต พบว่าปัจจัยที่มีความถี่สูงสุด 3 อันดับแรก ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวคือ ชื่อเสียงของจังหวัด (ร้อยละ 68.0) ความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของ ทรัพยากรธรรมชาติ (ร้อยละ 55.0) และสถานที่ตั้ง/ภูมิประเทศ (ร้อยละ 48.0)

ตารางที่ 4.23 สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมในจังหวัดภูเก็ต

แหล่งท่องเที่ยว	ชาวไทย (100 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ
เกาะไม้ท่อน	9.0	9.0
เกาะเฮ	63.0	63.0
เกาะราชา	20.0	20.0
หาดราไวย์	16.0	16.0
หาดป่าตอง	59.0	59.0
หาดกะตะ	54.0	54.0
หาดกะรน	13.0	13.0
หาดไนยาง	64.0	64.0
หาดไม้ขาว	53.0	53.0
หาดบางเทา	75.0	75.0
แหลมพันวา	33.0	33.0
แหลมพรหมเทพ	34.0	34.0
วัดฉลอง	8.0	8.0
อ่าวฉลอง	92.0	92.0
ภูเก็ตแฟนตาซี	34.0	34.0
พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำภูเก็ต	12.0	12.0
สวนผีเสื้อ	20.0	20.0
เมืองภูเก็ต	75.0	75.0

ตารางที่ 4.23 แสดงความนิยมของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมไปเที่ยวอ่าวฉลอง (ร้อยละ 92.0) เมืองภูเก็ต (ร้อยละ 75.0) หาดบางเทา (ร้อยละ 75.0) และ หาดไนยาง (ร้อยละ 64.0)

ตารางที่ 4.24 สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมในจังหวัดกระบี่

แหล่งท่องเที่ยว	ชาวไทย (80 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ
เกาะพีพี	47.0	59.0
เกาะปอดะ	35.0	44.0
หาดไร่เลย์	41.0	51.0
วัดถ้ำเสือ	46.0	58.0
ถ้ำพระนาง	44.0	55.0
เกาะลันตา	38.0	48.0
เกาะยูง	4.0	5.0
น้ำตกคลองนาง	5.0	6.0
อ่าวนาง	68.0	85.0
พิพิธภัณฑ์คลองท่อม	5.0	6.0
เกาะห้อง	24.0	30.0
เกาะไม้	20.0	25.0
สุสานหอย	56.0	70.0
หาดนพรัตน์ธารา	61.0	76.0
เมืองกระบี่	63.0	79.0

ตารางที่ 4.24 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมไปเที่ยวอ่าวนาง (ร้อยละ 85.0) เมืองกระบี่ (ร้อยละ 79.0) หาดนพรัตน์ธารา (ร้อยละ 76.0) สุสานหอยฯ (ร้อยละ 70.0) เกาะพีพี (ร้อยละ 59.0) วัดถ้ำเสือ (ร้อยละ 58.0) ถ้ำพระนาง (ร้อยละ 55.0) หาดไร่เลย์ (ร้อยละ 51.0) เกาะลันตา (ร้อยละ 48.0) และ เกาะปอดะ (ร้อยละ 44.0)

ตารางที่ 4.25 สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมในจังหวัดพังงา

แหล่งท่องเที่ยว	ชาวไทย (49 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ
หมู่เกาะสุรินทร์	19.0	39.0
เกาะพังก	1.0	2.0
เกาะสิมิลัน	38.0	78.0
เกาะปันหยี่	17.0	35.0
วัดถ้ำสุวรรณคูหา	7.0	14.0
เกาะห้อง	10.0	20.0
เมืองพังงา	21.0	43.0
ถ้ำลอด	13.0	27.0
อ่าวพังงา	17.0	35.0
เกาะมาจุ	5.0	10.0

ตารางที่ 4.25 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมไปเที่ยว เกาะสิมิลัน (ร้อยละ 78.0) เมืองพังงา (ร้อยละ 43.0) หมู่เกาะสุรินทร์ (ร้อยละ 39.0) เกาะปันหยี่ (ร้อยละ 35.0) อ่าวพังงา (ร้อยละ 35.0) และถ้ำลอด (ร้อยละ 27.0)

ตารางที่ 4.26 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางกลับมาเที่ยว
จังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา

ท่านจะกลับมาเที่ยว อีกหรือไม่	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่กลับมา	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	4.0
กลับมา	75.0	94.0	98.0	98.0	47.0	94.0
อาจจะกลับมา	3.0	4.0	-	-	1.0	2.0
รวม	80.0	100.0	100.0	100.0	50.0	100.0

ตารางที่ 4.26 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางกลับมาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ อีกคิดเป็นร้อยละ 98.0, 94.0 และ 94.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่เห็นว่าปัญหา 5 อันดับแรกที่ควรได้รับการแก้ไขได้แก่ การให้ข้อมูลและการสื่อสาร (5.41) สินค้าและบริการราคาแพง (5.14) การสร้างถนน (5.09) ความไม่ปลอดภัย/อาชญากรรม (5.06) และระบบคมนาคมของจังหวัด (5.03) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากจังหวัดภูเก็ต เห็นว่าปัญหา 5 อันดับแรกที่ต้องดำเนินการแก้ไข คือ ความไม่ปลอดภัย/อาชญากรรม (5.41) การฉ้อโกงของพ่อค้า-แม่ค้า (5.29) สินค้าและบริการราคาแพง (5.27) การรบกวนของพ่อค้า-แม่ค้าตามชายหาด (5.10) และระบบคมนาคม (5.09) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดพังงา เห็นว่าปัญหาที่มีความสำคัญ 5 อันดับแรกที่ต้องดำเนินการแก้ไข คือ ความไม่ปลอดภัย/อาชญากรรม (5.49) การให้ข้อมูลและการสื่อสาร (5.46) ปัญหามลภาวะ (5.29) ระบบคมนาคม (5.10) และสินค้าราคาแพง (4.86)

ระดับความสำคัญของการแก้ปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบระหว่างท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.27 ระดับความสำคัญของการแก้ปัญหาในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัญหา	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความปลอดภัย/อาชญากรรม	5.06	1.804	5.41	1.57149	5.49	1.5562
สินค้าราคาแพง	5.14	1.337	5.27	1.39838	4.86	1.3994
มลภาวะเป็นพิษ	4.72	1.961	4.65	1.445	5.29	1.8143
การสร้างถนน	5.09	1.611	4.73	1.4415	4.40	1.8877
การซื้อของของพ่อค้าแม่ค้า	4.84	1.567	5.29	1.42872	4.84	1.841
การให้ข้อมูลและการสื่อสาร	5.14	1.439	4.62	1.41068	5.46	1.5973
ปัญหาการจราจร	4.65	1.732	4.59	1.42148	4.41	1.4849
การรบกวนของพ่อค้าแม่ค้าตามชายหาด	4.84	1.57	5.10	1.54312	4.55	1.9046
ระบบคมนาคม	5.03	1.836	5.09	1.43654	5.10	1.5712
คนขับรถแท็กซี่หรือรถตุ๊กตุ๊ก	4.67	1.823	5.02	1.44293	4.76	1.6774

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยได้จากการคิดค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญ (rating) ของระดับปัญหาโดยวัดจาก ลิเคิร์ตสเกล 7 ระดับ (7-point Likert Scale) คือ 1 = ไม่สำคัญมากที่สุด และ 7 = สำคัญมากที่สุด

ความสัมพันธ์ของระดับความสำคัญของปัญหาที่พบของจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา

ตารางที่ 4.28 ความปลอดภัย/อาชญากรรม

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
ความปลอดภัย/อาชญากรรม	5.064	1.804	5.414	1.571	5.49	1.556

ตารางที่ 4.28.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความปลอดภัย/อาชญากรรม	Between Groups	7.374	2	3.687	1.350	0.261
	Within Groups	608.945	223	2.731		
	Total	616.319	225			

ตารางที่ 4.28 และ 4.28.1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาความไม่ปลอดภัย/อาชญากรรมในจังหวัดพังงา (5.49) สูงกว่าจังหวัดกระบี่ (5.06) และภูเก็ต (5.41) แต่เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหาดังกล่าวของทั้ง 3 จังหวัด เพื่อตรวจสอบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ โดยใช้ F-test และ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาค่าความปลอดภัย/อาชญากรรมไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.261)

ตารางที่ 4.29 สินค้าและบริการราคาแพง

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
สินค้าและบริการ ราคาแพง	5.14	1.337	5.27	1.39838	4.86	1.3994

ตารางที่ 4.29.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
สินค้าและบริการ ราคาแพง	Between Groups	5.662	2	2.831	1.492	0.227
	Within Groups	425.105	224	1.898		
	Total	430.767	226			

ตารางที่ 4.29 และ 4.29.1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต (5.27) เห็นว่าการแก้ปัญหาสินค้าและบริการราคาแพงมีความจำเป็นสูงกว่า กระบี่ (5.14) และ พังงา (4.86) แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยในทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 (Sig. = 0.227)

ตารางที่ 4.30 ระบบจราจร

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
ปัญหาจราจร	4.65	1.732	4.59	1.42148	4.41	1.4849

ตารางที่ 4.30.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัญหาจราจร	Between Groups	15.769	2	7.884	3.171	.044
	Within Groups	554.536	223	2.487		
	Total	570.305	225			

ตารางที่ 4.30.2 ระบบจราจร การทดสอบด้วย Multiple Comparisons-LSD

(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	-.4782	.23875	.046	-.9487	-.0078
	พังงา	.1777	.27544	.520	-.3651	.7205
กระบี่	ภูเก็ต	.4782	.23875	.046	.0078	.9487
	พังงา	.6559	.28745	.023	.0895	1.2224
พังงา	ภูเก็ต	-.1777	.27544	.520	-.7205	.3651
	กระบี่	-.6559	.28745	.023	-1.2224	-.0895

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตาราง 4.30 เป็นการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของการแก้ปัญหาจราจรในจังหวัด กระบี่ ภูเก็ตและพังงา พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาจราจรในจังหวัด กระบี่ (4.65) สูงกว่าจังหวัดภูเก็ต (4.59) และ พังงา (4.41) เมื่อทดสอบด้วย F-test และ Multiple Comparisons-LSD พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนจังหวัดกระบี่ให้ความสำคัญกับปัญหานี้ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนจังหวัดภูเก็ตและพังงาอย่างมีนัยสำคัญ (Sig. = 0.046 และ 0.023 ตามลำดับ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนจังหวัดพังงาและจังหวัดภูเก็ตให้ ความสำคัญกับการแก้ปัญหาจราจรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95

ตารางที่ 4.31 มลภาวะ

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
ปัญหามลภาวะ	4.72	1.96	4.65	1.45	5.29	1.81

ตารางที่ 4.31.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัญหามลภาวะ	Between Groups	17.465	2	8.732	3.896	0.022
	Within Groups	502.095	224	2.241		
	Total	519.559	226			

ตารางที่ 4.31.2 มลภาวะ การทดสอบด้วย Multiple Comparisons LSD

(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	-.4928	.22586	.030	-.9379	-.0477
	พังงา	-.6392	.26151	.015	-1.1546	-.1239
กระบี่	ภูเก็ต	.4928	.22586	.030	.0477	.9379
	พังงา	-.1465	.27225	.591	-.6830	.3900
พังงา	ภูเก็ต	.6392	.26151	.015	.1239	1.1546
	กระบี่	.1465	.27225	.591	-.3900	.6830

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 4.31, 4.31.1 และ 4.31.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหามลภาวะในจังหวัดพังงา (5.29) สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ (4.72) และ ภูเก็ต (4.65) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหามลภาวะสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต และเมื่อทดสอบด้วย F-test พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญของการแก้ปัญหาของแต่ละจังหวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Sig. = 0.022) และเมื่อทดสอบด้วย Comparisons-LSD พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหามลภาวะในจังหวัดกระบี่และพังงาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหามลภาวะน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาและกระบี่อย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 (Sig. = 0.03 และ 0.15 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.32 การสร้างถนน

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
การสร้างถนน	5.09	1.61	4.73	1.44	4.40	1.89

ตารางที่ 4.32.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การสร้างถนน	Between Groups	3.587	2	1.794	.661	.517
	Within Groups	605.191	223	2.714		
	Total	608.779	225			

ตารางที่ 4.32 และ 4.32.1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการสร้างถนนในจังหวัด กระบี่ ภูเก็ต และ พังงา ดังนี้ 5.09, 4.73 และ 4.40 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหาการสร้างถนนของทั้ง 3 จังหวัด โดยใช้ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการสร้างถนนไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.517)

ตารางที่ 4.33 การให้ข้อมูลและการสื่อสาร

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
ข้อมูลและการสื่อสาร	5.139	1.439	4.622	1.41068	5.458	1.5973

ตารางที่ 4.33.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ข้อมูลและ การสื่อสาร	Between Groups	24.095	2	12.047	4.364	.014
	Within Groups	612.821	222	2.760		
	Total	636.916	224			

ตารางที่ 4.33.2 การให้ข้อมูลและการสื่อสาร การทดสอบด้วย Multiple Comparisons LSD

(I) จังหวัด	(J) จังหวัด	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	-.0991	.25122	.694	-.5941	.3960
	พังงา	-.8359	.29271	.005	-1.4127	-.2590
กระบี่	ภูเก็ต	.0991	.25122	.694	-.3960	.5941
	พังงา	-.7368	.30406	.016	-1.3360	-.1376
พังงา	ภูเก็ต	.8359	.29271	.005	.2590	1.4127
	กระบี่	.7368	.30406	.016	.1376	1.3360

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 4.33, 4.33.1 และ 4.33.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการให้ข้อมูลและการสื่อสาร (5.46) สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต (4.62) และกระบี่ (5.14) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการให้ข้อมูลและการสื่อสารสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต และเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหาการให้ข้อมูลและการสื่อสารของทั้ง 3 จังหวัด โดยใช้ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการให้ข้อมูลและการสื่อสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (Sig. = 0.014) และเมื่อทดสอบด้วย Comparisons-LSD พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาการให้ข้อมูลและการสื่อสารในจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหา

การให้ข้อมูลและการสื่อสารสูงกว่าจังหวัดภูเก็ตและกระบี่อย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 (Sig. = 0.005 และ 0.016 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.34 การข้อโงงในการซื้อขายสินค้าและบริการ

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
การข้อโงงในการซื้อขายสินค้า	4.84	1.57	5.29	1.43	4.84	1.84

ตารางที่ 4.34.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การข้อโงงในการซื้อขายสินค้า	Between Groups	6.701	2	3.350	1.327	0.267
	Within Groups	563.074	223	2.525		
	Total	569.774	225			

ตารางที่ 4.34 และ 4.34.1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการข้อโงงในการซื้อขายสินค้าและบริการในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ดังนี้ 4.84, 5.29 และ 4.84 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบความเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญกับการแก้ปัญหาการข้อโงงในการซื้อขายสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทั้ง 3 จังหวัด โดยใช้ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (Sig. = 0.267)

ตารางที่ 4.35 การคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาด

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
การคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาด	4.84	1.57	5.10	1.54	4.55	1.91

ตารางที่ 4.35.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาด	Between Groups	12.425	2	6.213	2.445	.089
	Within Groups	566.570	223	2.541		
	Total	578.996	225			

ตารางที่ 4.35 และ 4.35.1 เป็นการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหาการคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาด โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาด โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 5.10 ซึ่งมากกว่าการให้ความสำคัญของปัญหาดังกล่าวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ (4.84) และพังงา (4.55) แต่เมื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ F-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ (Sig. = 0.089)

ตารางที่ 4.36 การให้บริการรถขนส่งมวลชน

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
การให้บริการรถขนส่งมวลชน	5.03	1.84	5.09	1.44	5.10	1.57

ตารางที่ 4.36.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การให้บริการรถ ขนส่งมวลชน	Between Groups	0.070	2	0.035	0.016	0.984
	Within Groups	489.347	220	2.224		
	Total	489.417	222			

ตารางที่ 4.36 และ 4.36.1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการให้บริการรถขนส่งมวลชนในจังหวัดพังงา (5.10) สูงกว่า จังหวัดกระบี่ (5.03) และภูเก็ต (5.09) และเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหานี้ของทั้ง 3 จังหวัด โดยใช้ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทั้ง 3 จังหวัด ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (Sig. = 0.984)

ตารางที่ 4.37 คนขับรถตุ๊กตุ๊กหรือรถแท็กซี่

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
คนขับรถตุ๊กตุ๊กหรือรถแท็กซี่	4.67	1.82	5.02	1.44	4.76	1.68

ตารางที่ 4.37.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คนขับรถตุ๊กตุ๊ก หรือรถแท็กซี่	Between Groups	2.704	2	1.352	0.571	0.566
	Within Groups	521.126	220	2.369		
	Total	523.830	222			

ตารางที่ 4.37 และ 4.37.1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการ
 คุกคามจากคนขับรถตุ๊กตุ๊กหรือรถแท็กซี่ ในจังหวัดภูเก็ต (5.02) สูงกว่าจังหวัดกระบี่ (4.67) และ
 พังงา (4.76) และเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหานี้ของทั้ง 3 จังหวัด ที่ระดับความ
 เชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้ไม่
 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (Sig. = 0.566)

