

พฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน



นางสาวฐิติวรรณ ปัญญาคำ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)

are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

TOURISM BEHAVIOR OF ASEAN TOURISTS

Miss Thitawan Panyakham



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2014

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศ อาเซียน
โดย	นางสาวฐิติวรรณ ปัญญาคำ
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชรินทร์ชัย อินทราภรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ประพัฒน์ ลักษณะพิสูทธิ์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. กำโชค เผือกสุวรรณ)

ฐิตวรรณ ปัญญาคำ : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน (TOURISM BEHAVIOR OF ASEAN TOURISTS) อ.ที่ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ศ. ดร. สมบัติ กาญจนกิจ, 91 หน้า.

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และได้มีการตรวจสอบเครื่องมือ โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีภูมิลำเนาจากสาธารณรัฐสิงคโปร์ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 USD และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย มากกว่า 2 ครั้ง ต่อปี ระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว 4 - 6 วัน นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายน ถึง เดือนมิถุนายน เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 28.50 มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 35.70 นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ โดยรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เลือกคือ การท่องเที่ยวเชิงประเพณี ศิลปะ และวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 24.00 ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วก่อนหน้านี้ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และใช้เครื่องบินเป็นยานพาหนะในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 43.20 โดยพักที่โรงแรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุดคือแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยมีชื่อเสียงโด่งดัง คิดเป็นร้อยละ 18.29 มีหลักในการเลือกที่พักคือเลือกจากความสวยงามของที่พัก คิดเป็นร้อยละ 19.70 หลักในการเลือกใช้บริการทัวร์คือ ราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 28.15 หลักในการเลือกใช้ในด้านการคมนาคม/ขนส่ง คือ มีความตรงต่อเวลา (พาหนะที่ให้บริการตามเวลา) คิดเป็นร้อยละ 24.25 หลักในการเลือกพิจารณาเลือกใช้บริการธุรกิจบันเทิง โรงละคร การแสดงโชว์ต่างๆ คือ ราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 24.25 หลักในการเลือกใช้บริการด้านร้านอาหารคือ รสชาติของอาหาร คิดเป็นร้อยละ 44.15 และ หลักในการเลือกกิจกรรมการผจญภัยและกิจกรรมนันทนาการคือ ราคาไม่แพง มีความเหมาะสมกับกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 34.61

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา
ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5578335039 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS: TOURISM BEHAVIOR

THITAWAN PANYAKHAM: TOURISM BEHAVIOR OF ASEAN TOURISTS. ADVISOR:
PROF. SOMBAT KARNJANAKIT, Ph.D., 91 pp.

The purpose of this study is to investigate the travel behaviors of the travelers in the ASEAN. The samples were 400 ASEAN travelers who visited Thailand. The research instrument was the questionnaire survey developed and tested by the researcher. Results were statistically analyzed by calculating frequencies and percentages.

Results

Most of the ASEAN travelers were female and 20 – 29 years. They were from the Republic of Singapore. They were students. Their monthly income was lower than 5,000 USD. They visit Thailand for more than two times per year. Their travel period was 4 – 6 days. They usually travelled during April – June. They travelled with their family members or relatives with 28.50%. The purpose of their trips was to relax with 35.70%. They usually visited Thailand during the Songkran Festival. The travel activities they chose were traditional, artistic and cultural activities with 24.00%. They had visited Thailand before the study with 25.00%. They came to Thailand by plane with 43.20% and rested in hotels. The most important factor that affected their decisions to come to Thailand was the famous tourist attractions in this country with 18.29%. They chose the hotels by considering the hotels' attractiveness with 19.70%. They chose tour packages by searching for that with low prices with 28.15%. To choose transportation services, they emphasized on punctuality (i.e. punctual transportation services) with 24.25%. To select places of amusements including theatres and shows, they focused on reasonable prices with 30.26%. They went to restaurants with delicious foods with 44.15%. They preferred adventure and recreation activities with reasonable costs with 34.61%.

Field of Study: Sports Science

Student's Signature

Academic Year: 2014

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของการวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ประพัฒน์ ลักษณะพิสุทธิ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.กำโชค เผือกสุวรรณ กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ที่กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุจิตรา สุขนครทรัพย์ รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย บุญรอด อาจารย์ ดร. นพรัตน์ ศุทธิถิต และ อาจารย์ ดร.รัตนา ปานเรียนแสน ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลา ในการตอบแบบสอบถาม ที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่าน บุคลากรทุกท่าน พี่ๆ เพื่อนๆ และ น้องๆ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ ร้อยตำรวจตรีจักรพล และ คุณแม่ นางลภัสวีณ์ ปัญญาคำ นางสาวปณิษฐา ปัญญาคำ น้องสาว และญาติ พี่ น้อง เพื่อน ของผู้วิจัย ที่คอยสนับสนุนผู้วิจัย ให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และผลักดันให้งานวิจัยครั้งนี้ประสบความสำเร็จ