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ต

สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

- ควรมีการจัดงานเทศกาลบ่อย ๆ
- สินค้าและบริการต่าง ๆ ราคาแพงมาก โดยเฉพาะรถรับจ้าง รถตุ๊กตุ๊ก และอาหาร
- ควรมีร้านอาหารเปิดตามเส้นทางเดินทางมากกว่านี้
- ผู้ให้บริการควรให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างเท่าเทียมกัน
- ควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากกว่านี้

สิ่งแวดล้อม

- ควรมีการวางแผน ควบคุมและติดตามผลการขยายตัวของเมือง เช่น การสร้างโรงแรม หรือ การตัดถนนเพิ่มเติมเพราะความสวยงามของชายหาดและน้ำทะเลเสื่อมโทรมลงอย่างมาก ภายในระยะเวลาไม่กี่ปี (การปล่อยของเสียจากโรงแรมและการทิ้งขยะของนักท่องเที่ยว และแม่ค้าตามชายหาด) หากธรรมชาติถูกทำลายมากกว่านี้คงไม่มีนักท่องเที่ยวต้องการ มาภูเก็ต

การคมนาคม

- ผู้ใช้ยานพาหนะควรมีน้ำใจในการขับขีมากกว่านี้
- การคมนาคมไม่ค่อยสะดวก เนื่องจาก
 - ป้ายรถเมล์ในเมืองไม่ชัดเจน
 - ไม่มีรถโดยสารประจำทางราคาถูกลงที่สามารถนำเที่ยวรอบเกาะภูเก็ตได้
 - ระยะเวลาการให้บริการรถเมล์ในแต่ละวันน้อยเกินไป
- ควรเพิ่มมาตรการเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับจังหวัดพังงา

พนักงานบริการ

- ควรพัฒนาการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานฯ ซึ่งควรมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมากกว่านี้
- พนักงานที่ให้บริการส่วนมากให้ความสำคัญและดูแลชาวต่างชาติมากกว่าชาวไทย (โดยเฉพาะบริเวณเขาหลัก)
- ควรจัดอบรมการสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษให้กับพนักงานที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว

สาธารณูปโภค

- ทางหลวงและทางอื่นๆ ในตัวเมืองพังงา ค่อนข้างจะคับแคบ ควรมีป้ายบอกหมายเลขเส้นทางอย่างชัดเจน เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบกับแผนที่ทางหลวง
- ควรปรับปรุงระบบการจราจรทางน้ำ และระบบการเข้า-ออกของเรือนำเที่ยวตามเกาะต่างๆ
- ควรปรับปรุงการรับสัญญาณโทรศัพท์มือถือ (โดยเฉพาะDTAC และ Orange)
- ควรปรับปรุงสาธารณูปโภคในหมู่เกาะสิมิลัน เช่น ห้องน้ำสกปรกมาก และน้ำประปาไม่สะอาด

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

- ควรมีการควบคุมดูแลเกี่ยวกับเรือรับจ้างตามชายหาดเพราะมีการปล่อยคราบน้ำมันลงทะเล ควรมีการตรวจเช็คสภาพเรือไม่ให้น้ำมันรั่ว และดูแลความดังของเครื่องยนต์โดยเฉพาะเรือหางยาวซึ่งเสียงดังมากทำให้เกิดมลภาวะทางเสียง
- ชายหาด และทะเลสกปรก ควรมีการแก้ไขโดยด่วน โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยว ควรมีถังขยะมากขึ้น และควรมีการเก็บขยะในทะเลและตามชายหาด รวมทั้งควรมีการรณรงค์เรื่องการทิ้งขยะให้ถูกที่
- ควรมีระบบที่ดีในการกำจัดของเสียและน้ำเสีย โดยเฉพาะตามเกาะต่างๆ
- พังงาควรเป็นที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและสะอาด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรควบคุมการสร้างโรงแรมหรือรีสอร์ทให้จริงจังกว่ปัจจุบันนี้เพื่อไม่ให้เหมือนภูเก็ต หรือสมุย

- ควรมีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นไป ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

- ผู้ประกอบการไม่ควรมุ่งเน้นแต่ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการ ควรมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อนักท่องเที่ยว และรักษาความเป็นมิตรแบบไทยไว้ ไม่ควรมองนักท่องเที่ยวว่ารวยแล้วขายสินค้าราคาแพง และควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยวควรชี้แจงรายละเอียดในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวให้ชัดเจน เนื่องจากราคาเรือไปเกาะสิมิลันค่อนข้างสูง
- เกาะสิมิลันควรเพิ่มปริมาณของที่ระลึกที่จะจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว
- ราคาอาหารที่เขาค่อนข้างสูงมาก ไม่สมเหตุสมผล และจำนวนร้านอาหารน้อยมาก

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับจังหวัดกระบี่

สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก

- ควรมีระบบการขนส่งมวลชนที่ดีกว่านี้ เพื่อบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ในราคาที่สมเหตุสมผล
- ควรมีการจัดระเบียบการจราจรอย่างจริงจังโดยเฉพาะ การขับซิ่งรถจักรยานยนต์
- ควรปรับปรุงถนน โดยเฉพาะที่เกาะลันตา

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

- ควรมีการควบคุมดูแลการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะเนื่องจากโรงแรมบริเวณอ่าวพระนาง ทิ้งน้ำเสียลงทะเล และชายหาดมีขยะมาก ควรเพิ่มจำนวนถังขยะและผลักดันการใช้กฎหมายเพื่อลงโทษผู้ทิ้งขยะตามชายหาดและท้องทะเลอย่างจริงจัง
- ควรควบคุมการเปิดบาร์เบียร์และการก่อสร้างโรงแรม เนื่องจากหากมีจำนวนโรงแรมและบาร์เบียร์มากเกินไปทำให้เสียบรรยากาศของธรรมชาติ

สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

- ควรมีการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่ละเอียดและถูกต้องกับนักท่องเที่ยว
- ผู้ประกอบการ ไม่ควรฉวยโอกาสขึ้นราคาห้องพักและสินค้า ควรมีความเอื้ออาทรต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากห้องพัก และอาหารราคาแพง ค่าครองชีพสูง โดยเฉพาะที่เกาะลันตา และเกาะพีพี
- สินค้าไม่มีคุณภาพและราคาแพง ควรเน้นเรื่องความปลอดภัยมากกว่านี้เช่นเรือรับ-ส่งไปเกาะพีพี อุปกรณ์ดำน้ำและเสื้อชูชีพไม่มีคุณภาพ ห้องน้ำบนเรือไม่สะอาด เรือบรรทุกนักท่องเที่ยวจำนวนมากเกินไป
- ควรมีการควบคุมการกำหนดราคาเรือไปเกาะพีพีให้แน่นอน
- ควรมีการจัดนำเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงเช่น พังงา และภูเก็ต
- ควรสร้างจิตสำนึกและ ให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวให้กับคนในท้องถิ่น

4.2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

ตารางที่ 4.38 เพศ

เพศ	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	59.0	48.0	80.0	40.0	23.0	46.0
หญิง	63.0	52.0	119.0	59.5	26.0	52.0
รวม	122.0	100.0	199.0	99.5	49.0	98.0
ไม่ตอบ	-	-	1.0	0.5	1.0	2.0

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ได้ทำการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา จำนวน 122 คน, 200 คน และ 50 คน ตามลำดับ มีนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตไม่ตอบแบบสอบถาม 1 คน และ ในจังหวัดพังงา 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็น ร้อยละ 52.0, 59.5 และ 52.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.0, 40.0 และ 46.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 อายุ

อายุ	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	9.0	7.4	4.0	2.0	-	-
20-30 ปี	74.0	60.7	93.0	46.5	19.0	38.0
31-40 ปี	21.0	17.2	48.0	24.0	18.0	36.0
41-50 ปี	9.0	7.4	25.0	12.5	5.0	10.0
51-60 ปี	6.0	4.9	16.0	8.0	7.0	14.0
มากกว่า 60 ปี	2.0	1.6	12.0	6.0	-	-
รวม	121.0	99.2	198.0	99.0	49.0	98.0
ไม่ตอบ	1.0	0.8	2.0	1.0	1.0	2.0

ตาราง 4.39 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.7, 46.5 และ 38.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการศึกษา	2.0	2.0	7.0	3.5	-	-
ประถมศึกษา	2.0	2.0	3.0	1.5	7.0	14.0
มัธยมศึกษา	19.0	16.0	37.0	18.5	10.0	20.0
วิทยาลัย	30.0	24.0	41.0	20.5	4.0	8.0
มหาวิทยาลัย	66.0	54.0	106.0	53.0	29.0	58.0
อื่นๆ	3.0	3.0	5.0	2.5	-	-
รวม	122.0	100.0	199.0	99.5	50.0	100.0
ไม่ตอบ	-	-	1.0	0.5	-	-

จากตารางที่ 4.40 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 54.0, 53 และ 58.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 สถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	73.0	60.0	114.0	57.0	17.0	34.0
สมรส	48.0	39.0	69.0	34.5	30.0	60.0
หม้าย	-	-	1.0	0.5	-	-
หย่าร้าง	1.0	1.0	15.0	7.5	3.0	6.0
รวม	122.0	100.0	199.0	99.5	50.0	100.0
ไม่ตอบ	-	-	1.0	0.5	-	-

ตารางที่ 4.41 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และ ภูเก็ต เป็นคนโสด คิดเป็นร้อยละ 60.0 และ 57.0 รองลงมาคือ ผู้สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 39.0 และ 34.5 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดพังงาส่วนใหญ่เป็นผู้สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือคนโสด คิดเป็นร้อยละ 34.0

ตารางที่ 4.42 สถานภาพการทำงาน

สถานภาพการทำงาน	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำงานเต็มเวลา	68.0	56.0	127.0	63.5	33.0	66.0
ทำงาน Part-time	14.0	11.0	13.0	6.5	7.0	14.0
ว่างงาน	18.0	15.0	13.0	6.5	3.0	6.0
เกษียณ	3.0	2.0	15.0	7.5	2.0	4.0
นักศึกษา	13.0	11.0	17.0	8.5	4.0	8.0
อื่นๆ	6.0	6.0	14.0	7.0	1.0	2.0
รวม	122.0	100.0	199.0	99.5	50.0	100.0
ไม่ตอบ	-	-	1.0	0.5	-	-

ตารางที่ 4.42 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ตและพังงาส่วนใหญ่มีงานทำแบบเต็มเวลา คิดเป็นร้อยละ 56.0, 63.5 และ 66.0 โดยนักท่องเที่ยวที่เกษียณจากการทำงานแล้วนิยมมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตสูงสุด (ร้อยละ 7.5) เมื่อเปรียบเทียบกับกระบี่ (ร้อยละ 2.0) และพังงา (ร้อยละ 4.0) ในขณะที่กลุ่มนักศึกษานิยมเที่ยวในทั้ง 3 จังหวัดในอัตราส่วนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 11.0 นิยมเที่ยวจังหวัดกระบี่ ร้อยละ 8.5 นิยมเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และร้อยละ 8.0 นิยมเที่ยวจังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.43 สัญชาติของนักท่องเที่ยว

สัญชาติ	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อเมริกา	6.0	5.0	16.0	8.0	7.0	14.0
ออสเตรเลีย / นิวซีแลนด์	9.0	7.0	21.0	10.5	4.0	8.0
จีนแผ่นดินใหญ่ / ไต้หวัน / ฮองกง	-	-	9.0	4.5	-	-
อังกฤษ	29.0	24.0	42.0	21.0	7.0	14.0
ฝรั่งเศส	9.0	7.0	8.0	4.0	1.0	2.0
เยอรมัน	17.0	14.0	13.0	6.5	15.0	30.0
ญี่ปุ่น	-	-	5.0	2.5	1.0	2.0
เกาหลี	1.0	1.0	18.0	9.0	-	-
สแกนดิเนเวีย	21.0	17.0	11.0	5.5	3.0	6.0
สวิสเซอร์แลนด์	2.0	2.0	3.0	1.5	6.0	12.0
เนเธอร์แลนด์	2.0	2.0	10.0	5.0	-	-
แอฟริกาใต้	-	-	3.0	1.5	-	-
แคนาดา	8.0	7.0	7.0	3.5	-	-
สิงคโปร์	-	-	4.0	2.0	-	-
ไอร์แลนด์	5.0	4.0	8.0	4.0	-	-
อิตาลี	-	-	5.0	2.5	-	-
เบลเยียม	6.0	5.0	2.0	1.0	-	-
อิสราเอล	2.0	2.0	2.0	1.0	-	-
อื่นๆ	5.0	4.0	12.0	6.0	6.0	12.0
รวม	122.0	100.0	199.0	99.5	50.0	100.0
ไม่ตอบ	-	-	1.0	0.5	-	-

ตารางที่ 4.43 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่ คือ ชาวอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ ชาวสแกนดิเนเวีย ร้อยละ 17.0 ชาวเยอรมัน ร้อยละ

14.0 ชาวฝรั่งเศส ร้อยละ 7.0 และชาวแคนาดา ร้อยละ 7.0 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาจังหวัดภูเก็ตพบว่าส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ ร้อยละ 21.0 รองลงมาคือ ชาวออสเตรเลียและชาวนิวซีแลนด์ ร้อยละ 10.5 ชาวเกาหลี ร้อยละ 9.0 ชาวอเมริกา ร้อยละ 8.0 ชาวเยอรมัน ร้อยละ 6.5 ชาวสแกนดิเนเวีย ร้อยละ 5.5 และชาวจีนแผ่นดินใหญ่ ฮองกงและไต้หวัน ร้อยละ 4.5 ในจังหวัดพังงา พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นชาวเยอรมัน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ ชาวอเมริกัน (ร้อยละ 14.0) ชาวอังกฤษ (ร้อยละ 14.0) และชาวสวิสเซอร์แลนด์ (ร้อยละ 12.0)

ตารางที่ 4.44 ระยะเวลาของการเที่ยว

ระยะเวลา การท่องเที่ยว	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 สัปดาห์	9.0	7.0	76.0	38.0	7.0	14.0
2 - 4 สัปดาห์	49.0	40.0	74.0	37.0	28.0	57.0
1 - 3 เดือน	30.0	25.0	29.0	14.5	9.0	19.0
มากกว่า 3 เดือน	34.0	28.0	20.0	10.0	5.0	10.0
รวม	122.0	100.0	199.0	99.5	49.0	100.0
ไม่ตอบ	-	-	1.0	0.5	1.0	-

ตารางที่ 4.44 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่จะใช้เวลาในการเที่ยวประมาณ 2 – 4 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ มากกว่า 3 เดือน (ร้อยละ 28.0) และ 1 - 3 เดือน (ร้อยละ 25.0) และมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 7.0) ที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่โดยมีระยะเวลาในการเที่ยวน้อยกว่า 2 สัปดาห์ สำหรับจังหวัดภูเก็ตพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวไม่เกิน 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา คือ 1 - 3 เดือน (ร้อยละ 14.5) และมากกว่า 3 เดือน (ร้อยละ 10.0) ส่วนจังหวัดพังงาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีระยะเวลาการท่องเที่ยว 2 - 4 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ 1 - 3 เดือน (ร้อยละ 19.0) น้อยกว่า 2 สัปดาห์ (ร้อยละ 14.0) และมากกว่า 3 เดือน (ร้อยละ 10.0)

ตารางที่ 4.45 ระยะเวลาที่ใช้ในการวางแผนท่องเที่ยว

ระยะเวลาที่ใช้ในการ วางแผนการท่องเที่ยว	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 เดือน	34.0	28.0	80.0	40.0	17.0	34.0
1-3 เดือน	43.0	35.0	70.0	35.0	22.0	44.0
4-6 เดือน	23.0	19.0	34.0	17.0	7.0	14.0
7-9 เดือน	9.0	7.0	6.0	3.0	3.0	6.0
มากกว่า 9 เดือน	13.0	11.0	10.0	5.0	1.0	2.0
รวม	122.0	100.0	200.0	100.0	50.0	100.0

ตารางที่ 4.45 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ประมาณ 1 – 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 54.0, 52.0 และ 58.0 ตามลำดับ รองลงมา คือใช้เวลาน้อยกว่า 1 เดือนในการวางแผนการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 28.0, 40.0 และ 34.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 จังหวัดที่อยู่ในเส้นทางท่อกเทียม

จังหวัด	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กระบี่	1.0	0.8	-	-	-	-
ภูเก็ต	-	-	51.0	25.5	-	-
พังงา	-	-	-	-	3.0	6.0
กรุงเทพ และกระบี่	57.0	46.7	-	-	-	-
กรุงเทพ และภูเก็ต	-	-	83.0	41.5	-	-
กรุงเทพและพังงา	-	-	-	-	12.0	24.0
กรุงเทพ ภูเก็ตและพังงา	-	-	8.0	4.0	5.0	10.0
ภูเก็ตและพังงา	-	-	4.0	2.0	9.0	18.0
ภูเก็ตและกระบี่	4.0	3.3	5.0	2.5	-	-
พังงา และกระบี่	1.0	0.8	-	-	2.0	4.0
ภูเก็ต พังงาและกระบี่	1.0	0.8	11.0	5.5	1.0	2.0
กรุงเทพ ภูเก็ตและกระบี่	11.0	9.0	22.0	11.0	-	-
กรุงเทพ พังงาและกระบี่	26.0	21.3	-	-	4.0	8.0
กรุงเทพ ภูเก็ต พังงา และกระบี่	16.0	13.1	16.0	8.0	14.0	28.0
รวม	117.0	95.9	200.0	100.0	50.0	100.0
ไม่ตอบ	5.0	4.1	-	-	-	-

ตารางที่ 4.46 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่เที่ยวจังหวัดกระบี่และกรุงเทพฯ เท่านั้น (คิดเป็นร้อยละ 46.7) รองลงมาคือ กรุงเทพ พังงา และกระบี่ (ร้อยละ 21.3) กรุงเทพ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ (ร้อยละ 13.1) และ กรุงเทพ ภูเก็ตและกระบี่ (ร้อยละ 9.0)

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่พบในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 41.5 เทียบ จังหวัดภูเก็ต และกรุงเทพฯ รองลงมาคือ ร้อยละ 25.5 มาเที่ยวเฉพาะจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น และ ร้อยละ 11.0 เทียบ 3 จังหวัดคือกรุงเทพฯ ภูเก็ต และกระบี่

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาจังหวัดพังงาส่วนใหญ่ท่องเที่ยว 4 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต พังงาและกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือเที่ยว 2 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ และพังงา (ร้อยละ 24.0) ภูเก็ต และพังงา (ร้อยละ 18.0) และกรุงเทพฯ ภูเก็ต และพังงา (ร้อยละ 10.0)

ตารางที่ 4.47 ระยะเวลาที่พำนัก

ระยะเวลาที่พำนัก	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-7 วัน	87	71.3	102	51.0	28	56.0
8-14 วัน	18	14.8	57	28.5	13	26.0
มากกว่า 14 วัน	11	9.0	34	17.0	5	10.0
รวม	117	95.9	193	96.5	46	92.0
ไม่ตอบ	5	4.1	7	3.5	4	8.0

ตารางที่ 4.47 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ใช้เวลาในการพำนักในจังหวัดนั้นๆ ประมาณ 1 - 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 71.3, 51.0 และ 56.0 ตามลำดับ รองลงมาคือ 8 - 14 วัน คิดเป็นร้อยละ 14.8, 28.5 และ 26.0 ตามลำดับ นอกจากนี้พบว่านักท่องเที่ยวใช้เวลาพำนักที่จังหวัดภูเก็ตนานที่สุด (ร้อยละ 17.0) คือ มากกว่า 14 วันเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่พำนักในจังหวัดกระบี่ (ร้อยละ 9.0) และพังงา (ร้อยละ 10.0)

ตารางที่ 4.48 จำนวนครั้งที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา

จำนวนครั้ง	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	84.0	68.9	116.0	58.0	36.0	72.0
ครั้งที่ 2	23.0	18.9	27.0	13.5	10.0	20.0
มากกว่า 2 ครั้ง	13.0	10.7	56.0	28.0	3.0	6.0
รวม	120.0	98.4	199.0	99.5	49.0	98.0
ไม่ตอบ	2	1.6	1.0	0.5	1.0	2.0

ตารางที่ 4.48 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 68.9, 58.0 และ 72.0 ตามลำดับ รองลงมาคือเป็นการเที่ยวครั้งที่สอง สำหรับกระบี่ (ร้อยละ 18.9) ภูเก็ต (ร้อยละ 13.5) และพังงา (ร้อยละ 20.0) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ตมาเที่ยวมากกว่าสองครั้งเป็นจำนวนมากที่สุดคือ ร้อยละ 28.0 เมื่อเปรียบเทียบกับกระบี่ (ร้อยละ 10.7) และพังงา (ร้อยละ 6.0)

ตารางที่ 4.49 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อวัน (บาท)

จังหวัด	ผู้ตอบ (คน)	ผู้ไม่ตอบ (คน)	ค่าต่ำสุด (บาท)	ค่าสูงสุด (บาท)	ค่าเฉลี่ย (บาท)	SD
กระบี่	97.0	25.0	400.0	615,000.0	47,257.0	84,345.5
ภูเก็ต	162.0	38.0	300.0	361,111.1	14,453.3	31,795.3
พังงา	32.0	18.0	800.0	86,100.0	19,055.8	21,994.1

ตารางที่ 4.49.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	66969332483.917	2	33484666241.959	11.204	.000
Within Groups	860716529563.922	288	2988599060.986		
Total	927685862047.839	290			

ตารางที่ 4.49.2 การทดสอบด้วย Multiple Comparisons LSD

(I) PROVINCE	(J) PROVINCE	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
พังงา	ภูเก็ต	4602.4725	10575.53133	.664	-16212.6603	25417.6053
	กระบี่	-28201.2776	11144.68574	.012	-50136.6401	-6265.9151
ภูเก็ต	พังงา	-4602.4725	10575.53133	.664	-25417.6053	16212.6603
	กระบี่	-32803.7501	7018.43586	.000	-46617.6824	-18989.8178
กระบี่	พังงา	28201.2776	11144.68574	.012	6265.9151	50136.6401
	ภูเก็ต	32803.7501	7018.43586	.000	18989.8178	46617.6824

* The mean difference is significant at the .05 level.

ตารางที่ 4.49 4.49.1 และ 4.49.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการใช้จ่ายในระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงาโดยเฉลี่ย 47,257.00 บาท, 14,453.30 บาท และ 19,055.80 บาท ตามลำดับ และเมื่อใช้ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่ได้ พบว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในทั้ง 3 จังหวัดมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.000) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายต่อวันในจังหวัดกระบี่สูงกว่าจังหวัดภูเก็ต และพังงาอย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและพังงาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} > 0.05$)

ตารางที่ 4.50 ปัจจัยจูงใจในการมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

แรงจูงใจในการเดินทาง	กระบี่ (122 คน)		ภูเก็ต (200 คน)		พังงา (50 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เยี่ยมชมสถานที่ใหม่ๆ	96.0	78.7	117.0	58.5	30.0	60.0
ประชุม/ สัมมนา	23.0	18.9	9.0	4.5	-	-
ศาสนา	12.0	9.8	2.0	1.0	2.0	4.0
เทศกาล/งานประเพณี	10.0	8.2	10.0	5.0	2.0	4.0
ฮันนีมูน	10.0	8.2	24.0	12.0	5.0	10.0
การกีฬา	10.0	8.2	9.0	4.5	1.0	2.0
เพชรส	3.0	2.5	11.0	5.5	4.0	8.0
การศึกษา	8.0	6.6	8.0	4.0	0.0	0.0
เยี่ยมชมเพื่อฝูง/ ญาติมิตร	18.0	14.8	13.0	6.5	1.0	2.0
ธุรกิจ	-	-	12.0	6.0	6.0	12.0
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.0	2.5	7.0	3.5	1.0	2.0
การพักผ่อน	68.0	55.7	129.0	64.5	30.0	60.0

ตารางที่ 4.50 พบว่าปัจจัยจูงใจที่นักท่องเที่ยวเลือกมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยมีความถี่มากที่สุด คือ การเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ (ร้อยละ 78.7) รองลงมาคือ การพักผ่อน (ร้อยละ 55.7) การประชุม/สัมมนา (ร้อยละ 18.9) และการมาเยี่ยมเพื่อนฝูง/ญาติ (ร้อยละ 14.8) ส่วนปัจจัยจูงใจที่นักท่องเที่ยวเลือกมากที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตและพังงา คือ การพักผ่อน (ร้อยละ 64.5 และ ร้อยละ 60.0 ตามลำดับ) และการเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ๆ (ร้อยละ 58.5 และร้อยละ 60.0 ตามลำดับ) นอกจากนี้ยังพบว่าการประชุม/สัมมนา และการทำธุรกิจ ไม่ใช่ปัจจัยจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดพังงา ในขณะที่การทำธุรกิจไม่ใช่ปัจจัยจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดกระบี่

ตารางที่ 4.51 แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลที่ใช้	กระบี่ (122 คน)		ภูเก็ต (196 คน)		พังงา (50 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทนำเที่ยว	26.0	21.3	63.0	32.1	15.0	30.0
งานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว	44.0	36.1	2.0	1.0	1.0	2.0
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.0	1.6	6.0	3.1	2.0	4.0
อินเตอร์เน็ต	56.0	45.9	69.0	35.2	24.0	48.0
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์	10.0	8.2	24.0	12.2	15.0	30.0
เพื่อน	63.0	51.6	99.0	50.5	18.0	36.0

ตารางที่ 4.51 แสดงให้เห็นว่าแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดกระบี่ และภูเก็ตสูงสุดสองอันดับแรกเหมือนกันคือ เพื่อน (ร้อยละ 51.6 และ ร้อยละ 50.5 ตามลำดับ) รองลงมา คือ อินเตอร์เน็ต (ร้อยละ 45.9 และ ร้อยละ 35.2 ตามลำดับ) ในขณะที่งานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว (ร้อยละ 36.1) และบริษัททัวร์ (ร้อยละ 21.3) เป็นแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้หาข้อมูลของจังหวัดกระบี่ในอันดับรองลงมา ส่วนแหล่งข้อมูลของจังหวัดภูเก็ตที่ได้รับความนิยมรองจากเพื่อน และอินเตอร์เน็ต คือ บริษัททัวร์ (ร้อยละ 32.1) และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ Lonely planet นิตยสาร และ วารสารต่างๆ (ร้อยละ 12.2) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่หาข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (ร้อยละ 48.0) รองลงมาคือ เพื่อน (ร้อยละ 36.0) บริษัททัวร์ (ร้อยละ 30.0) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 30.0)

ตารางที่ 4.52 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ประเภทยานพาหนะ	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รถส่วนตัว	2.0	1.6	2.0	1.0	1.0	2.0
รถเช่า	4.0	3.3	1.0	0.5	3.0	6.0
เรือยอร์ช	7.0	5.7	11.0	5.5	1.0	2.0
เครื่องบิน	36.0	29.5	159.0	79.5	19.0	38.0
รถโดยสารประจำทาง	60.0	49.2	18.0	9.0	17.0	34.0
เรือเร็ว/เฟอรี่	7.0	5.7	3.0	1.5	3.0	6.0
เครื่องบินและรถเช่า	0.0	0.0	1.0	0.5	1.0	2.0
อื่นๆ	2.0	1.6	2.0	1.0	4.0	8.0
รวม	119.0	97.5	197.0	98.5	49.0	98.0
ไม่ตอบ	1.0	0.8	3.0	1.5	1.0	2.0

ตารางที่ 4.52 พบว่ายานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ คือ รถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 49.2) และ เครื่องบิน (ร้อยละ 29.5) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เดินทางโดยเครื่องบิน (ร้อยละ 79.5) รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 9.0) เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจังหวัดพังงาซึ่งใช้เครื่องบิน (ร้อยละ 38.0) และรถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 35) ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดพังงาโดยทางเครื่องบินนั้นอาจจะลงเครื่องที่สนามบินภูเก็ต หรือสนามบินกระบี่

ตารางที่ 4.53 ประเภทของที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้ในระหว่างท่องเที่ยว

จังหวัด	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เกสเฮ้าส์	58.0	47.5	36.0	18.0	7.0	14.0
ไทม์แชร์ อพาร์ทเมนท์	-	-	4.0	2.0	-	-
โรงแรมในเมือง	17.0	13.9	35.0	17.5	-	-
รีสอร์ต บังกะโล(ชายหาด)	44.0	36.1	105.0	52.5	36.0	72.0
เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์	-	-	5.0	2.5	-	-
รีสอร์ต และบ้านเพื่อน	-	-	7.0	3.5	-	-
เกสเฮ้าส์ และรีสอร์ต	2.0	1.6	2.0	1.0	-	-
โรงแรมในเมืองและรีสอร์ต	1.0	0.8	2.0	1.0	-	-
รีสอร์ตและ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	-	-	1.0	0.5	-	-
เต็นท์	-	-	-	-	7.0	14.0
อื่นๆ	-	-	1.0	0.5	-	-
รวม	122.0	100.0	198.0	99.0	50.0	100.0
ไม่ตอบ	-	-	2.0	1.0	-	-

ตารางที่ 4.53 พบว่าประเภทของที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการในจังหวัดกระบี่ คือ เกสเฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา คือ รีสอร์ต/บังกะโล (ร้อยละ 36.1) และโรงแรมในเมือง (ร้อยละ 13.9) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่นิยมรีสอร์ต / บังกะโล (ร้อยละ 52.5) รองลงมา คือ เกสเฮ้าส์ (ร้อยละ 18.0) และโรงแรมในเมือง (ร้อยละ 17.5) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่พักรีสอร์ต/บังกะโล (ร้อยละ 72.0) รองลงมา คือ เต็นท์ และเกสเฮ้าส์ (ร้อยละ 14 เท่ากัน)

ตารางที่ 4.54 แหล่งอาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการ

แหล่งอาหารและเครื่องดื่ม	กระบี่ (121 คน)		ภูเก็ต (199 คน)		พังงา (50 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารท้องถิ่น	102	84.3	167	83.9	46	92.0
ร้านอาหารด่วน	9	7.4	48	24.1	1	2.0
รถเข็นข้างทาง	58	47.9	51	25.6	20	40.0
ร้านอาหารประจำชาติ	16	13.2	48	24.1	1	2.0
ร้านอาหารโรงแรม	38	31.4	67	33.7	18	36.0
ทำอาหารเอง	1	0.8	10	5.0	1	2.0

ตารางที่ 4.54 พบว่าแหล่งอาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้บริการที่จังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา คือร้านอาหารท้องถิ่น (คิดเป็นร้อยละ 84.3, 83.9 และ 92.0 ตามลำดับ) รองลงมาสำหรับจังหวัดกระบี่ และพังงา คือ รถเข็นข้างทาง (ร้อยละ 47.9 และ 40.0 ตามลำดับ) และร้านอาหารของโรงแรม (ร้อยละ 31.4 และ 36.0 ตามลำดับ) ในขณะที่แหล่งอาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการรองลงมาจากร้านอาหารท้องถิ่นที่จังหวัดภูเก็ต คือ ร้านอาหารในโรงแรม (ร้อยละ 33.7) รถเข็นข้างทาง (ร้อยละ 25.6) ร้านอาหารประจำชาติ และร้านอาหารจานด่วน (ร้อยละ 24 เท่ากัน)

ตารางที่ 4.55 กิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

กิจกรรม	กระบี่ (121 คน)		ภูเก็ต (197 คน)		พังงา (50 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ช้อปปิ้ง	59.0	48.8	136.0	69.0	14.0	28.0
เล่นกอล์ฟ	-	-	10.0	5.1	2.0	4.0
นวดและสปา	21.0	17.4	79.0	40.1	13.0	26.0
การผจญภัย	42.0	34.7	50.0	25.4	9.0	18.0
อาบแดด	79.0	65.3	145.0	73.6	32.0	64.0
ประชุม	16.0	13.2	22.0	11.2	1.0	2.0
ดำน้ำ	49.0	40.2	64.0	32.5	35.0	70.0
ว่ายน้ำ	78.0	63.9	159.0	80.7	41.0	82.0
ทัศนอาจร	65.0	53.3	126.0	64.0	23.0	46.0

ตารางที่ 4.55 พบว่ากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมสูงสุดในทั้งสามจังหวัดเหมือนกัน คือ ว่ายน้ำ และอาบแดด โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่ อาบแดดร้อยละ 65.3 รองลงมา คือ ว่ายน้ำร้อยละ 63.9 ทัศนอาจรร้อยละ 53.3 ช้อปปิ้งร้อยละ 48.8 ดำน้ำร้อยละ 40.2 และท่องเที่ยวแบบผจญภัยร้อยละ 34.7 ในขณะที่ร้อยละ 80.7 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตินิยมว่ายน้ำ รองลงมา คือ อาบแดดร้อยละ 73.6 ช้อปปิ้งร้อยละ 69.0 ทัศนอาจรร้อยละ 64.0 นวดและสปาร้อยละ 40.1 และดำน้ำร้อยละ 32.5 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงานิยมว่ายน้ำร้อยละ 82.0 รองลงมา คือดำน้ำ (ร้อยละ 70.0) อาบแดด (ร้อยละ 64.0) ทัศนอาจร (ร้อยละ 46.0) และช้อปปิ้ง (ร้อยละ 28.0)

ตารางที่ 4.56 วิธีการใช้จ่ายเงิน

วิธีการใช้จ่ายเงิน	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช็คเดินทาง	12.0	9.8	7.0	3.5	3.0	6.0
เงินสด	64.0	52.5	94.0	47.0	21.0	42.0
บัตรเครดิต	8.0	6.6	17.0	8.5	1.0	2.0
เงินสดและบัตรเครดิต	18.0	14.8	60.0	30.0	17.0	34.0
เงินสดและเช็คเดินทาง	10.0	8.2	11.0	5.5	4.0	8.0
เช็คเดินทางและบัตรเครดิต	4.0	3.3	4.0	2.0	1.0	2.0
เช็คเดินทาง บัตรเครดิต และเงินสด	5.0	4.1	5.0	2.5	3.0	6.0
รวม	121.0	99.2	198.0	99.0	50.0	100.0
ไม่ตอบ	1.0	0.8	2.0	1.0	-	-