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่าน ทั้งที่ได้กล่าวถึง และไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ และ ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ขอมอบให้แก่ครู อาจารย์ ที่ได้ให้ความรู้ บิดา มารดา ผู้ให้กำเนิด และ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ให้ความรู้ และเกิดวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ซ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
ประวัติความเป็นมาของอาเซียน.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	9
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557).....	23
งานวิจัยในประเทศ.....	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	65
อภิปรายผลการวิจัย.....	67
รายการอ้างอิง.....	71

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ 91



สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามเพศ	43
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนจำแนกตามอายุ	43
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนจำแนกตามภูมิลำเนา	44
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนจำแนกตามอาชีพ	45
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนจำแนกตามรายได้เฉลี่ย	46
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามจำนวนครั้งที่เดินทาง	47
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามจำนวนวันที่เดินทางมา ท่องเที่ยว.....	47
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามช่วงเวลาเดินทางมา ท่องเที่ยว.....	48
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามช่วงระยะเวลา ที่เข้ามาท่องเที่ยว	48
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะการเดินทางมา ท่องเที่ยว.....	49
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามวัตถุประสงค์ ในการเดินทางท่องเที่ยว.....	50
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามช่วงเทศกาลที่เดินทาง มาท่องเที่ยว	51
ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนเรื่องพฤติกรรม การเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว.....	52
ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน พฤติกรรม ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	53
ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนพฤติกรรมในการเลือก ใช้บริการของบริษัททัวร์	54

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมการใช้จ่าย ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	55
ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมการได้รับสื่อ สารนิเทศด้านการท่องเที่ยว.....	56
ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมการเลือก รูปแบบของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว.....	57
ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการ เลือกใช้บริการด้านการคมนาคม/ขนส่ง	58
ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมการเลือก ที่พัก	59
ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามเกณฑ์ในการ เลือกที่พัก.....	60
ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	61
ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนพฤติกรรมในการเลือกใช้ บริการธุรกิจบันเทิง โรงละคร การแสดงโชว์ต่างๆ.....	62
ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนพฤติกรรมในการเลือกใช้ บริการด้านร้านอาหาร.....	63
ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนเกี่ยวกับพฤติกรรมในการ เลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว	64

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศในเป็นอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออก อุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากจะสามารถทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศและเป็นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจแล้ว การท่องเที่ยวยังช่วยสร้างงาน ช่วยกระจายความเจริญออกไปยังต่างจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวหรือที่เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวผ่าน เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจโดยตรง เช่น สถานที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น เกษตรกรรม หัตถกรรม เป็นต้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจดังต่อไปนี้ คือ เป็นที่มาของเงินตราต่างประเทศ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้า ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างช่วยกระจายรายได้และสร้างงาน ช่วยกระตุ้นการผลิต ไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต ไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการจำหน่าย (ปราโมชน์ รอดจรัส, 2555)

จากข้อมูลของกรมการต่างประเทศและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำเสนอนักท่องเที่ยวของประชาคมอาเซียนได้ท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกัน จากยอดนักท่องเที่ยว 65.6 ล้านคน ในปี พ.ศ.2552 เพิ่มขึ้นเป็น 73.7 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2553 และขยายตัวเป็น 79.2 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2554 และในปีล่าสุด พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวอาเซียน จำนวน 86.7 ล้าน ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยว จำนวน 100 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2557 จากข้อมูลนี้จะเห็นได้ว่า เฉพาะในภูมิภาคของอาเซียนนี้มีนักท่องเที่ยวประมาณ 100 ล้านคน ในขณะที่ปัจจุบันปี พ.ศ. 2555 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยว จำนวน 22.3 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 22.3 เท่านั้น ซึ่งถ้ามีการศึกษายุทธศาสตร์ หรือกำหนดนโยบายเพื่อขยายส่วนแบ่งการตลาดในประชาคมอาเซียนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30-40 ก็จะทำให้สร้างเศรษฐกิจไทยในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนอกจากจะเป็นการศึกษาว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมอย่างไรแล้ว ส่วนที่สำคัญที่สุดของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือ การทำความเข้าใจว่าเหตุใดนักท่องเที่ยวจึงมีพฤติกรรมเช่นนั้น ทั้งนี้เพราะการที่นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าปัจจัยใดมีผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พวกเขาก็มีแนวโน้มที่จะสามารถทำนายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องทำความเข้าใจก่อนที่จะออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การออกแบบสินค้าท่องเที่ยว (Product) การตั้งราคาสินค้าท่องเที่ยว (Price) การหาช่องทางจำหน่ายสินค้าท่องเที่ยว (Place) หรือ การออกแบบกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์สินค้าท่องเที่ยว