ตารางที่ 4.56 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ส่วนใหญ่ใช้จ่ายด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 52.5, 47.0 และ 42.0 ตามลำดับ รองลงมา คือเงินสดและบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 14.8, 30.0 และ 34.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.57 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว

รูปแบบการจัดการ	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จัดการเอง	94.0	77.0	132.0	66.0	30.0	60.0
ผ่านบริษัทนำเที่ยว	26.0	21.2	64.0	32.0	19.0	38.0
รวม	121.0	99.2	196.0	98.0	49.0	98.0
ไม่ตอบ	1.0	0.8	4.0	2.0	1.0	2.0
รายการที่รวมอยู่ในราคา ที่ซื้อผ่านบริษัทนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พัก	3.0	13.0	7.0	11.0	4.0	21.0
การรับ-ส่งสนามบิน	5.0	22.0	8.0	13.0	2.0	11.0
การนำเที่ยวท้องถิ่น	-	-	2.0	3.0	5.0	26.0
ที่พักและการรับ-ส่งสนามบิน	2.0	9.0	33.0	54.0	1.0	5.0
ที่พักและการนำเที่ยวท้องถิ่น	7.0	30.0	1.0	2.0	1.0	5.0
ที่พัก การรับ-ส่งสนามบิน และการนำเที่ยวท้องถิ่น	2.0	9.0	5.0	8.0	1.0	5.0
ที่พัก การรับ-ส่งสนามบิน และอาหาร	1.0	4.0	3.0	5.0	1.0	5.0
อื่นๆ	3.0	13.0	20.0	3.0	4.0	21.0
รวม	23.0	100.0	61.0	100.0	19.0	100.0

ตารางที่ 4.57 พบว่ารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา เป็นการจัดการด้วยตัวเองโดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 77.0, 67.0 และ 60.0 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดกระบี่โดยใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นการใช้บริการเรื่องที่พักและการนำเที่ยวท้องถิ่น (ร้อยละ 30.0) รองลงมา คือ การรับ-ส่งสนามบิน (ร้อยละ 22.0) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยว

จังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องที่พักและการรับ-ส่งสนามบิน (ร้อยละ 54.0) รองลงมา คือ การรับ-ส่งสนามบินอย่างเดียว (ร้อยละ 13.0) และที่พักอย่างเดียว (ร้อยละ 11.0) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพังงานิยมใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในเรื่องการนำเที่ยวท้องถิ่นสูงสุด คือร้อยละ 26.0 รองลงมา คือ ที่พักอย่างเดียว (ร้อยละ 21.0)

ตารางที่ 4.58 ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา

ปัจจัยที่มาเที่ยว	กระบี่ (121 คน)		ภูเก็ต (195 คน)		พังงา (48 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของจังหวัด	52.0	43.0	67.0	34.4	13.0	27.1
ข้อจำกัดด้านเวลา	6.0	5.0	11.0	5.6	-	-
ความปลอดภัย	11.0	9.1	32.0	16.4	8.0	16.7
แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ	73.0	60.3	75.0	38.5	33.0	68.8
ทำเลที่ตั้ง	66.0	54.5	102.0	52.3	24.0	50.0
วัฒนธรรม	18.0	14.9	50.0	25.6	8.0	16.7
ระบบสาธารณูปโภค	6.0	5.0	10.0	5.1	4.0	8.3
ความคุ้มค่าของเงิน	23.0	19.0	88.0	45.1	9.0	18.8
ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	31.0	25.6	81.0	41.5	15.0	31.3
สภาพอากาศ	54.0	44.6	126.0	64.6	16.0	33.3

ตารางที่ 4.58 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจมาเที่ยวเนื่องจากปัจจัยหลายอย่างรวมกัน และเมื่อนำปัจจัยเหล่านั้นมาแจกแจงความถี่ พบว่า ปัจจัยที่มีความถี่สูงสุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ และพังงา คือ ความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 60.3 และร้อยละ 68.8 รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.5 และร้อยละ 50.0 และสภาพภูมิอากาศคิดเป็นร้อยละ 44.6 และร้อยละ 33.3 ตามลำดับ ส่วนจังหวัดภูเก็ต พบว่าปัจจัยที่มีความถี่มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สภาพอากาศ (ร้อยละ 64.6) ทำเลที่ตั้ง (ร้อยละ 52.3) และความคุ้มค่าของเงิน (ร้อยละ 45.1)

ตารางที่ 4.59 สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมในจังหวัดภูเก็ต

แหล่งท่องเที่ยว	ชาวต่างชาติ (193 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ
เกาะไม้ท่อน	3.0	2.0
เกาะเฮ	25.0	13.0
เกาะราชา	12.0	6.0
หาดราไวย์	30.0	16.0
หาดป่าตอง	175.0	91.0
หาดกะตะ	81.0	42.0
หาดกะรน	75.0	39.0
หาดไนยาง	17.0	9.0
หาดไม้ขาว	1.0	1.0
หาดบางเทา	16.0	8.0
แหลมพันวา	18.0	9.0
แหลมพรหมเทพ	25.0	13.0
วัดฉลอง	35.0	18.0
อ่าวฉลอง	28.0	15.0
ภูเก็ตแฟนตาซี	29.0	15.0
พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำภูเก็ต	9.0	5.0
สวนผีเสื้อ	15.0	8.0
เมืองภูเก็ต	-	-

ตารางที่ 4.59 แสดงความนิยมของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมไปเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ หาดป่าตอง (ร้อยละ 91.0) หาดกะตะ (ร้อยละ 42.0) และหาดกะรน (ร้อยละ 39.0)

ตารางที่ 4.60 สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมในจังหวัดกระบี่

แหล่งท่องเที่ยว	ชาวต่างชาติ (119 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ
เกาะพีพี	83.0	70.0
เกาะปอดะ	14.0	12.0
หาดไร่เลย์	73.0	61.0
วัดถ้ำเสือ	15.0	13.0
ถ้ำพระนาง	35.0	29.0
เกาะลันตา	49.0	41.0
เกาะยูง	5.0	4.0
น้ำตกคลองนาง	4.0	3.0
อ่าวนาง	55.0	46.0
พิพิธภัณฑ์คลองท่อม	1.0	1.0
เกาะห้อง	10.0	8.0
เกาะไม้	3.0	3.0
สุสานหอย	14.0	12.0
หาดนพรัตน์ธารา	12.0	10.0
เมืองกระบี่	74.0	62.0

ตารางที่ 4.60 พบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่นิยม คือ เกาะพีพี (ร้อยละ 70.0) เมืองกระบี่ (ร้อยละ 62.0) หาดไร่เลย์ (ร้อยละ 61.0) อ่าวนาง (ร้อยละ 46.0) เกาะลันตา (ร้อยละ 41.0) และ ถ้ำพระนาง (ร้อยละ 29.0)

ตารางที่ 4.61 สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมในจังหวัดพังงา

แหล่งท่องเที่ยว	ชาวต่างชาติ (45 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ
หมู่เกาะสุรินทร์	15.0	33.0
เกาะพังก	3.0	7.0
เกาะสิมิลัน	35.0	78.0
เกาะปันหยี่	3.0	7.0
วัดถ้ำสุวรรณคูหา	2.0	4.0
เกาะห้อง	6.0	13.0
เมืองพังงา	6.0	13.0
ถ้ำลอด	1.0	2.0
อ่าวพังงา	14.0	31.0
เกาะมาจุ	-	-

ตารางที่ 4.61 พบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่นิยม คือ เกาะสิมิลัน (ร้อยละ 78.0) หมู่เกาะสุรินทร์ (ร้อยละ 33.0) และอ่าวพังงา (ร้อยละ 31.0)

ตารางที่ 4.62 ท่านจะเดินทางกลับมาเที่ยวอีกหรือไม่

ท่านจะกลับมาเที่ยวอีกหรือไม่	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่กลับมาอีก	21.0	17.2	29.0	14.5	8.0	16.0
กลับมาอีก	85.0	69.7	158.0	79.0	39.0	78.0
อาจจะกลับมาอีก	6.0	4.9	3.0	1.5	1.0	2.0
รวม	112.0	91.8	190.0	95.0	48.0	96.0
ไม่ตอบ	8.0	6.6	10.0	5.0	2.0	4.0

ตารางที่ 4.62 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่คิดว่าจะเดินทางกลับมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา อีกคิดเป็นร้อยละ 69.7, 79.0 และ 78.0 และมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่คิดว่าจะไม่กลับมาเที่ยวอีกคือ ร้อยละ 17.2, 14.5 และ 16.0 ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของการแก้ปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบระหว่างท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.63 ระดับความสำคัญของการแก้ปัญหาในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ระดับปัญหาที่พบ ในระหว่างท่องเที่ยว	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความไม่ปลอดภัย	3.64	1.61	4.39	1.78	3.85	2.14
สินค้าราคาแพง	3.79	1.63	4.25	1.62	3.89	1.50
มลภาวะเป็นพิษ	4.89	1.80	5.18	1.60	5.09	2.03
การสร้างถนน	3.95	1.63	4.61	1.45	3.80	1.81
การซื้อโกงของ พ่อค้าแม่ค้า	4.16	1.60	4.68	1.63	4.08	2.02
การให้ข้อมูล และการสื่อสาร	4.03	1.64	4.40	1.44	4.83	1.65
ปัญหาการจราจร	3.71	1.41	4.55	1.43	4.40	1.61
การรบกวนของพ่อค้า- แม่ค้าตามชายหาด	3.51	1.54	4.33	3.50	3.40	1.88
ระบบคมนาคม	3.81	1.68	4.41	1.69	4.62	1.79
คนขับรถแท็กซี่ หรือรถตุ๊กตุ๊ก	3.63	1.61	4.55	1.74	3.82	1.75

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยได้จากการคิดค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญ (rating) ของระดับปัญหาโดยวัดจาก ลิเคิร์ตสเกล 7 ระดับ (7-point Likert Scale) คือ 1 = ไม่สำคัญมากที่สุด และ 7 = สำคัญมากที่สุด

ตารางที่ 4.63 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่เห็นว่าปัญหา 5 อันดับแรกที่ควรได้รับการแก้ไข ได้แก่ ปัญหามลภาวะเป็นพิษ (4.89) การฉ้อโกงของพ่อค้าแม่ค้า (4.16) การให้ข้อมูลและการสื่อสาร (4.03) การสร้างถนน (3.95) และระบบคมนาคม (3.81) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนจังหวัดภูเก็ต เห็นว่าปัญหา 5 อันดับแรกที่ต้องดำเนินการแก้ไข คือ ปัญหามลภาวะเป็นพิษ (5.18) การฉ้อโกงของพ่อค้าแม่ค้า (4.68) การสร้างถนน (4.61) ปัญหาการจราจร (4.55) และการรบกวนจากคนขับรถแท็กซี่หรือรถตุ๊กตุ๊ก (4.55) ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพังงาเห็นว่าปัญหาที่มีความสำคัญ 5 อันดับแรกที่ต้องดำเนินการแก้ไขของจังหวัดพังงา คือ ปัญหามลภาวะเป็นพิษ (5.09) การให้ข้อมูลและการสื่อสาร (4.83) ระบบคมนาคม (4.62) ปัญหาการจราจร (4.40) และการฉ้อโกงจากพ่อค้าแม่ค้า (4.08)

ความสัมพันธ์ของระดับความสำคัญของปัญหาที่พบของจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา

ตารางที่ 4.64 ความปลอดภัย/อาชญากรรม

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
ความปลอดภัย/ อาชญากรรม	3.64	1.61	4.39	1.78	3.85	2.14

ตารางที่ 4.64.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	42.478	2	21.239	6.693	0.001
Within Groups	1088.415	343	3.173		
Total	1130.893	345			

ตารางที่ 4.64.2 ความปลอดภัย/อาชญากรรม การทดสอบด้วย Multiple Comparisons:
LSD

(I) PROVINCE	(J) PROVINCE	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	.7540	.21323	.000	.3346	1.1734
	พังงา	.5426	.29051	.063	-.0288	1.1140
กระบี่	ภูเก็ต	-.7540	.21323	.000	-1.1734	-.3346
	พังงา	-.2114	.31000	.496	-.8212	.3983
พังงา	ภูเก็ต	-.5426	.29051	.063	-1.1140	.0288
	กระบี่	.2114	.31000	.496	-.3983	.8212

ตารางที่ 4.64 4.64.1 และ 4.64.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาความไม่ปลอดภัย / อาชญากรรม ในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา โดยมีค่าเฉลี่ยคือ 3.64, 4.39 และ 3.85 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหา ความไม่ปลอดภัย / อาชญากรรมของทั้ง 3 จังหวัด โดยใช้ F-test และ LSD ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัญหาอาชญากรรมของทั้งสามจังหวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.001) โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาความไม่ปลอดภัย / อาชญากรรมสูงกว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.000) ในขณะที่นักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่และพังงาให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} > 0.05$)

ตารางที่ 4.65 สินค้าและบริการราคาแพง

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
สินค้าและบริการ ราคาแพง	3.79	1.63	4.25	1.62	3.89	1.50

ตารางที่ 4.65.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	16.579	2	8.290	3.210	0.042
Within Groups	901.395	349	2.583		
Total	917.974	351			

ตารางที่ 4.65.2 สินค้าและบริการราคาแพง การทดสอบด้วย Multiple Comparisons: LSD

(I) PROVINCE	(J) PROVINCE	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	.4578	.18886	.016	.0863	.8292
	พังงา	.3637	.26644	.173	-.1603	.8878
กระบี่	ภูเก็ต	-.4578	.18886	.016	-.8292	-.0863
	พังงา	-.0940	.28191	.739	-.6485	.4604
พังงา	ภูเก็ต	-.3637	.26644	.173	-.8878	.1603
	กระบี่	.0940	.28191	.739	-.4604	.6485

ตารางที่ 4.65 4.65.1 และ 4.65.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ตและพังงา เห็นว่ามีความจำเป็นต้องแก้ปัญหาสินค้าและบริการราคาแพงในจังหวัดดังกล่าว โดยเฉลี่ย 3.79, 4.25 และ 3.89 เมื่อทดสอบด้วย F-test และ LSD ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใน 3 จังหวัด ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.042) โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ตให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาที่สูงกว่าจังหวัดกระบี่ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.016) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่และพังงาให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} > 0.05$)

ตารางที่ 4.66 ระบบจรรยา

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
ปัญหาระบบจรรยา	3.71	1.41	4.55	1.43	4.40	1.61

ตารางที่ 4.66.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัญหาระบบจรรยา	Between Groups	52.611	2	26.306	12.578	0.000
	Within Groups	727.822	348	2.091		
	Total	780.433	350			

ตารางที่ 4.66.2 ระบบจรรยา การทดสอบด้วย Multiple Comparisons: LSD

(I) PROVINCE	(J) PROVINCE	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	.8463	.17075	.000	.5105	1.1821
	พังงา	.1489	.23585	.528	-.3149	.6128
กระบี่	ภูเก็ต	-.8463	.17075	.000	-1.1821	-.5105
	พังงา	-.6974	.25006	.006	-1.1892	-.2055
พังงา	ภูเก็ต	-.1489	.23585	.528	-.6128	.3149
	กระบี่	.6974	.25006	.006	.2055	1.1892

ตารางที่ 4.66 4.66.1 และ 4.66.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นว่าควรให้การแก้ปัญหาาระบบจราจรในจังหวัดภูเก็ต (4.55) และพังงา (4.40) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าในจังหวัดกระบี่ (3.71) และเมื่อทดสอบด้วย F-test และ LSD พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในภูเก็ต กระบี่ และพังงาให้ความสำคัญกับปัญหานี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.000) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาจราจรของจังหวัดภูเก็ตและพังงาสูงกว่าจังหวัดกระบี่ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.000 และ 0.006 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.67 ปัญหามลภาวะ

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
ปัญหามลภาวะ	4.89	1.80	5.18	1.60	5.09	2.03

ตารางที่ 4.67.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.309	2	3.154	1.060	0.348
Within Groups	1041.776	350	2.977		
Total	1048.085	352			

ตารางที่ 4.67 และ 4.67.1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหามลภาวะที่ภูเก็ต (5.18) สูงกว่า กระบี่ (4.89) และ พังงา (5.09) และเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหานี้ในแต่ละจังหวัดโดยใช้ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหามลภาวะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} > 0.05$, Sig. = 0.348)

ตารางที่ 4.68 การสร้างถนน

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
การสร้างถนน	3.95	1.63	4.61	1.45	3.80	1.81

ตารางที่ 4.68.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	43.118	2	21.559	8.840	0.000
Within Groups	843.798	346	2.439		
Total	886.917	348			

ตารางที่ 4.68.2 การสร้างถนน การทดสอบด้วย Multiple Comparisons: LSD

(I) PROVINCE	(J) PROVINCE	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	.6586	.18487	.000	.2949	1.0222
	พังงา	.8020	.25688	.002	.2968	1.3073
กระบี่	ภูเก็ต	-.6586	.18487	.000	-1.0222	-.2949
	พังงา	.1435	.27244	.599	-.3924	.6793
พังงา	ภูเก็ต	-.8020	.25688	.002	-1.3073	-.2968
	กระบี่	-.1435	.27244	.599	-.6793	.3924

ตารางที่ 4.68 4.68.1 และ 4.68.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการสร้างถนนในจังหวัดภูเก็ต (4.61) สูงกว่าจังหวัดกระบี่ (3.95) และจังหวัดพังงา (3.80) และเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหาการสร้างถนนของทั้ง 3 จังหวัด โดยใช้ F-test และ LSD ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต

กระบี่และพังงาให้ความสำคัญของการแก้ปัญหาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.000) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาการสร้างถนนในจังหวัดภูเก็ตสูงกว่าจังหวัดกระบี่และพังงา ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.000 และ 0.002 ตามลำดับ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงาและกระบี่ให้ความสำคัญในการแก้ปัญหานี้ไม่แตกต่างกัน ($p\text{-value} > 0.05$)

ตารางที่ 4.69 การให้ข้อมูลและการสื่อสาร

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
ข้อมูลและการสื่อสาร	4.03	1.64	4.40	1.44	4.83	1.65

ตารางที่ 4.69.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	22.683	2	11.342	4.790	.009
Within Groups	814.538	344	2.368		
Total	837.222	346			

ตารางที่ 4.69, 4.69.1 และ 4.69.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงา ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการให้ข้อมูลและการสื่อสาร (4.83) สูงกว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต (4.40) และกระบี่ (4.03) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ตได้ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้สูงกว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ อย่างไรก็ตามเมื่อทดสอบระดับความแตกต่างโดยใช้ F-test และ LSD ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญในการแก้ปัญหานี้ในจังหวัดกระบี่ต่ำกว่าจังหวัดภูเก็ตและพังงา อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.048 และ 0.003 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.69.2 การให้ข้อมูลและการสื่อสาร การทดสอบด้วย Multiple Comparisons: LSD

(I) PROVINCE	(J) PROVINCE	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	.3623	.18243	.048	.0034	.7211
	พังงา	-.4330	.25149	.086	-.9277	.0616
กระบี่	ภูเก็ต	-.3623	.18243	.048	-.7211	-.0034
	พังงา	-.7953	.26607	.003	-1.3186	-.2720
พังงา	ภูเก็ต	.4330	.25149	.086	-.0616	.9277
	กระบี่	.7953	.26607	.003	.2720	1.3186

ตารางที่ 4.70 การจัดโงงในการซื้อขายสินค้าและบริการ

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
การจัดโงงในการซื้อขาย สินค้า	4.16	1.60	4.68	1.63	4.08	2.02

ตารางที่ 4.70.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	24.657	2	12.328	4.426	0.013
Within Groups	919.205	330	2.785		
Total	943.862	332			

ตารางที่ 4.70.2 การข้อโงงในการซื้อขายสินค้าและบริการ การทดสอบด้วย Multiple Comparisons: LSD

(I) PROVINCE	(J) PROVINCE	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	.5234	.20173	.010	.1266	.9202
	พังงา	.6043	.29116	.039	.0316	1.1771
กระบี่	ภูเก็ต	-.5234	.20173	.010	-.9202	-.1266
	พังงา	.0810	.30853	.793	-.5260	.6879
พังงา	ภูเก็ต	-.6043	.29116	.039	-1.1771	-.0316
	กระบี่	-.0810	.30853	.793	-.6879	.5260

ตารางที่ 4.70 4.70.1 และ 4.70.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการข้อโงงในการซื้อขายสินค้าและบริการในจังหวัดภูเก็ต (4.68) สูงกว่าจังหวัดกระบี่ (4.16) และ พังงา (4.08) และเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของการแก้ปัญหาการข้อโงงในการซื้อขายสินค้าและบริการของทั้ง 3 จังหวัด โดยใช้ F-test และ LSD ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้ในทั้งสามจังหวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.013) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาการข้อโงงในการซื้อขายสินค้าที่จังหวัดภูเก็ต สูงกว่าจังหวัดกระบี่และพังงา ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.010 และ 0.039 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาการข้อโงงในการซื้อขายสินค้าของจังหวัดพังงาและกระบี่ไม่แตกต่างกัน ($p\text{-value} > 0.05$)

ตารางที่ 4.71 การคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาด

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
การคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาด	3.51	1.54	4.33	3.50	3.40	1.88

ตารางที่ 4.71.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	63.734	2	31.867	4.078	0.018
Within Groups	2711.754	347	7.815		
Total	2775.489	349			

ตารางที่ 4.71.2 การคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาด การทดสอบด้วย Multiple Comparisons: LSD

(I) PROVINCE	(J) PROVINCE	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	.8229	.33039	.013	.1731	1.4728
	พังงา	.9273	.45614	.043	.0301	1.8244
กระบี่	ภูเก็ต	-.8229	.33039	.013	-1.4728	-.1731
	พังงา	.1044	.48337	.829	-.8463	1.0551
พังงา	ภูเก็ต	-.9273	.45614	.043	-1.8244	-.0301
	กระบี่	-.1044	.48337	.829	-1.0551	.8463

ตารางที่ 4.71 4.71.1 และ 4.71.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาดในจังหวัดภูเก็ต (4.33) สูงกว่าจังหวัด

กระบี่ (3.40) และ พังงา (3.51) และเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของการแก้ปัญหาดังกล่าวของทั้ง 3 จังหวัด โดยใช้ F-test และ LSD ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.018) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้ในจังหวัดภูเก็ตสูงกว่าในจังหวัดพังงาและกระบี่อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.013 และ 0.045 ตามลำดับ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาคูคัมภีร์จากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาดในจังหวัดพังงาและกระบี่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} > 0.05$)

ตารางที่ 4.72 การให้บริการรถขนส่งมวลชน

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
การให้บริการรถขนส่งมวลชน	3.81	1.68	4.41	1.69	4.62	1.79

ตารางที่ 4.72.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	33.189	2	16.595	5.726	0.004
Within Groups	1005.599	347	2.898		
Total	1038.789	349			

ตารางที่ 4.72.2 การให้บริการรถขนส่งมวลชน การทดสอบด้วย Multiple Comparisons: LSD

(I) PROVINCE	(J) PROVINCE	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	.5918	.20056	.003	.1974	.9863
	พังงา	-.2116	.27807	.447	-.7585	.3353
กระบี่	ภูเก็ต	-.5918	.20056	.003	-.9863	-.1974
	พังงา	-.8035	.29363	.007	-1.3810	-.2259
พังงา	ภูเก็ต	.2116	.27807	.447	-.3353	.7585
	กระบี่	.8035	.29363	.007	.2259	1.3810

ตารางที่ 4.72 4.72.1 และ 4.72.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการให้บริการรถขนส่งมวลชน ในจังหวัดพังงา (4.62) สูงกว่าภูเก็ต (4.41) และกระบี่ (3.81) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหานี้ในทั้ง 3 จังหวัด โดยใช้ F-test และ LSD ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในทั้ง 3 จังหวัดให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.004) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการให้บริการรถขนส่งมวลชนในจังหวัดกระบี่ต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต และพังงา อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญในการแก้ปัญหานี้ ในจังหวัดภูเก็ตและพังงาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.73 คนขับรถตุ๊กตุ๊กหรือรถแท็กซี่

	กระบี่		ภูเก็ต		พังงา	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
คนขับรถตุ๊กตุ๊กหรือรถแท็กซี่	3.63	1.61	4.55	1.74	3.82	1.75

ตารางที่ 4.73.1 การทดสอบด้วย F-test (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	64.177	2	32.089	11.148	0.000
Within Groups	978.633	340	2.878		
Total	1042.810	342			

ตารางที่ 4.73.2 คนขับรถตุ๊กตุ๊กหรือรถแท็กซี่ การทดสอบด้วย Multiple Comparisons: LSD

(I) PROVINCE	(J) PROVINCE	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ภูเก็ต	กระบี่	.9145	.20291	.000	.5153	1.3136
	พังงา	.7262	.28185	.010	.1718	1.2805
กระบี่	ภูเก็ต	-.9145	.20291	.000	-1.3136	-.5153
	พังงา	-.1883	.29944	.530	-.7773	.4007
พังงา	ภูเก็ต	-.7262	.28185	.010	-1.2805	-.1718
	กระบี่	.1883	.29944	.530	-.4007	.7773

ตารางที่ 4.73 4.73.1 และ 4.73.2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการคุกคามจากคนขับรถตุ๊กตุ๊กหรือรถแท็กซี่ ในจังหวัดภูเก็ต (4.55) สูงกว่าจังหวัดพังงา (3.82) และ กระบี่ (3.63) และเมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัญหานี้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในทั้ง 3 จังหวัด ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหานี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.000) กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต ให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาการคุกคามจากคนขับรถตุ๊กตุ๊กๆ หรือรถแท็กซี่ สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงา และ กระบี่ ($p\text{-value} < 0.05$, Sig. = 0.010 และ 0.000) ในขณะที่นักท่องเที่ยวใน จังหวัดพังงาและ กระบี่ ให้ความสำคัญในการแก้ปัญหานี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} > 0.05$, Sig. = 0.530)

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ต

สินค้าและบริการ

- หน่วยงานราชการควรตรวจสอบคุณภาพสินค้าในร้านค้าต่างๆ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค เช่น ร้านอาหาร ร้านอัญมณี และบริษัทนำเที่ยว และควรมีหน่วยงานรับเรื่องร้องทุกข์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค
- หน่วยงานราชการควรควบคุมดูแลราคาสินค้าและบริการในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากมีราคาสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทย
- หน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการควบคุมดูแลการขายบริการทางเพศอย่างจริงจัง เนื่องจากมีจำนวนสถานบริการทางเพศและโสเภณีเด็กค่อนข้างมาก
- พ่อค้าแม่ค้าควรมีจรรยาบรรณในการขายสินค้ามากกว่านี้ ไม่ควรโกงนักท่องเที่ยว
- ควรปิดการจราจรที่ถนนบางลาเพื่อความเป็นระเบียบ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- ภาครัฐควรมีมาตรการดูแลการฉ้อโกง, อาชญากรรม, การลักขโมย และความรุนแรงในภูเก็ตอย่างจริงจัง เพราะปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต
- ควรมีการให้มีข้อมูลเกี่ยวกับการทัศนจรรอบๆ เกาะภูเก็ต และพื้นที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงมากกว่านี้
- ควรมีการกำหนดบริเวณสำหรับขายสินค้าอย่างเป็นทางการเป็นระบบระเบียบ (Zoning) เพื่อความสวยงามของเกาะและเพื่อไม่เป็นการรบกวนนักท่องเที่ยว
- ควรมีพนักงานรักษาความปลอดภัย (life guard) บริเวณชายหาด

สาธารณูปโภค

- ควรมีบริการขนส่งมวลชนที่ดี เนื่องจากรถตุ๊กตุ๊กและรถแท็กซี่ราคาแพงมาก หรือควรติดตั้งมิเตอร์ให้รถรับจ้างดังกล่าว
- ควรปรับปรุงระบบการจราจรทั้งจังหวัด เนื่องจากการจราจรที่ภูเก็ตอันตรายมากๆ คนจะไม่ค่อยเคารพกฎจราจร
- ควรปรับปรุงระยะเวลาการให้วีซ่าแก่นักเดินทางทางเรือ เนื่องจากปัจจุบันได้วีซ่าแค่ 29 วัน นักเดินทางส่วนใหญ่จึงตัดสินใจอยู่ที่มาเลเซียแทนที่จะมาพำนักที่ภูเก็ต
- ควรมีห้องน้ำสาธารณะตามชายหาด

สิ่งแวดล้อม

- บริเวณชายหาดมีขยะประเภทพลาสติก และขวดพลาสติกจำนวนมาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มจำนวนถังขยะ และจัดการทำความสะอาดชายหาดทุกวัน ทั้งนี้ควรมีกฎหมายเพื่อควบคุมจำนวนขยะ และควรมีบทลงโทษผู้ฝ่าฝืนอย่างจริงจัง
- ภาครัฐควรมีมาตรการควบคุมและดำเนินการกับพ่อค้าแม่ค้าที่นำสัตว์ป่าเช่น ชะนี งู และนกเหยี่ยว มาค้ากำไร หรือมาให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูปตามข้างถนน
- หน่วยงานของภาครัฐควรควบคุมดูแลภูมิทัศน์ของชายหาด ไม่ควรมีให้ติดป้ายโฆษณาที่ทำลายความสวยงามของทัศนียภาพ
- หน่วยงานของภาครัฐควรมีการควบคุมการก่อสร้างอย่างจริงจัง โดยเฉพาะตึกสูงๆ ที่ทำลายทัศนียภาพ
- ควรมีการควบคุมกิจกรรมทางน้ำเช่น เรือลากกล้วย (banana boat), เรือเจ็ทสกี (Jet ski) และ เรือลากล่อม (parachute) เพราะทำให้ทะเลสกปรกจากคราบน้ำมัน และรบกวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนอีกทั้งยังเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวที่ว่ายน้ำ
- ควรสร้างจิตสำนึกให้คนท้องถิ่นรู้จักรักษาสิ่งแวดล้อมและดูแลธรรมชาติ โดยช่วยกันลดมลภาวะ

พนักงานบริการและคนท้องถิ่น

- ควรจัดอบรมการสอนภาษาอังกฤษให้กับพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของตามชายหาดและพนักงานบริการตามร้านอาหาร
- ควรมีมาตรการควบคุมดูแลชาวต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจในภูเก็ตโดยขาดจริยธรรมอย่างจริงจัง เพราะนักท่องเที่ยวมักจะโดนคุกคามจากชาวต่างชาติที่มาทำธุรกิจในภูเก็ตซึ่งสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ดี แต่ไม่ตระหนักถึงชื่อเสียงของภูเก็ตและประเทศไทย เช่นชาวต่างชาติที่ทำงานร้านตัดผ้า หรือทำงานบริษัทอสังหาริมทรัพย์
- ภาครัฐควรควบคุมดูแลคนขับรถตุ๊กๆ และพ่อค้าแม่ค้าตามชายหาด เพราะคนขับรถและพ่อค้าแม่ค้าตามชายหาดคุกคามนักท่องเที่ยว
- คนท้องถิ่นและพนักงานบริการควรมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อนักท่องเที่ยวมากกว่านี้ ไม่ควรเห็นแก่เงินมากเกินไป
- ควรมีการให้คำแนะนำและจัดอบรมเกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัยให้กับผู้หญิงที่ทำงานในบาร์

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับจังหวัดพังงา

สินค้าและบริการ

- อาหารบนเกาะสิมิลันราคาแพง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการควบคุมดูแล
- บรรยากาศความน่าท่องเที่ยวบนเกาะสิมิลันดีกว่าที่เขาตะปู้ (James's Bond Island) เพราะที่เขาตะปู้เต็มไปด้วยร้านค้าขายของที่ระลึก แต่อุทยานฯ ควรปรับปรุงที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ดีกว่านี้ โดยเฉพาะห้องน้ำ

สาธารณูปโภค

- ควรติดตั้งป้ายแสดงเวลาการเดินทางโดยสารประจำทางเพื่อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว
- ควรปรับปรุงน้ำใช้ที่เกาะสิมิลัน เนื่องจากมีกลิ่นและสีเจือปน ไม่บริสุทธิ์ ไม่สะอาด

ด้านสิ่งแวดล้อม

- หน่วยงานที่รับผิดชอบควรเก็บกวาดขยะในท้องทะเลและตามชายหาดอย่างจริงจัง และควรปลูกจิตสำนึกให้คนในพื้นที่รักและหวงแหนธรรมชาติ อีกทั้งควรมีบทลงโทษที่ชัดเจนสำหรับผู้ที่ทิ้งขยะลงทะเล โดยเฉพาะขวดพลาสติก
- เจ้าหน้าที่อุทยานฯ ควรลงโทษผู้ที่ไม่ทำตามกฎข้อบังคับของอุทยานฯ อย่างจริงจัง
- ควรพัฒนาศักยภาพของระบบบำบัดน้ำเสียบนเกาะสิมิลัน และควรรักษาสภาพแวดล้อมของเกาะสิมิลันอย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไว้ เพราะจุดขายของเกาะคือ ปะการังจึงควรรักษาสภาพแวดล้อมให้แนวปะการังอยู่ได้
- การบริการขนส่งทางน้ำ (ทะเล) สร้างปัญหาแก่สภาพแวดล้อม เพราะทำให้มีคราบน้ำมันดีเซล และทำให้เกิดมลภาวะทางเสียง ภาครัฐควรมีมาตรการควบคุมดูแลอย่างจริงจัง หากต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรแก้ไขปัญหาด้านมลภาวะและปัญหาการกำจัดสิ่งปฏิกูลโดยเร่งด่วน เพราะการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วและไม่มีแผนรองรับเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

- ควรมีมาตรการควบคุมดูแลการเจริญเติบโตของจังหวัดพังงาอย่างจริงจัง โดยเฉพาะเขาหลัก เพราะเป็นสถานที่ที่เงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน ทั้งนี้เพื่อไม่ให้มีลักษณะเช่นเดียวกับเกาะสมุยหรือภูเก็ต
- ควรจะมีกฎหมายควบคุมการสร้างโรงแรม และรีสอร์ทอย่างจริงจัง เพื่อไม่ให้มีจำนวนมากเกินไป
- ควรปลูกจิตสำนึกของคนในท้องถิ่นให้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พนักงานบริการและคนท้องถิ่น