กรุงเทพมหานคร ได้รับรางวัลชนะเลิศจากการโหวตผ่านอินเทอร์เน็ตให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก (World's Best City Award) ติดต่อกันเป็นปีที่ 4 (2553-2556) ที่ได้รับรางวัลดังกล่าวจากนิตยสาร Travel & Leisure ซึ่งเป็นนิตยสารท่องเที่ยวในเครือ American Express ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในสหรัฐอเมริกา โดยการพิจารณาคัดเลือกเมืองที่ดีที่สุดในโลกของนิตยสาร Travel & Leisure ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 6 ประการ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว (โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านทัศนียภาพ ความสวยงาม และความร่มรื่น) ศิลปวัฒนธรรม อาหารการกิน ความเป็นมิตรของผู้คน แหล่งจับจ่ายใช้สอย ความคุ้มค่าของเงิน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากการจับจ่ายใช้สอย และกรุงเทพมหานคร ได้รับคะแนนสูงสุดในปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ แหล่งจับจ่ายใช้สอย ความเป็นมิตรของผู้คน และอาหารการกิน โดยเฉพาะในเรื่องอาหารริมทาง (Street Vendors) นอกจากนี้โรงแรมชื่อดังหลายแห่งในเขตกรุงเทพฯ ยังติดอันดับโรงแรม City Hotel ที่ดีที่สุดในโลก ได้แก่ โรงแรม The Peninsula (อันดับที่ 11) และ โรงแรม Mandarin Oriental (อันดับที่ 18) ในขณะที่สายการบินไทยถูกจัดให้อยู่ในลำดับที่ 9 ของสายการบินระหว่างประเทศที่ดีที่สุดในโลก นอกจากนี้กรุงเทพมหานคร ยังได้รับรางวัลเมืองนำท่องเที่ยว (Global Destination Cities) หรือ สุดยอดแหล่งท่องเที่ยวแห่งโลกประจำปี 2555 เป็นอันดับที่ 3 รองจาก กรุงลอนดอน และกรุงปารีส จากการสำรวจของบริษัทมาสเตอร์การ์ด เวิลด์ไวด์ ซึ่งพิจารณามอบรางวัลดังกล่าวจากการรวบรวมข้อมูลตัวชี้วัดของสายการบินนานาชาติ รวม 87 แห่ง รวมทั้งข้อมูลจากสำนักงานการท่องเที่ยวประจำประเทศต่างๆ องค์กรสหประชาชาติ และพนักงาน ตัวแทนของบริษัทฯ ซึ่งมีสาขาอยู่ทั่วโลก (กรุงเทพมหานคร, 2556)

ประชาคมอาเซียน เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 10 ประเทศ อันได้แก่ เนการาบรูไนดารุสซาลาม ประเทศมาเลเซีย สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐสิงคโปร์ ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ และ ประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองและขีดความสามารถแข่งขันของอาเซียนในเวทีระหว่างประเทศในทุกด้าน

รวมถึงความสามารถในการรับมือกับปัญหาใหม่ๆ ในระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อภูมิภาคอาเซียน เช่น ภาวะโลกร้อน การก่อการร้าย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเป็นประชาคมอาเซียน คือ การทำให้ประเทศสมาชิกอาเซียนเป็น “ครอบครัวเดียวกัน” ที่มีความแข็งแกร่งและมีภูมิคุ้มกันที่ดี โดยสมาชิกในครอบครัว มีสภาพความอยู่ที่ดี ปลอดภัย และสามารถทำมาค้าขายได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น ประชาคมอาเซียนถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนตุลาคม 2546 จากการที่ผู้นำอาเซียนได้ร่วมลงนามในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมืออาเซียน ที่เรียกว่า “ข้อตกลงบาหลี 2” เพื่อเห็นชอบให้จัดตั้งประชาคมอาเซียน ภายในปี 2563 แต่ต่อมาได้ตกลงร่นระยะเวลาจัดตั้งให้เสร็จในปี 2558 ประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย 3 ประชาคมย่อย ซึ่งเปรียบเสมือนสามเสาหลักซึ่งเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ได้แก่

1) ประชาคมอาเซียนด้านการเมืองและความมั่นคง (ASEAN Political-Security Community) หรือ APSC มุ่งให้ประเทศในภูมิภาคอยู่ร่วมกันอย่างสันติ มีระบบแก้ไขความขัดแย้งระหว่างกันได้ด้วยดี มีเสถียรภาพอย่างรอบด้าน มีกรอบความร่วมมือ เพื่อรับมือกับภัยคุกคามความมั่นคงทั้งรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้ประชาชนมีความปลอดภัยและมีความมั่นคง

2) ประชาคมอาเซียนด้านเศรษฐกิจ (ASEAN Economic Community) หรือ AEC มุ่งให้เกิดการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจ และการอำนวยความสะดวกในการติดต่อค้าขายระหว่างกัน อันจะทำให้ภูมิภาคมีความเจริญมั่งคั่ง และสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ได้ เพื่อความอยู่ดีกินดีของประชาชนในประเทศอาเซียน

3) ประชาคมอาเซียนด้านสังคมและวัฒนธรรม (ASEAN Socio-Cultural Community) หรือ ASCC เพื่อให้ประชาชนแต่ละประเทศอาเซียนอยู่ร่วมกันภายใต้แนวคิดสังคมที่เอื้ออาทร มีสวัสดิการทางสังคมที่ดี และมีความมั่นคงทางสังคม (กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ, 2555) การศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ถือว่ามีความจำเป็นและความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะได้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพื่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้ตรงกับชนิดของสินค้าและบริการที่ต้องการ และได้ทราบถึงความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศที่อยู่ในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งเป็นประชาคมที่เกิดขึ้นใหม่ที่มีประชากรประมาณ 565 ล้านคน มีวงจรที่ใหญ่ทางเศรษฐกิจและเป็นการสร้างระบบเศรษฐกิจและสังคมที่แข็งแกร่งต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหา

ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีเนื้อหาสาระประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน 9 ประเทศ ได้แก่ เนการาบรูไนดารุสซาลาม ประเทศมาเลเซีย สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐสิงคโปร์ ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และองค์ประกอบของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนด พื้นที่สำหรับทำการศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร และท่าอากาศยาน 2 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาหรือสัญชาติอยู่ในประเทศกลุ่มอาเซียน ประเทศใดประเทศหนึ่งดังต่อไปนี้ เนการาบรูไนดารุสซาลาม ประเทศมาเลเซีย สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐสิงคโปร์ ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐฟิลิปปินส์

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำ หรือ อาการที่แสดงออกทางการกระทำ ความคิดและความรู้สึก ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ท่องเที่ยวและพำนักในบริเวณกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน
2. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว นำไปใช้ในการพัฒนาในด้านของการท่องเที่ยวและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน ศึกษาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ประวัติและพัฒนาการของอาเซียน
2. แนวคิดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
4. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติ
 - พฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาเซียน
 - พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเอเชีย
 - พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุโรป
5. รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของอาเซียน

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations หรือ ASEAN) ก่อตั้งขึ้นโดยปฏิญญากรุงเทพฯ (The Bangkok Declaration) เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 โดยสมาชิกผู้ก่อตั้งมี 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ซึ่งผู้แทนทั้ง 5 ประเทศ ประกอบด้วย นายอาดัม มาลิก (รัฐมนตรีต่างประเทศอินโดนีเซีย) ตุน อับดุล ราชัก บิน ฮุสเซน (รองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีกลาโหมและรัฐมนตรีกระทรวงพัฒนาการแห่งชาติมาเลเซีย) นายนาซิโซ รามอส (รัฐมนตรีต่างประเทศฟิลิปปินส์) นายเอส ราชารัตนัม (รัฐมนตรีต่างประเทศสิงคโปร์) และพันเอก (พิเศษ) ถนัด คอมันตร์ (รัฐมนตรีต่างประเทศไทย) ในเวลาต่อมา ได้มีประเทศต่างๆ เข้าเป็นสมาชิกเพิ่มเติม ได้แก่ บรูไนดารุสซาลาม (เป็นสมาชิกเมื่อ 7 มกราคม 2527) เวียดนาม (วันที่ 28 กรกฎาคม 2538) ลาว และพม่า (วันที่ 23 กรกฎาคม 2540) และกัมพูชา (เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2542) ตามลำดับ จากการรับกัมพูชาเข้าเป็นสมาชิก ทำให้อาเซียนมีสมาชิกครบ 10 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ, 2555)

อาเซียนก่อตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมความร่วมมือทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ส่งเสริมสันติภาพและความมั่นคงของภูมิภาค ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับต่างประเทศและองค์การระหว่างประเทศ สัญลักษณ์ของอาเซียน คือ รูปวงข้าวสีเหลืองบนพื้นสีแดง ล้อมรอบด้วยวงกลมสีขาวและสีน้ำเงิน วงข้าว 10 ต้น หมายถึง ประเทศสมาชิก 10 ประเทศ สีเหลือง หมายถึง ความเจริญรุ่งเรือง สีแดง หมายถึง ความกล้าหาญและการมีพลวัติ สีขาว หมายถึง ความบริสุทธิ์ และ

สีน้ำเงิน หมายถึง สันติภาพและความมั่นคง (กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ, 2555) ซึ่งนโยบายการดำเนินงานของอาเซียนจะเป็นผลจากการประชุมหารือในระดับหัวหน้ารัฐบาล ระดับรัฐมนตรี และเจ้าหน้าที่อาวุโสอาเซียน ทั้งนี้การประชุมสุดยอด (ASEAN Summit) หรือ การประชุมของผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียน เป็นการประชุมระดับสูงสุด เพื่อกำหนดแนวนโยบายในภาพรวม และเป็นโอกาสที่ประเทศสมาชิกจะได้ร่วมกันประกาศเป้าหมายและแผนงานของอาเซียนในระยะยาว ซึ่งจะปรากฏเป็นเอกสารในรูปแบบต่างๆ อาทิ แผนปฏิบัติการ (Action Plan) แถลงการณ์ร่วม (Joint Declaration) ปฏิญญา (Declaration) ความตกลง (Agreement) หรืออนุสัญญา (Convention) ส่วนการประชุมในระดับรัฐมนตรีและเจ้าหน้าที่อาวุโสจะเป็นการประชุมเพื่อพิจารณาทั้งนโยบายในภาพรวมและนโยบายเฉพาะด้าน

ด้านการเมืองและความมั่นคง อาเซียนได้จัดทำปฏิญญากำหนดให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นเขตแห่งสันติภาพ เสรีภาพและความเป็นกลาง (Zone of Peace, Freedom and Neutrality-ZOPFAN) ในปี 2514 จัดทำสนธิสัญญามิตรภาพและความร่วมมือในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Treaty on the Southeast Asian Nuclear Weapon-Free Zone-SEANWFZ) ในปี 2538 รวมทั้งได้ริเริ่มการประชุมอาเซียน ว่าด้วยความร่วมมือด้านการเมืองและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก (ASEAN Regional Forum-ARF) ซึ่งไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมระดับรัฐมนตรีครั้งแรกเมื่อปี 2537

ด้านเศรษฐกิจอาเซียนได้ลงนามจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area-AFTA) ในปี 2535 เพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างกัน เพื่อช่วยส่งเสริมการค้าภายในอาเซียนให้มีปริมาณเพิ่มขึ้น ลดต้นทุนการผลิตสินค้า และดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ กับทั้งได้ขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจเพิ่มเติมเพื่อให้การรวมตัวทางเศรษฐกิจสมบูรณ์แบบและมีทิศทางชัดเจนด้วยการจัดตั้งเขตลงทุนอาเซียน (functional cooperation) ในประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ครอบคลุมในหลายด้าน เพื่อให้ประชาชน มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีและมีการพัฒนาในทุกด้าน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต

ด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community-ASCC) โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อสร้างประชาคมแห่งสังคมที่มีความเอื้ออาทรและแบ่งปัน แก่ไขผลกระทบต่อสังคมอันเนื่องมาจากการรวมตัวทางเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Development) โดยเน้นการศึกษาและการสร้างสังคมความรู้ ส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างทั่วถึง ส่งเสริมการจ้างงานที่เหมาะสม ส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศ และเสริมสร้างทักษะการประกอบการสำหรับสตรี เยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ ส่งเสริมการคุ้มครองและสวัสดิการสังคม (Social Welfare and Protection) โดยการลดความยากจน ส่งเสริมความมั่นคงด้านอาหาร การเข้าถึงบริการด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และปลอดภัยเสพติด ส่งเสริมสิทธิและความยุติธรรมทางสังคม (Social Justice and Rights) โดยเน้นการปกป้องผลประโยชน์ การรักษาสิทธิของประชาชน และส่งเสริมโอกาสอย่าง

เท่าเทียม การสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) โดยส่งเสริมสิ่งแวดล้อมสีเขียวและสะอาด การอนุรักษ์และปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและพลังงานและการส่งเสริมความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในภูมิภาค การสร้างอัตลักษณ์อาเซียน (Building an ASEAN Identity) โดยเน้นการสร้างความรู้สึกร่วมกัน และส่งเสริมความเป็นเอกภาพท่ามกลางความแตกต่างด้วยการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศสมาชิกเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา และอารยธรรม และการลดช่องว่างทางการพัฒนา (Narrowing the Development Gap) โดยเน้นการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมและเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิก

หน่วยงานที่ทำหน้าที่ประสานงานและติดตามผลการดำเนินงานในกรอบอาเซียน ประกอบด้วย 1) สำนักเลขาธิการอาเซียน (ASEAN Secretariat) ที่กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย เป็นศูนย์กลางในการติดต่อระหว่างประเทศสมาชิก โดยมีเลขาธิการอาเซียน (Secretary-General of ASEAN) เป็นหัวหน้าสำนักงาน ที่ผ่านมาผู้แทนจากประเทศไทย ดำรงตำแหน่งเลขาธิการอาเซียนแล้ว 2 ท่านคือ นายแผน วรรณเมธี ระหว่างปี 2527-2529 ดร.สุรินทร์ พิศสุวรรณ ระหว่างปี 2551-2555 2) สำนักงานเลขาธิการแห่งชาติ หรือ ASEAN National Secretariat เป็นหน่วยงานระดับกรมในกระทรวงการต่างประเทศของประเทศสมาชิกอาเซียน มีหน้าที่ประสานกิจการอาเซียนและติดตามผลการดำเนินงานในประเทศนั้น 3) สำหรับประเทศไทย หน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ และคณะกรรมการผู้แทนถาวรประจำอาเซียน (Committee of Permanent Representatives-CPR) ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนระดับเอกอัครราชทูตที่ได้รับการแต่งตั้งมาจากประเทศสมาชิก มีภารกิจในการสนับสนุนการทำงานของคณะมนตรีประชาคมอาเซียน และองค์กรระดับรัฐมนตรีอาเซียนเฉพาะสาขา รวมทั้งประสานงานกับสำนักเลขาธิการอาเซียนและสำนักเลขาธิการอาเซียนแห่งชาติ ตลอดจนดูแลความร่วมมือของอาเซียนกับหุ้นส่วนภายนอก ประเทศไทยได้แต่งตั้งเอกอัครราชทูตผู้แทนถาวรประจำอาเซียนและมีคณะผู้แทนถาวรไทยประจำอาเซียน ณ กรุงจาการ์ตา