- คนท้องถิ่นควรตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว มีมิตรไมตรีและความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อนักท่องเที่ยว
- พนักงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพูดภาษาอังกฤษไม่ค่อยได้ จึงเกิดปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมภาษาอังกฤษให้กับพนักงานดังกล่าวให้มีความพร้อมในการบริการนักท่องเที่ยว
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดูแลผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง เพื่อคุ้มครองสิทธิของนักท่องเที่ยวในการบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว เพราะมีผู้ประกอบการฉ้อโกงหลายรายขาดจรรยาบรรณ หลอกหลวงนักท่องเที่ยวและไม่ให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่นักท่องเที่ยว
- ควรมีมาตรการควบคุม และจัดการกับพนักงานขับรถแท็กซี่ ที่ขับรถอันตรายและน่ากลัว

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับจังหวัดกระบี่

ข้อมูลข่าวสาร

- โรงแรมในตัวเมืองกระบี่มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวน้อยมาก ควรมีศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ที่สามารถให้คำแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดกระบี่และพื้นที่ข้างเคียงได้

สินค้าและบริการ

- ควรมีการควบคุมดูแล ราคาสินค้าและบริการในจังหวัดกระบี่ เช่น ราคาห้องพักและราคาอินเตอร์เน็ตที่เกาะพีพี ราคาสินค้าที่หาดไร่เลย์ และราคาค่าบริการรถแท็กซี่ โดยเฉพาะรถแท็กซี่ จากสนามบิน เนื่องจากมีราคาสูง และคุณภาพต่ำหากเปรียบเทียบกับสถานที่อื่นๆ เช่นกรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่
- ควรติดป้ายแสดงราคาสินค้า
- ควรเพิ่มจำนวนเที่ยวของเรือรับ-ส่งนักท่องเที่ยวไปหาดไร่เลย์
- ควรจะมีสถานบันเทิงยามราตรี (Night life) ในตัวเมืองกระบี่ และควรมีตลาดขายสินค้ากลางคืน (Night Plaza)

สาธารณูปโภค

- ควรมีสัญญาณจราจร และทางม้าลายมากกว่านี้
- ควรจัดให้มีที่อาบน้ำจัดบริเวณชายหาดต่างๆ
- ควรจัดระเบียบการจอดเรือ หรือจัดสถานที่สำหรับจอดเรืออย่างเหมาะสม โดยเฉพาะที่อ่าวนาง เนื่องจากมีเรือจอดอยู่ตามชายหาดมากเกินไป เป็นอุปสรรคต่อการเล่นน้ำของนักท่องเที่ยว
- ควรมีการพัฒนาสาธารณูปโภค และความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มครอบครัว
- ควรปรับปรุงระบบการขนส่งมวลชน

สิ่งแวดล้อม

- ควรมีระบบการดูแลสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่านี้ เพื่อไม่ให้กระบี่เป็นเหมือนเกาะสมุย หรือ หาดป่าตอง ควรควบคุมสิ่งก่อสร้างเพื่อไม่ให้มีมากเกินไปจนความจำเป็นเพื่อรักษาสมดุลย์ธรรมชาติ

เนื่องจากจังหวัดกระบี่ยังคงมีสภาพธรรมชาติที่สมบูรณ์อยู่มาก ทั้งเกาะลันตาและตัวเมืองกระบี่ ซึ่งเป็นที่ที่สวยงามเหมาะสำหรับการพักผ่อน แต่อ่าวนางและเกาะพีพีมีนักท่องเที่ยวมากเกินไป ทำให้ธรรมชาติถูกทำลายไปมาก

- ควรจะมีการจัดการกับขยะที่ดี มีพนักงานเก็บขยะตามชายหาด มีถังขยะหรือมีป้ายห้ามทิ้งขยะให้มากขึ้น และควรมีบทลงโทษผู้ที่ทิ้งขยะลงบนท้องถนน ชายหาด และทะเลอย่างจริงจัง โดยเฉพาะขยะจำพวกขวดพลาสติกและเศษแก้ว ซึ่งเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวทำให้ชายหาดไม่น่าว่ายน้ำ เช่นหาดไร่เลย์ และหาดอื่นๆ ซึ่งสกปรกมาก เต็มไปด้วยขยะ
- ควรปลูกจิตสำนึกในการรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน และให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับเด็กและเยาวชน

พนักงานบริการและคนท้องถิ่น

- รอยยิ้ม ความเป็นมิตร การมีน้ำใจและความซื่อสัตย์เป็นจุดเด่นของคนไทย แต่ควรปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้คนในท้องถิ่นมากกว่านี้ เช่นไม่ควรเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว
- ผู้ประกอบการควรมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพโดยเฉพาะ คนขับเรือหางยาว คนขับรถแท็กซี่ พนักงานบริการ ซึ่งควรมีความอ่อนน้อม สุภาพ และซื่อสัตย์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (เจ้าบ้าน)

4.3 ปัญหาของจังหวัดภูเก็ตในมุมมองของผู้ประกอบการและภาครัฐ

- ผู้ว่าฯ อีไอไม่สามารถใช้อำนาจรัฐได้อย่างเด็ดขาด เนื่องจากติดปัญหาข้อกฎหมายหลายขั้นตอน
- การคอร์รัปชันของหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ไม่มีการควบคุมการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ เช่น บ้านจัดสรร และโรงแรม ทำให้ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น น้ำประปาและไฟฟ้า ไม่เพียงพอ สิ่งแวดล้อมถูกทำลายมาก และไม่มีระบบการควบคุมดูแลรถรับจ้างและรถแท็กซี่ ทำให้เกิดปัญหาด้านอาชญากรรมและการเอาัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว
- ภาครัฐไม่มีความเข้าใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีกทั้งไม่ฟังความคิดเห็นของภาคเอกชนและคนในพื้นที่ ทำให้นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของภูเก็ตไร้ทิศทาง ไม่ต่อเนื่องเป็นนโยบายการพัฒนาเชิงการเมือง และไม่มีจัดการการท่องเที่ยวที่ดี
- นโยบายทางด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐและองค์กรท้องถิ่นไม่สอดคล้องกัน อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ขาดการประสานงานระหว่างกัน ไม่มีการบูรณาการแผนงาน ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงานตามแผน และขาดการติดตามผลการดำเนินงานในเชิงคุณภาพ
- ไม่มีการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่วางไว้
- ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวขาดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

- ควรมีการบูรณาการแผนการท่องเที่ยวของภาครัฐและองค์กรท้องถิ่น เพื่อให้แผนแต่ละระดับพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน
- ภาครัฐควรฟังความคิดเห็นของคนท้องถิ่นและภาคเอกชนผู้มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ไม่ใช่รัฐเป็นผู้กำหนดนโยบายแล้วสั่งลงมาว่าจะพัฒนาภูเก็ตไปทิศทางใด เพราะจากอดีตที่ผ่านมา รัฐจะเป็นผู้กำหนดแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวและแผนก็จะเปลี่ยนแปลงตามผู้ว่าราชการฯ ที่เปลี่ยนเป็นวาระ ทำให้การพัฒนาไร้ทิศทางและไม่ต่อเนื่อง
- จังหวัดภูเก็ตควรมีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการจังหวัดเหมือนกรุงเทพฯ เนื่องจากคนท้องถิ่นเข้าใจธรรมชาติของจังหวัดได้ดีกว่าคนที่ถูกส่งมาจากส่วนกลาง ผู้ว่าราชการจังหวัดของภูเก็ต

ควรเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถทางการท่องเที่ยวเพราะรายได้หลักของจังหวัดมาจากการท่องเที่ยว

- ควรมีการศึกษาขีดความสามารถของทรัพยากรที่มีในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) และนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว
- รัฐควรควบคุมการก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต ควรจัดแบ่งเขตพื้นที่การท่องเที่ยว (Zoning) ควบคุมควบคุมการก่อสร้างโรงแรม และเน้นการพัฒนาบุคลากร
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของจังหวัดภูเก็ตควรเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังจ่ายสูง และมีคุณภาพ ไม่ควรเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียวเนื่องจากภูเก็ตเป็นเกาะและมีทรัพยากรที่จำกัด

4.4 ปัญหาของจังหวัดพังงาในมุมมองของผู้ประกอบการและภาครัฐ

- ภาครัฐมีแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอันدامันที่ค่อนข้างชัดเจน แต่ไม่มีการดำเนินการตามแผนที่วางไว้ ซึ่งแผนดังกล่าวมีความขัดแย้งกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาพลังงานแห่งชาติ
- ภาครัฐไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาอย่างจริงจัง
- ภาครัฐไม่มีงบประมาณสนับสนุนการท่องเที่ยว และสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วเกินไป ทำให้การพัฒนาด้านสาธารณูปโภคเช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา และการกำจัดขยะ ไม่สอดคล้องกับความต้องการ
- หน่วยงานของรัฐเพิกเฉยต่อการบังคับใช้กฎหมาย
- จังหวัดวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยไม่มีตัวแทนจากผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวร่วมเขียนแผน
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและคนท้องถิ่นไม่มีความรู้และเข้าใจในบทบาทและการท่องเที่ยวอีกทั้งไม่ให้ความสำคัญ เนื่องจากการท่องเที่ยวมักจะเอื้อประโยชน์ให้คนกลุ่มเดียว
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีความสามารถในการบริหารจัดการ ไม่มีการจัดแบ่งพื้นที่ (Zoning) การท่องเที่ยว
- ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางการท่องเที่ยวและการบริการในอุตสาหกรรม
- ผู้ประกอบการและนักลงทุนขาดจริยธรรมในการทำธุรกิจ

- เจ้าหน้าที่ของอุทยานแห่งชาติต่างๆ เช่น อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์และสิมิลัน ขาดความรู้และความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวทำให้ระบบการจัดการในการรองรับนักท่องเที่ยวไม่ดี

ข้อเสนอแนะ

- ผลักดันให้ภาครัฐใช้ยุทธศาสตร์อันดามันที่วางไว้ เพื่อให้ภูเก็ต พังงา และกระบี่มีการพัฒนาแบบบูรณาการเพราะแต่ละจังหวัดมีจุดเด่นของตนเอง ไม่ควรแข่งกัน
- ควรผลักดันให้มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นที่จะเปิดแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่
- ภาครัฐควรมีแผนการท่องเที่ยวแบบบูรณาการตั้งแต่ระดับชาติจนถึงระดับท้องถิ่น
- ภาครัฐควรมีการควบคุมการก่อสร้างโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ เพื่อสร้างความสมดุลในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มี และควรศึกษาขีดความสามารถของทรัพยากรในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)
- ภาครัฐควรสร้างมาตรการในการรักษา และป้องกันธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจริงจัง เพราะพังงาควรเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เนื่องจากมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์
- ภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัดแบ่งพื้นที่ทางการท่องเที่ยว (Zoning) และจัดระเบียบชายหาด ไม่ควรให้มีการวางร่มหรือขายของหน้าหาด
- ควรมีการผลักดันให้คณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดแต่ละจังหวัด (tourism board) ที่มีการแต่งตั้งไว้แล้วเกือบทุกจังหวัด ได้ทำงานอย่างจริงจัง
- ผู้บริหารท้องถิ่นควรมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง รู้ว่าอะไรควรต้องรักษา รู้ว่าอะไรทำลายสิ่งแวดล้อม รู้ว่าชุมชนจะได้อะไรจากการท่องเที่ยว
- ภาครัฐควรรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการและคนท้องถิ่นในการวางแผนการท่องเที่ยว
- ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบริการกับคนในท้องถิ่นและสอดแทรกเรื่องการท่องเที่ยวในบทเรียนสำหรับเด็กและเยาวชน
- ผู้ประกอบการเรือรับจ้างที่อ่าวพังงา ควรรวมกลุ่มกันจัดตั้งสหกรณ์ และจัดการนำเที่ยวที่เป็นระบบ เพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันนักท่องเที่ยวและตัดราคาตัวเอง
- ผู้ประกอบการไม่ควรโลภมาก โดยธรรมชาติพังงามีฤดูกาลท่องเที่ยวแค่ 6 เดือน ซึ่งเพียงพอในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่นิยมมาเที่ยวพังงาเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมที่เคยมา และพำนักอยู่เป็นเวลานาน (อย่างน้อย 2 อาทิตย์) เป็นกลุ่ม

ที่ใช้จ่ายค่าง่ายข้างสูง ไม่ว่าจะป็นชาวสแกนดิเนเวียน เยอรมนี และสวิส และการที่เป็ดฤดู การท่องเที่ยวแค่ 6 เดือนยังเป็นการทำให้ธรรมชาติได้พักและฟื้นตัว

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของจังหวัดพังงาควรเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งปัจจุบันก็มี นักท่องเที่ยวหลายชาติที่เปลี่ยนพฤติกรรมกรบริโภคมาให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์มากขึ้น เช่น เกาหลี ฮองกง มาเลเซีย และสิงคโปร์
- ควรจัดอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรทางด้านการบริการและท่องเที่ยว เนื่องจากโดยธรรมชาติ แล้วลักษณะนิสัยของคนได้จะไม่ค่อยให้บริการผู้อื่น

4.5 ปัญหาของจังหวัดกระบี่ในมุมมองของผู้ประกอบการและภาครัฐ

- การทำงานของหน่วยงานราชการค่อนข้างช้า ขาดความเข้าใจ และไม่สามารถตอบสนอง ได้ทันต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ เช่น การก้ำกั้้น้ำเสีย การจัดการขยะ และระบบประปา ในแหล่งท่องเที่ยว
- รัฐบาลสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยเน้นการทำกรตลาดอย่างเดียว แต่ไม่มีการกำหนดกลไกในการจัดการและระบบควบคุมดูแลมิให้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เสื่อมโทรมหรือเกิด ปัญหาในอนาคต
- หน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ขาดการประสานงานระหว่างกัน ไม่มีการบูรณาการแผนงาน ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงานตามแผน และขาดการติดตามผลการดำเนินงานในเชิงคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

- จุดเด่นของจังหวัดกระบี่อีกอย่างนอกเหนือจากเกาะแก่งที่สวยงาม คือ ความสมบูรณ์ของ ป่าชายเลน ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Eco-Tourism Destination) ได้ นอกจากนั้นกระบี่ยังมีจุดขายในด้านประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ ดังนั้นเพื่อให้เกิดการ พัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จึงควรมีการปลูกจิตสำนึกแก่ ชุมชนให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติที่มี ตลอดจนให้ความรู้กับชุมชนใน เรื่องประวัติศาสตร์เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ และช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรให้คงความ สมบูรณ์และเผยแพร่ความรู้ทางด้านประวัติ-ศาสตร์ให้แก่นักท่องเที่ยวในฐานะเจ้าบ้าน รวมทั้งส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายระบบนิเวศน์

- ควรมีการจัดแบ่งพื้นที่ (Zoning) ให้มีความชัดเจน ไม่ควรมีสถานบ้านทิ้งยามค้าคืนที่ทำลายความสงบของชายหาด เช่น ไนต์คลับ หรือ เคา ในบริเวณอ่าวนาง เป็นต้น
- ควรศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
- ควรให้หน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลาง (จังหวัด) และส่วนท้องถิ่น (อบจ. อบต. และเทศบาล) ตลอดจนภาคเอกชน (สมาคมโรงแรม, สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น) ร่วมกันจัดทำแผนการท่องเที่ยวตลอดจนระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และประสานงานเพื่อจัดทำแผนบูรณาการของจังหวัดในการพัฒนาการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ และควรมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง
- ควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ผลประโยชน์กลับคืนสู่ชุมชน และยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
- ควรมีการจัดการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันไม่ว่าจะท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา หรือกระบี่ เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มาท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดดังกล่าว ก็มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทั้งสามจังหวัดไม่แตกต่างกัน แต่พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในแต่ละจังหวัดนั้นแตกต่างกัน ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการซื้อ/บริโภค คือการเตรียมตัวเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเดินทางท่องเที่ยว หรือระหว่างการใช้/บริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และช่วงสุดท้ายคือ หลังการใช้/บริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพแวดล้อม ประสบการณ์ วัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามงานวิจัยชุดนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัด ไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในแต่ละจังหวัด ดังนั้นการวิเคราะห์และบทสรุปจะเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดเป็นหลัก โดยแยกพิจารณาเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ และเปรียบเทียบพฤติกรรมดังกล่าวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในแต่ละจังหวัดเช่นกัน นอกจากนี้บทสรุปยังได้ประมวลผลของข้อมูลที่ได้จากการจัดสัมมนากลุ่มแบบเจาะจงกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนของทั้งสามจังหวัดเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดต่อไป ดังนั้นบทสรุปจึงประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก คือ 1) พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทั้งสามจังหวัด 2) พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในทั้งสามจังหวัด โดยในบทสรุปทั้งสองส่วนนี้จะแบ่งการอธิบายเนื้อหาเป็นสามส่วน คือ ขั้นตอนก่อนซื้อ/บริโภค ขั้นตอนระหว่างซื้อ/บริโภค และ ขั้นตอนหลังซื้อ/บริโภค ตามกรอบงานวิจัยชุดนี้ 3) ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชน และส่วนสุดท้ายคือ 4) ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัด ดังรายละเอียดโดยสรุปต่อไปนี้

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่

ในการวิจัยครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่เป็นโสด (ร้อยละ 79.0, 74.0 และ 52.5 ตามลำดับ) มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี (ร้อยละ 42.0, 70.0 และ 58.0 ตามลำดับ) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.0, 74.0 และ 63.0 ตามลำดับ โดยมีการเตรียมตัวก่อนการท่องเที่ยวดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ส่วนใหญ่ใช้เวลาวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวล่วงหน้าน้อยกว่า 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 68.0, 84.0 และ 80.0 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีปัจจัยสนใจในการท่องเที่ยว คือ การพักผ่อน เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ และเยี่ยมเพื่อนฝูง/ญาติมิตร และมีการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนการเดินทาง ซึ่งส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น (ร้อยละ 59.0, 58.0 และ 53.0 ตามลำดับ) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (Internet) คิดเป็นร้อยละ 43.0, 34.0 และ 38.0 และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 31.0, 42.0 และ 25.0 ตามลำดับ

ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักชดถุข์และ/หรือวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยจะใช้เวลาประมาณ 2 – 6 วันในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ทั้งนี้จะแวะเที่ยวอย่างน้อย 2 ใน 3 จังหวัด (ภูเก็ต และ/หรือ พังงา และ/หรือ กระบี่) โดยมีระยะเวลาพำนักในจังหวัดนั้นๆ ไม่เกิน 4 วัน และนิยมเดินทางเป็นหมู่คณะ (ตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป) คิดเป็นร้อยละ 56.0, 81.0 และ 71.0 ตามลำดับ ซึ่งโดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและเพื่อน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคนต่อวันในจังหวัดกระบี่ (3,794.20 บาท) สูงกว่าจังหวัดภูเก็ต (2,772.90 บาท) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงามีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่ำที่สุดในทั้งสามจังหวัด คือ 1,771.20 บาท ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมใช้จ่ายด้วยเงินสดในทั้ง 3 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 66.0, 80.0 และ 59.0 ตามลำดับ รองลงมาคือเงินสดและบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 28.0, 20.0 และ 40.0 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวในทั้ง 3 จังหวัดนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ (Repeated Tourist) คิดเป็นร้อยละ 60.0, 58.0 และ 53.0 ตามลำดับ

ประเภทของยานพาหนะ

ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้ในการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตคือเครื่องบินคิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 26.0 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ นิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 61.0 และเครื่องบินคิดเป็นร้อยละ 25.0 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 46.0 และรถโดยสารประจำทางคิดเป็นร้อยละ 32.0

ประเภทของที่พักร และแหล่งอาหารและเครื่องดื่ม

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่นิยมพักรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 32.0, 36.0 และ 44.0 ตามลำดับ และนิยมรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 85.0, 72.0 และ 74.0 ตามลำดับ รองลงมา คือ ร้านอาหารของโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 42.0, 24.0 และ 51.0 ตามลำดับ

กิจกรรมท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่นิยมว่ายน้ำ (ร้อยละ 71.0) รองลงมา คือ ทักนาคู (ร้อยละ 45.0) และ ซอปปิ้ง (ร้อยละ 39.0) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่ซอปปิ้ง (ร้อยละ 64.0) รองลงมาคือว่ายน้ำ (ร้อยละ 63.0) และทักนาคู (ร้อยละ 55.0) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาส่วนใหญ่นิยมว่ายน้ำ (ร้อยละ 78.0) รองลงมาคือเที่ยวแบบผจญภัย (ร้อยละ 32.0) และทักนาคู (ร้อยละ 20.0) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาและกระบี่ ไม่นิยมเล่นกอล์ฟและประชุมสัมมนา (ร้อยละ 1 และร้อยละ 2 สำหรับจังหวัดกระบี่ และร้อยละ 0 สำหรับจังหวัดพังงา)

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว

รูปแบบการจัดการเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่จัดการด้วยตัวเอง (ร้อยละ 82.0, 66.0 และ 66.0 ตามลำดับ) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจังหวัดกระบี่โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องการสำรองที่พัก (ร้อยละ 33.3) รองลงมาคือ ที่พักและการรับ-ส่งสนามบิน (ร้อยละ 22.2) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวภูเก็ตที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการนำเที่ยวท้องถิ่น (ร้อยละ 27.7) รองลงมาคือ ที่พัก, การรับ-ส่งสนามบินและการนำเที่ยวท้องถิ่น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยว

จังหวัดพังงาและใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่ใช้บริการในเรื่องที่พัก (ร้อยละ 27.0) รองลงมา คือ ที่พัก การรับ-ส่งสนามบินและอาหาร (ร้อยละ 20.0)

ปัจจัยในการเลือกจังหวัดท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ และพังงา คือ ความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 74.0 และร้อยละ 82.0 รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 43.0 และร้อยละ 28.0 และลักษณะภูมิประเทศ/สถานที่ตั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.0 และร้อยละ 24.0 ตามลำดับ ส่วนจังหวัดภูเก็ต พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ชื่อเสียงของจังหวัด (ร้อยละ 68.0) ความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ (ร้อยละ 55.0) และสถานที่ตั้ง/ภูมิประเทศ (ร้อยละ 48.0)

สถานที่ท่องเที่ยว

ภูเก็ต -- นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเที่ยวอ่าวฉลอง (ร้อยละ 92.0) เมืองภูเก็ต (ร้อยละ 75.0) หาดบางเทา (ร้อยละ 75.0) หาดไนยาง (ร้อยละ 64.0) เกาะเฮ (ร้อยละ 63.0) หาดป่าตอง (ร้อยละ 59.0) หาดกะตะ (ร้อยละ 54.0) และหาดไม้ขาว (ร้อยละ 53.0)

พังงา -- นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเที่ยวเกาะสิมิลัน (ร้อยละ 78.0) เมืองพังงา (ร้อยละ 43.0) หมู่เกาะสุรินทร์ (ร้อยละ 39.0) เกาะปันหยี (ร้อยละ 35.0) อ่าวพังงา (ร้อยละ 35.0) ถ้ำลอด (ร้อยละ 27.0) และเกาะห้อง (ร้อยละ 20.0)

กระบี่ -- นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเที่ยวอ่าวนาง (ร้อยละ 85.0) เมืองกระบี่ (ร้อยละ 79.0) หาดนพรัตน์ธารา (ร้อยละ 76.0) สุสานหอยฯ (ร้อยละ 70.0) เกาะพีพี (ร้อยละ 59.0) วัดถ้ำเสือ (ร้อยละ 58.0) ถ้ำพระนาง (ร้อยละ 55.0) หาดไร่เลย์ (ร้อยละ 51.0) เกาะลันตา (ร้อยละ 48.0) และเกาะปอดะ (ร้อยละ 44.0)

ทั้งนี้เมื่อนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ซื้อ/บริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัดแล้ว นักท่องเที่ยวได้พบปัญหาต่างๆ ดังต่อไปนี้

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยพบในจังหวัดภูเก็ตและให้ความสำคัญต่อการดำเนินการแก้ไข เรียงลำดับตามความสำคัญ 5 อันดับแรก คือ 1) ความไม่ปลอดภัย/อาชญากรรม 2) การฉ้อโกงในการซื้อขายสินค้าและบริการ 3) สินค้าและบริการราคาแพง 4) การคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาด และ 5) การให้บริการรถขนส่งมวลชน

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยพบในจังหวัดพังงาและเห็นว่าควรดำเนินการแก้ไขเรียงลำดับตามความสำคัญ 5 อันดับแรก คือ 1) ความไม่ปลอดภัย/อาชญากรรม 2) การให้ข้อมูลและการสื่อสาร 3) ปัญหามลภาวะเป็นพิษ 4) การให้บริการรถขนส่งมวลชน และ 5) สินค้าและบริการราคาแพง

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ให้ความสำคัญต่อการแก้ปัญหาที่พบในระหว่างท่องเที่ยว เรียงลำดับตามความสำคัญ 5 อันดับแรก คือ 1) สินค้าและบริการราคาแพง 2) การให้ข้อมูลและการสื่อสาร 3) การสร้างถนน 4) ความไม่ปลอดภัย/อาชญากรรม และ 5) การให้บริการรถขนส่งมวลชน

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของแต่ละปัญหาของทั้ง 3 จังหวัด ว่านักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาแตกต่างกันหรือไม่ พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นปัญหาต่อไปนี้

- ปัญหาระบบจราจร : นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาระบบจราจรในจังหวัดกระบี่สูงกว่าจังหวัด ภูเก็ต และ พังงา ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตและพังงาให้ความสำคัญในการแก้ปัญหานี้ในระดับเดียวกัน
- ปัญหามลภาวะ: นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาและกระบี่ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหามลภาวะในระดับเดียวกัน และให้ความสำคัญในการแก้ปัญหานี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต
- ปัญหาการให้ข้อมูลและการสื่อสาร: นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการ แก้ปัญหาการให้ข้อมูลและการสื่อสารในจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ใน

ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการให้ข้อมูลและการสื่อสารสูงกว่าจังหวัดภูเก็ตและกระบี่อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยยังได้เสนอให้บุคคลหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องพิจารณาแก้ไข ปัญหาต่างๆ โดยสรุปได้ดังนี้

- คุณภาพในการให้บริการของพนักงานบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น การคมนาคมขนส่งมวลชน ระบบประปา การกำจัดน้ำเสีย ป้ายบอกทาง น้ำจืดเพื่อการอุปโภคบริโภค การจัดการขยะ เป็นต้น
- การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- การมีจิตสำนึกที่ดีในฐานะเจ้าบ้านในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
- การจัดทำผังเมือง การศึกษาปริมาณนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับทรัพยากรในพื้นที่ (Carrying Capacity) และการกำหนดพื้นที่ (Zoning)
- ศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามจากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่คิดว่าจะเดินทางกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่อีก คิดเป็นร้อยละ 98.0, 94.0 และ 94.0 ตามลำดับ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ตพังงาและกระบี่

ในงานวิจัยครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.5, 74.0 และ 77.9 ตามลำดับ ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 73.5, 66.0 และ 78.0 ตามลำดับ มีสถานภาพการจ้างงานแบบทำงานเต็มเวลา (Full-time Employee) คิดเป็นร้อยละ 63.5, 66.0 และ 56.0 ตามลำดับ โดยในจังหวัดภูเก็ต และกระบี่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด (ร้อยละ 57.0 และ 60.0) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ในจังหวัดพังงาเป็นผู้สมรสแล้ว (ร้อยละ 60.0)

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเดือนมีนาคม – เมษายน ส่วนใหญ่สัญชาติอังกฤษ (ร้อยละ 21.0) ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ (ร้อยละ 10.5) เกาหลี (ร้อยละ 9.0) อเมริกัน (ร้อยละ 8.0) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงาสัญชาติเยอรมัน (ร้อยละ 30.0) อเมริกัน (ร้อยละ 14.0) อังกฤษ (ร้อยละ 14.0) และสวิส (ร้อยละ 12.0) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่สัญชาติอังกฤษ (ร้อยละ 24.0) สเปนดิเนเวีย (ร้อยละ 17.0) เยอรมัน (ร้อยละ 14.0) ฝรั่งเศส (ร้อยละ 7.0) และ แคนาดา (ร้อยละ 8.0)

ทั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการเตรียมตัวก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวในทั้งสามจังหวัด โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ประมาณ 1 – 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 54.0, 52.0 และ 58.0 ตามลำดับ รองลงมา คือใช้เวลาน้อยกว่า 1 เดือนในการวางแผนการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 28.0, 40.0 และ 34.0 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่มีปัจจัยจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวภูเก็ต พังงา และกระบี่ คือ การพักผ่อน (ร้อยละ 64.5, 60.0 และ 55.7 ตามลำดับ) และการเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ (ร้อยละ 58.5, 60.0 และ 78.7 ตามลำดับ)

สำหรับแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่นิยมใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดกระบี่ คือ เพื่อน (ร้อยละ 51.6) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 45.9) และงานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว (ร้อยละ 36.1) ส่วนจังหวัดภูเก็ตพบว่าแหล่งข้อมูลที่ได้รับความนิยมในการ

หาข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือ เพื่อน (ร้อยละ 50.5) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 35.2) และบริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 32.1) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพังงาส่วนใหญ่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 48.0) รองลงมาคือเพื่อน (ร้อยละ 36.0) บริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 30.0) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 30.0)

จากการสำรวจระยะเวลาในการพำนักในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้เวลาพำนักในทั้งสามจังหวัดไม่แตกต่างกัน คือประมาณ 1 - 14 วัน คิดเป็นร้อยละ 79.0, 82.0 และ 86.1 ตามลำดับ สำหรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อวันที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตคือ 14,453.30 บาท, จังหวัดพังงาคือ 19,055.80 บาท และจังหวัดกระบี่คือ 47,257.00 บาท โดยทั้ง 3 จังหวัดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่าย ด้วยเงินสด คิดเป็น ร้อยละ 47.0, 42.0 และ 52.5 รองลงมาคือเงินสดและบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 30.0, 34.0 และ 14.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นการเดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 58.0, 72.0 และ 68.9 ตามลำดับ

ประเภทของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ คือ รถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 49.2) และ เครื่องบิน (ร้อยละ 29.5) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตโดยเครื่องบิน (ร้อยละ 79.5) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่มาจังหวัดพังงาเดินทางโดยเครื่องบิน (ร้อยละ 38.0) และรถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 34.0)

ประเภทของที่พักรับและอาหาร

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่พักเกสเฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา คือ รีสอร์ท/บังกะโล (ร้อยละ 36.1) และโรงแรมในเมือง (ร้อยละ 13.9) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ตนิยมพักรีสอร์ท/บังกะโล (ร้อยละ 52.5) รองลงมาคือเกสเฮาส์ (ร้อยละ 18.0) และโรงแรมในเมือง (ร้อยละ 17.5) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงานิยมพักรีสอร์ท/บังกะโล (ร้อยละ 72.0) สำหรับแหล่งอาหารและเครื่องดื่ม ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ คือ ร้านอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 83.9, 92.0 และ 84.3 ตามลำดับ

กิจกรรมท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่นิยมอาบแดด (ร้อยละ 65.3) รองลงมาคือว่ายน้ำ (ร้อยละ 63.9) ทักทาย (ร้อยละ 53.3) ซัปปิ้ง (ร้อยละ 48.8) ดำน้ำ (ร้อยละ 40.2) และท่องเที่ยวแบบผจญภัย (ร้อยละ 34.7) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่นิยมว่ายน้ำ (ร้อยละ 80.7) รองลงมาคืออาบแดด (ร้อยละ 73.6) ซัปปิ้ง (ร้อยละ 69.0) ทักทาย (ร้อยละ 64.0) นวดและสปา (ร้อยละ 40.1) และดำน้ำ (ร้อยละ 32.5) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงานิยมว่ายน้ำ (ร้อยละ 82.0) รองลงมาคือการดำน้ำ (ร้อยละ 70.0) อาบแดด (ร้อยละ 64.0) ทักทาย (ร้อยละ 46.0) และซัปปิ้ง (ร้อยละ 28.0)

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่เป็นการจัดการด้วยตัวเอง (ร้อยละ 66.0, 60.0 และ 77.0 ตามลำดับ) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่พักและการนำเที่ยวท้องถิ่น (ร้อยละ 30.0) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวภูเก็ตและใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่พักและการรับ-ส่งสนามบิน (ร้อยละ 54.0) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพังงาและใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่จะใช้บริการเรื่องการเดินทางท้องถิ่น (ร้อยละ 26.0)

ปัจจัยในการเลือกจังหวัดท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดกระบี่และพังงาคือ ความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 60.3 และร้อยละ 68.8 ตามลำดับ รองลงมาคือทำเลที่ตั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.5 และร้อยละ 50.0 และสภาพภูมิอากาศ คิดเป็นร้อยละ 44.6 และร้อยละ 33.3 ตามลำดับ ส่วนจังหวัดภูเก็ต พบว่าปัจจัยที่มีความถี่มากที่สุดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ สภาพอากาศ (ร้อยละ 64.6) ทำเลที่ตั้ง (ร้อยละ 52.3) และความคุ้มค่าของเงิน (ร้อยละ 45.1)

สถานที่ท่องเที่ยว

ภูเก็ต-- แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่นิยม คือ หาดป่าตอง (ร้อยละ 91.0) หาดกะตะ (ร้อยละ 42.0) และหาดกะรน (ร้อยละ 39.0)

พังงา-- แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่นิยม คือ เกาะสิมิลัน (ร้อยละ 78.0) หมู่เกาะสุรินทร์ (ร้อยละ 33.0) และอ่าวพังงา (ร้อยละ 31.0)