ปัจจุบันท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ เกิดความท้าทายไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศสมาชิกเห็นพ้องกันถ้าความสำคัญของการมีความร่วมมืออย่างใกล้ชิดเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพในการร่วมมือกับปัญหาและความท้าทาย ตลอดจนเพื่อสร้างความแข็งแกร่งและอำนาจต่อรองให้กับประเทศสมาชิกผู้นำอาเซียนได้ลงนามร่วมกันในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมือในอาเซียน ฉบับที่ 2 (Declaration of ASEAN Concord II หรือ Bali Concord II) เพื่อประกาศจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ภายในปี 2563 (ค.ศ. 2020) โดยสนับสนุนการรวมตัวและความร่วมมืออย่างรอบด้าน โดยในด้านการเมืองให้จัดตั้ง “ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน” หรือ ASEAN Political-Security Community (APSC) ด้านเศรษฐกิจให้จัดตั้ง “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” หรือ ASEAN Economic Community (AEC) และด้านสังคมและวัฒนธรรม ให้จัดตั้ง “ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน” หรือ ASEAN Socio-Cultural Community (ASCC) ซึ่งต่อมา ผู้นำอาเซียนได้เห็นชอบให้เร่งรัดการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนให้เร็วขึ้นกว่าเดิมอีก 5 ปี คือภายในปี 2558 (ค.ศ.2015) ได้เล็งเห็นว่าสถานการณ์โลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อาเซียนจำเป็นต้องปรับตัว เพื่อให้สามารถจับบทบาทนำในการดำเนิน

ความสัมพันธ์ในภูมิภาคและตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง (กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ, 2555)

ประโยชน์จากการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน

1. อาเซียนเป็นกลไกสร้างพันธมิตร และความเป็นปึกแผ่น ตลอดจนเสถียรภาพและสันติภาพ ภายในภูมิภาค รวมทั้งช่วยระงับความขัดแย้งในภูมิภาค
2. อาเซียนเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของไทย และในปี พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวอาเซียนเดินทางมา ประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด
3. อาเซียนเป็นกรอบความร่วมมือเพื่อร่วมแก้ไขปัญหาความท้าทายทางเศรษฐกิจ เช่น การจัดตั้งระบบสำรองข้าวในกรอบอาเซียน+3 รวมทั้งปัญหาภัยคุกคามในรูปแบบใหม่ เช่น อาชญากรรมข้ามชาติ และการบริหารจัดการภัยพิบัติ
4. อาเซียนช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองแก่ไทยและอาเซียนในประชาคมโลก
5. พัฒนาศักยภาพและความพร้อมของประเทศสมาชิก และพัฒนาให้อาเซียนมีความรับผิดชอบ ต่อประชาชน สามารถตอบรับต่อความเปลี่ยนแปลงในโลก
6. พัฒนาอาเซียนให้เปิดกว้าง ส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศอื่นๆ

ประเด็นท้าทายต่อการสร้างประชาคมอาเซียน

1. ความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศาสนา และระดับการพัฒนา ซึ่งอาจนำไปสู่ความขัดแย้งด้าน สังคม
2. โครงสร้างสถาบันต่างๆ ของอาเซียนที่ยังไม่แข็งแกร่งนัก รวมทั้งการสนับสนุนจากประเทศ สมาชิกต่างๆ ในการจัดตั้งกองทุน หรือให้งบประมาณในการดำเนินกิจกรรมในระดับ Sectoral Bodies ตามมาตรการต่างๆ ในแผนงานของแต่ละประชาคมฯ ยังไม่เพียงพอ
3. ความล่าช้าของประเทศสมาชิกในการดำเนินการตามมาตรการและข้อตกลงต่างๆ ของอาเซียน
4. โครงสร้างความสัมพันธ์ในภูมิภาค
5. ผลกระทบทางลบของการเชื่อมโยงในภูมิภาค เช่น ปัญหาข้ามพรมแดนต่างๆ
6. การพัฒนาความรู้สึกเป็นพลเมืองอาเซียนร่วมกันผ่านการสร้างความตระหนักรู้ การมองข้าม ประวัติศาสตร์ที่ขัดแย้งกันและการพัฒนาอัตลักษณ์ร่วมโดยเคารพต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม ของอาเซียน (กระทรวงการต่างประเทศ, 2555)

คุณลักษณะของประชาคมอาเซียน

ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน

- ประชาคมที่มีกติกาและการพัฒนาค่านิยม และมีบรรทัดฐานร่วมกัน
- ภูมิภาคที่มีความเป็นเอกภาพ มีความสงบสุข ความแข็งแกร่ง พร้อมมีความรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหาความมั่นคงที่ครอบคลุมทุกมิติ
- ภูมิภาคที่มีพลวัต มองไปยังโลกภายนอกที่มีการรวมตัว และมีลักษณะของการพึ่งพาซึ่งกันและกันมากยิ่งขึ้น

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

- ตลาดและฐานการผลิตเดียว
- ภูมิภาคที่มีความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
- มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน
- รวมตัวอยู่ในเศรษฐกิจโลก

ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

- การพัฒนามนุษย์
- การให้ความคุ้มครองและสวัสดิการสังคม
- สิทธิและความยุติธรรมทางสังคม
- สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน
- การสร้างอัตลักษณ์
- ลดช่องว่างในการพัฒนา

(กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ, 2555)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของนักท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องโดยตรง หรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งขบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอน ดังนี้