กระบี่-- แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่นิยม คือ เกาะพีพี (ร้อยละ 70.0) เมืองกระบี่ (ร้อยละ 62.0) หาดไร่เลย์ (ร้อยละ 61.0) อ่าวนาง (ร้อยละ 46.0) เกาะลันตา (ร้อยละ 41.0) และ ถ้ำพระนาง (ร้อยละ 29.0)

เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ท่องเที่ยวหรือบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่แล้ว พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประสบปัญหาต่างๆ ดังนี้

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบในจังหวัดภูเก็ตและให้ความสำคัญต่อการดำเนินการแก้ไข เรียงตามความสำคัญ 5 อันดับแรก คือ 1) ปัญหามลภาวะ 2) การขโมยของพอดำแม่คำ 3) การสร้างถนน 4) ระบบจราจร และ 5) คนขับรถแท็กซี่ หรือรถตุ๊กตุ๊ก

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงาให้ความสำคัญต่อการแก้ปัญหา 5 อันดับแรก คือ 1) ปัญหามลภาวะ 2) การให้ข้อมูลและการสื่อสาร 3) ระบบจราจร 4) ระบบคมนาคม และ 5) การขโมยของพอดำแม่คำ

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่ให้ความสำคัญต่อการแก้ไข 5 อันดับแรก คือ 1) ปัญหามลภาวะ 2) การขโมยของพอดำแม่คำ 3) การให้ข้อมูลและการสื่อสาร 4) การสร้างถนน และ 5) ระบบคมนาคมขนส่ง

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของแต่ละปัญหาของทั้ง 3 จังหวัดว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในแต่ละจังหวัดให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาแตกต่างกันหรือไม่ พบว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ตและพังงาให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาแตกต่างกันในปัญหาต่อไปนี้

- ความไม่ปลอดภัย/อาชญากรรม: นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัด

ภูเก็ตให้ควมสำคัญกับการแก้ปัญหาความไม่ปลอดภัย/อาชญากรรมสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงาและกระบี่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงาและกระบี่ให้ควมสำคัญกับการแก้ปัญหานี้ไม่แตกต่างกัน

- ระบบจราจร: นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาจราจรของจังหวัดภูเก็ตและพังงาสูงกว่าจังหวัดกระบี่
- สินค้าและบริการราคาแพง: นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ตให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาที่สูงกว่าจังหวัดกระบี่และพังงา ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่และพังงาให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาสินค้าและบริการราคาแพงไม่แตกต่างกัน
- การให้ข้อมูลและการสื่อสาร: นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาในจังหวัดกระบี่ต่ำกว่าจังหวัดภูเก็ตและพังงา
- การซื้อโงงในการซื้อสินค้าและบริการ :นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาการซื้อโงงในการซื้อสินค้าในภูเก็ตสูงกว่าจังหวัดพังงาและกระบี่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาของจังหวัดพังงาและกระบี่ไม่แตกต่างกัน
- การคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้า: นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ควมสำคัญกับการแก้ปัญหาในจังหวัดภูเก็ตสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงาและกระบี่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงาและกระบี่ให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาไม่แตกต่างกัน
- การให้บริการรถขนส่งมวลชน: นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ควมสำคัญกับการแก้ปัญหาการให้บริการรถขนส่งมวลชนในจังหวัดกระบี่ต่ำกว่าในจังหวัดภูเก็ตและพังงา ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาในจังหวัดภูเก็ตและพังงาไม่แตกต่างกัน
- การคุกคามจากคนขับรถแท็กซี่ หรือรถตุ๊กตุ๊ก: นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัด

ภูเก็ทให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาี้สูงกว่านักท่งเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงาและกระบี่ ในขณะที่นักท่งเที่ยวชาวต่างประเทศจังหวัดพังงาและกระบี่ให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาี้ไม่แตกต่างกัน

จะเห็นได้ว่านักท่งเที่ยวชาวต่างประเทศในทั้ง 3 จังหวัดให้ควมสำคัญในการแก้ปัญหาี้มลภาวะเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากจุดขายของทั้ง 3 จังหวัด คือควมอุดมสมบูรณ์และสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล และควมอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติก็เป็นปัจจัยหลักที่นักท่งเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกมาท่งเที่ยวในสามจังหวัดนี้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ควมสำคัญกับปัญหาี้และรีบดำเนินการแก้ไขโดยเร่งด่วน อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบระดับควมสำคัญของแต่ละปัญหาี้ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่า นักท่งเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ตให้ควมสำคัญต่อปัญหาี้ควมไม่ปลอดภัย/อาชญากรรม สินค้าและบริการราคาแพง การสร้างถนน การข้อโงงในการซื้อสินค้าและบริการ การคุกคามของพ่อค้าแม่ค้าบริเวณชายหาด และการคุกคามจากคนขับรถตุ๊กตุ๊กหรือรถแท็กซี่ ในระดับที่สูงกว่านักท่งเที่ยวในจังหวัดพังงาและกระบี่อย่างเห็นได้ชัด

นอกจากนี้นักท่งเที่ยวชาวต่างประเทศยังได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเรื่องต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญที่ควรปรับปรุง ดังนี้

- แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่งเที่ยวและการเดินทางในพื้นที่
- ราคาสินค้าและบริการต่างๆ เช่น ค่าที่พัก ค่ารถแท็กซี่
- ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่นการจำกัดขยะ การคมนาคมขนส่งมวลชน ระบบจราจร หื่อน้ำสาธารณะ เป็นต้น
- การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- มาตรการควบคุมการขายบริการทางเพศ
- การให้วีซ่า (VISA) สำหรับผู้เดินทางเข้าประเทศทางเรือ
- จำนวนแหล่งขายสินค้าและของที่ระลึก
- ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของพนักงานบริการ

แม้ว่านักท่งเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่งเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่จะพบปัญหาต่างๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น แต่จากการสำรวจพบว่า นักท่งเที่ยวชาวต่างประเทศส่วน

ใหญ่คิดว่า จะเดินทางกลับมาเที่ยวในจังหวัดนั้นๆ อีก คิดเป็นร้อยละ 79.0, 78.0, และ 69.7 ตามลำดับ

ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ (เจ้าบ้าน) ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หรือเจ้าบ้านในทั้งสามจังหวัด เห็นว่าปัญหาด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันเกิดจากการที่ภาครัฐไม่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ไม่เข้าใจและขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว ไม่ดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอันดามันที่วางไว้ ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานระดับประเทศและท้องถิ่น ไม่มีการบูรณาการแผนงาน ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงานตามแผน และขาดการติดตามผลการดำเนินงานในเชิงคุณภาพโดยเฉพาะองค์ประกอบของส่วนท้องถิ่น อีกทั้งภาครัฐยังไม่รับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานเอกชนและคนในท้องถิ่น จึงไม่สามารถตอบสนองได้ทันต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ เช่น น้ำเสีย ขยะ การขาดแคลนน้ำประปาในแหล่งท่องเที่ยว และเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไร้ทิศทาง นอกจากนี้ยังพบว่า ภาครัฐได้จัดตั้งคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวประจำจังหวัด โดยคัดเลือกบุคคลจากองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อจัดทำแผนและดูแลจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนั้นๆ แต่คณะกรรมการดังกล่าวไม่มีโอกาสดำเนินงานจริง ปรากฏแต่เพียงชื่อนั้น อีกทั้งทางจังหวัดยังได้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการของทั้งสามจังหวัดภายใต้ชื่อ “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มอันดามัน” เป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่ยังไม่เคยได้นำมาปฏิบัติหรือปรับใช้อย่างจริงจัง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจึงเสนอให้ภาครัฐนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามันมาดำเนินการใช้อย่างเร่งด่วน เช่นเดียวกับสนับสนุนให้คณะกรรมการการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดออกมาดำเนินงานอย่างจริงจังเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งสามจังหวัดนี้อย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ (สามเหลี่ยมอันดามัน)

การท่องเที่ยวของจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันในกว่าสองทศวรรษที่ผ่านมามีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นการเพิ่มปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว และมีจุดมุ่งหมายในการสร้างรายได้เป็นสำคัญ โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตซึ่งในปัจจุบันเด่นชัดในฐานะเมืองที่มีความหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยวจนกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติ ขณะเดียวกันการเติบโตอย่างรวดเร็วก็ทำให้สภาพการท่องเที่ยวในปัจจุบันของทั้งสามจังหวัดกำลังเผชิญปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ปัญหามลพิษ ปัญหาความไม่เรียบร้อยในการจัดการด้านการท่องเที่ยว ปัญหาอาชญากรรมและการหลอกลวงนักท่องเที่ยว รวมทั้งปัญหาความไม่พอเพียงของแหล่งน้ำอุปโภคบริโภค ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัด

นอกจากนี้ยังพบว่าทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัดนั้นไปในแนวทางใกล้เคียงกันหรืออาจกล่าวได้ว่ามีการเจริญรอยตามกันโดยปราศจากการเรียนรู้ถึงข้อผิดพลาดในอดีตของกันและกันซึ่งส่งผลให้ทั้งสามจังหวัดเกิดการแข่งขันกันเองและส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของทั้งสามจังหวัดในสายตาของนักท่องเที่ยว ดังนั้นหากมองทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ผู้วิจัยเห็นว่า ควรกำหนดทิศทางการพัฒนาทั้ง 3 จังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและทะเลที่มีคุณภาพ (Quality Beach Resort) ในระดับนานาชาติที่สมบูรณ์แบบ (World Class Destination) มีโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่สมบูรณ์แบบและมีคุณภาพ มีระบบการจัดการที่ดีสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีคุณภาพ โดยเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนและชุมชนเข้ามามีบทบาทในการจัดทำแผนพัฒนาร่วมกับภาครัฐ เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน มีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Products and Services) อยู่ในระดับแนวหน้าทั้งในด้านคุณภาพ (Quality) และความหลากหลาย (Diversity) เช่น ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่างๆ เสริมแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด เช่นการจัดประชุมสัมมนา (MICE) การกีฬา (Sports) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Service and Spa) แต่ทั้งนี้ควรเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในจังหวัดที่มีความพร้อมทั้งทางกายภาพและบุคลากรเป็นสำคัญ นอกจากนี้แต่ละจังหวัดควรมีการสร้างความแตกต่างทาง

ภาพลักษณ์ กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Positioning) ของตัวเองให้ชัดเจนเพื่อไม่ให้เป็นการแย่งตลาดกันเอง

สำหรับแนวทางการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ควรเน้นพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและความบันเทิง (Entertainment City) และท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) โดยเน้นความทันสมัยด้านการรักษาพยาบาลและการแพทย์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สมบูรณ์โดยมีการจัดการให้มีการท่องเที่ยวตลอดฤดูกาล (Seasonality) ซึ่งควรร่วมมือกันอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนกลยุทธ์โดยให้ภาคเอกชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการมากขึ้น และหลีกเลี่ยงการใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการแข่งขันทางการตลาด ทั้งนี้ภูเก็ตควรเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อ และมีคุณภาพโดยไม่ควรเน้นปริมาณนักท่องเที่ยว เนื่องจากภูเก็ตมีทรัพยากรธรรมชาติที่จำกัด แต่ในขณะเดียวกันภูเก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายและทรัพยากรบุคคลที่พร้อมในการให้บริการ ส่วนจังหวัดพังงาควรเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (Eco and Agro-Tourism) โดยมีจุดขายคือ ความอุดมสมบูรณ์ของพืชพันธุ์ เช่นสวนผลไม้ และสมุนไพร ความสงบของเมืองและความสวยงามของธรรมชาติ เช่นหมู่เกาะสุรินทร์ และหมู่เกาะสิมิลัน ในขณะที่จังหวัดกระบี่ควรเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Eco-Tourism), การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เนื่องจากกระบี่มีภูมิประเทศที่สวยงามตามธรรมชาติหลายแห่ง และมีการค้นพบหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์

นอกจากนี้กลุ่มสามเหลี่ยมอันดามัน (ภูเก็ต พังงา และกระบี่) ควรมีการเสริมจุดแข็งของกลุ่ม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเน้นการพัฒนาบุคลากรในด้านการศึกษาเพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพเข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยว การจัดฝึกอบรมระยะสั้นเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการบริการให้แก่บุคลากรทุกระดับในอุตสาหกรรมฯ โดยประสานความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาของรัฐและผู้ประกอบการ นอกจากนี้ทั้ง 3 จังหวัดควรปรับปรุงระบบการจัดการท่องเที่ยว การวางผังเมืองและการบังคับใช้ (Zoning) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน (Strengthen Infrastructure) โดยเน้นระบบการคมนาคมขนส่งให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวก พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านไอซีที (ICT) จัดหาแหล่งน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภคให้พอเพียงและมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง อย่างไรก็ตามการพัฒนาในด้านต่างๆ เหล่านี้จะต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ตลอดจนเน้นการกระตุ้นจิตสำนึกของชุมชนในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและรักษาสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัดมีระดับการพัฒนาที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัดควรมีการประสานงานและร่วมมือกันในการกำหนดทิศทางการพัฒนา โดยเรียนรู้ประสบการณ์จากกันและกัน ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวของสามเหลี่ยมอันดามันขึ้น (Tourism board) ซึ่งคณะกรรมการฯ ควรประกอบด้วยคณะบุคคลจากภาครัฐและเอกชนของทั้งสามจังหวัด เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็น และร่วมกันกำหนดแผนการพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามันแบบบูรณาการ และจัดระบบพื้นที่เพื่อการพัฒนา (Special Allocation for Development) ตลอดจนติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานตามแผน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

- Assael, H. (1998) *Consumer Behaviour & Marketing Action*, NY., Southwestern.
- Brown, T., J.(1999) Antecedents of Culturally Significant Tourist Behaviour, *Annual of Tourism Research*, 26 (3), 676-700.
- Choy, D. J. L. (1992) Life Cycle Model For Pacific Island Destination, *Journal of Travel research*, 30, 26-31
- Currie, R., R. (1997) A Pleasure-Tourism Behaviours Framework, *Annals of Tourism Research*, 24 (4), 884-897.
- Echtner, C. M. and Ritchie, J.R.B. (1993) The Measurement of Destination Image, An Impirical Assessment, *Journal of Travel Research*, 31,3-13
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. (1995) *Consumer Behaviour*, Oxford, Dryden.
- Faulkner, B., Moscardo, G. & Laws, E. (edit), (2000) *Tourism in the 21st Century: lesson from experience*, London, Continuum.
- Frew, E., A. & Shaw, R., N. (1998) The Relationship between personality, gender and Tourism Behaviour, *Tourism Management*, 20, 193-202.
- Johnson, B.R. and Edwards, T. (1994) The Comodification of Mountaineering, *Annals of Tourism Research*, 21(3),459-478
- Kotler, P., Bowen, J. and Makens, J. (1996) *Marketing for Hospitality and Tourism*, New Jersey, Prentice-Hall
- Kotler P. (2000) *Marketing Management* (10 edition), New Jersey, Prentice Hall.
- Mo, C., Howard, D.R., and Havitz, M.E. (1993) Testing an International Tourists Role Typology, *Annals of Tourism Research*, 20(2). 319-335.
- Murphy, P., Pritchard M. & Smith, B. (1999) The Destination Product and Its Impact on Traveller Perceptions, *Tourism Management Journal*, 7(12), 352-375.
- Richter, L. (1993) *The Politic of Tourism in Asia*, Honolulu, University of Hawaii Press
- Ryan C. (1995) *Recreation Tourism: A Social Perspective*, London: International Thomson Business Press.

Ryan C., & Kinder R. (1996) Sex, Tourism and Sex Tourism: Fulfilling Similar Need, *Journal of Tourism Management*, 7(17). 507-518

Shailes, A., Senior, M, L. & Andrew, B, P. (2001) Tourist's Travel Behaviour in Response to Congestion: the case of car trips to Cornwall, United Kingdom, *Journal of Transport Geography*, 9, 49-60.

Smith, S.L. J. (1994) The Tourism Product, *Annals of Tourism Research*, 21 (3), 582-595

Solomon, M.R. (1996) *Consumer Behaviour*, London, Prentice-Hall.

Swarbrooke J. and Horner S. (1999) *Consumer Behaviour in Tourism*, Oxford, Butterworth-Heinemann.

Teare, R.E. (1995) *Services Management*, London, Cassell.

Teare, R.E. (1998) Interpreting and Responding to Customer Needs, *Journal of Workplace Learning*, 10(2), 76-94.

The World Travel Organisation (1997) *Tourist Safety and Security: Practical Measures for Destination*, Madrid: The World Tourism Organisation.

Watson, J.L. and Kopachevsky, J.P. (1994) Interpretation of Tourism as a Commodity, *Annals of Tourism Research*, 21(3), 643-660

Wheeler, M. (1995) Tourism Marketing Ethics: An Introduction, *International Marketing Review*, 12(4), 38-49.

Wilkie W.L. (1994) *Consumer Behaviour*, London, Wiley

Woodside A.G.: editor (2000) *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, Oxon, CABI Publishing.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) พฤติกรรมผู้บริโภค, กรุงเทพฯ, วิสิทธ์พัฒนา จำกัด.

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ไม่ระบุปี) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, กรุงเทพฯ

www2.tat.or.th/stat/web retrieve on August 2004