1. การส่งเสริมทางการตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกสารข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวเหล่านั้น

2. ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวขึ้น ในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

3. สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจาก

ปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงหนีความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

4. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญเมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวมากขึ้น

5. การวางแผนการใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) เมื่อตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวที่ใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว โดยจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในสถานที่นั้นๆ

6. การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ก็จะต้องเตรียมตัวในเรื่องพาหนะเดินทาง และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว

7. การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยว จนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จ โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ อาจจะเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว

8. ประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว

9. ทักษะคิตของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวแล้วก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้

แนวคิดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร

ประการที่ 2 การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

ประการที่ 3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงรื่นรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ (World Tourism Organization : WTO)

การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนใน

ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่น เปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (Goeldner & Ritchie, 2006) การท่องเที่ยว เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมิได้ หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

(นิคม จารุณี, 2536) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

(นิตา ชัชกุล, 2557) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อยคือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการรับประทานอาหารนอกบ้าน

รูปแบบต่างๆ ของการท่องเที่ยว

ในประเทศต่างๆ ในปัจจุบันมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเลือกทำตามความสนใจ หรือตามแบบแผนชีวิต (Lifestyle) ของแต่ละคน รูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันสามารถแบ่งตามลำดับของการเกิด ตั้งแต่รูปแบบที่เก่าแก่ที่มีมาตั้งแต่ยุคอารยธรรมจนถึงรูปแบบที่เพิ่งปรากฏขึ้นหลังของศตวรรษที่ 20 รูปแบบของการท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่

การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เป็นรูปแบบหนึ่งที่เก่าแก่ เพราะมีมาตั้งแต่ในยุคโรมันโบราณก่อนคริสตกาลที่นักเดินทางออกเดินทางไปพักในบ้านของญาติหรือคนรู้จักที่อยู่ห่างไกล จนกระทั่งถึงในปัจจุบัน เช่น การเดินทางกลับมาเยี่ยมญาติมิตรของชาวอินเดียที่เดินทางไปทำงานในประเทศอังกฤษ ชาวฟิลิปปินส์ที่ทำงานเป็นแม่บ้านที่ฮ่องกง หรือแรงงานไทยที่เดินทางไปทำงานในประเทศต่างประเศ

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปดูไปชมวัฒนธรรมที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของตัวนักท่องเที่ยวเอง เช่น ชาวโรมันเดินทางไปชมสิ่งมหัศจรรย์ทั้ง 7 สิ่งของโลกในยุคก่อนคริสตกาล เช่น พีระมิดในดินแดนของอียิปต์ หรือเดินทางไปชมเทวสถานและรูปปั้นต่างๆ ในดินแดนของกรีก ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเดินทางไปประเทศจีนเพื่อชมกำแพงเมืองจีน ไปเยี่ยมชมเรือเพื่อชมปราสาทนครวัด ไปชมวัดและใส่บาตรข้าวเหนียวที่หลวงพระบางในประเทศลาว

การท่องเที่ยวแบบอิงศาสนา คือการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านจิตวิญญาณ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสุขทางด้านจิตใจ สำหรับชาวมุสลิม การเดินทางไปแสวงบุญที่นครเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย เป็นความปรารถนาขั้นสูงสุดสำหรับผู้ที่มีความพร้อมทั้งทางร่างกายและทางเศรษฐกิจ อย่างน้อยครั้งหนึ่งในชีวิตของชาวมุสลิมจะต้องหาโอกาสไปแสวงบุญที่นครศักดิ์สิทธิ์แห่งนี้ให้ได้ ในยุโรปยุคกลาง การเดินทางไปยังมหาวิหาร เช่น แคนเทอร์เบอรี มงต์แซงต์มิเชล หรือซานติอาโกเดอคอมโปสเทลลา เป็นกิจกรรมที่คนทุกฐานันดรกระทำร่วมกันได้ ในปัจจุบันการเดินทางไปทอดกฐินหรือไหว้พระ 9 วัด ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบอิงศาสนา

การท่องเที่ยวเพื่อติดต่อดูธุรกิจ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นตั้งแต่ในยุโรปในยุคกลาง คือ การเดินทางของพ่อค้าที่นำสินค้าจากยุโรปไปขายให้กับพ่อค้าในเอเชียไมเนอร์และจีน หลักฐานของการเดินทางเพื่อการติดต่อดูธุรกิจที่ยังหลงเหลืออยู่ในปัจจุบันคือเส้นทางสายไหมที่เชื่อมโยงยุโรปกับเอเชีย นักเดินทางประเภทพ่อค้าในยุคนั้นคือมาร์โคโพลโล ในปัจจุบันการเดินทางเพื่อการติดต่อดูธุรกิจมีหลายรูปแบบ เช่น การเดินทางไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การเดินทางเพื่อการแนะนำสินค้า การเดินทางเพื่อไปร่วมประชุมสัมมนาหรืออบรมทางด้านวิชาชีพ อาจกล่าวได้ว่าผู้ที่เดินทางไปร่วมประชุมยังศูนย์การประชุมต่างๆ คือนักท่องเที่ยวประเภทนี้

การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการเดินทางที่เกิดจากแรงจูงใจทางการเรียนรู้เป็นการเดินทางที่เกิดจากแรงจูงใจทางการเรียนรู้อะไรบางอย่างในรูปแบบนี้ได้เริ่มต้นในทวีปยุโรปในช่วงตอนปลายของยุคกลาง ซึ่งเกี่ยวกับการเดินทางของเด็กหนุ่มจากครอบครัวคนชั้นสูงในประเทศอังกฤษกับครูโดยมีรถม้าเป็นพาหนะเดินทางจากประเทศอังกฤษเข้าสู่ภูมิภาคยุโรป การเดินทางแบบนี้เรียกว่าแกรนด์ทัวร์ ครูที่เดินทางไปด้วยนี้จะสอนวิชาความรู้ที่นักเดินทางแบบแกรนด์ทัวร์ริสต์ ได้พบเห็นระหว่างการเดินทาง เช่น การผลิตน้ำประปาไปจนถึงเรื่องการแต่งงานและการหย่าร้าง ปัจจุบันการเดินทางไปต่างประเทศเพื่อศึกษาภาษาของประเทศนั้นในโรงเรียนสอนภาษา โดยพักอยู่กับครอบครัวเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้หลักการของภาษาและฝึกทักษะการฟังพูดอ่านเขียนในสถานการณ์ที่เป็นสถานที่จริง ก็จัดว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ตัวอย่างของการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ทางการศึกษามีให้เห็นในหลายประเทศ เช่น ในช่วงปิดภาคฤดูร้อน เด็กวัยรุ่นชาวไทยที่มีฐานะดีอาจเลือกเดินทางไปเรียนภาษาอังกฤษในประเทศอังกฤษ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ หรือสิงคโปร์ ชาวอังกฤษเดินทางไปเรียนภาษาฝรั่งเศสที่เมืองดอร์โดญ หรือเด็กนักเรียนจากประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรปเดินทางมาเรียนภาษาอังกฤษและทัศนศึกษาที่เมืองแคนเทอร์เบอรีในประเทศอังกฤษ

การท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงเริงรมย์ การเดินทางของนักเดินทางแบบแกรนด์ทัวร์ริสต์อาจมีแรงจูงใจหลักคือการศึกษาหาความรู้ การเดินทางไปเจอจากการค้าของนักธุรกิจจะมีแรงจูงใจหลักคือ การแนะนำสินค้าหรือซื้อขายสินค้า แต่แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวอาจจะมีแรงจูงใจหลายอย่างในการเดินทางแต่ละครั้ง เช่น ตอนกลางคืนนักเดินทางแบบแกรนด์ทัวร์ริสต์ที่เรียนรู้ว่าการต่างๆ ในตอนกลางวันอาจจะต้องการพักผ่อนหย่อนใจด้วยการดื่มกินและท่องเที่ยวยามราตรีในย่านมงต์มาร์ตของกรุงปารีส นักธุรกิจชาวญี่ปุ่นที่เสร็จสิ้นการเจรจาธุรกิจในตอนกลางวันจะไปรับประทานอาหารค่ำในร้านอาหารหรูที่ไหนสักแห่งหนึ่ง แล้วต่อด้วยการร้องเพลงคาราโอเกะหรืออาบอบนวดในสถานบริการย่านพัฒนาพงศ์ การท่องเที่ยวยามราตรีในสถานบันเทิงต่างๆ ที่มีการรับประทานอาหาร การดื่มสุรารเรียกว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงเริงรมย์ หรือ hedonistic tourism นักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวจากยุโรปที่เดินทางไปยังปราสาทนครวัด นครธม ในเสียมเรียบ จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แต่เมื่อนักท่องเที่ยวเหล่านี้เดินทางกลับเข้าสู่ประเทศไทย ทางอำเภอรัฐประเทศ แล้วเดินทางต่อไปยังเกาะพังเพื่อว่ายน้ำอาบแดดในตอนกลางวันและร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ในตอนกลางคืน พวกเขากำลังแสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความบันเทิงเริงรมย์ เราจะเห็นนักท่องเที่ยว

ประเภทนี้ได้ตามสถานบันเทิงยามราตรีในกรุงเทพมหานครได้ที่ย่านพัฒน์พงศ์ ย่านถนนข้าวสาร ซอย นานา ย่านป่าตองที่ภูเก็ต ย่านพญาไทในเมืองพญา เป็นต้น

การท่องเที่ยวเพื่อชมทิวทัศน์ การท่องเที่ยวรูปแบบนี้เริ่มเป็นที่นิยมในราวคริสต์ศตวรรษที่ 19 ในประเทศอังกฤษ หลังจากที่วงวรรณกรรมและศิลปินนักวาดภาพมีการแต่งโคลงกลอนและการ วาดภาพที่สื่อให้เห็นถึงความสวยงามของธรรมชาติในมุมมองต่างๆ กวีและศิลปินเหล่านี้สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ที่ได้อ่านบทโคลงกลอนที่ชมความงามของธรรมชาติและได้เห็นภาพวาดของศิลปิน ทำให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางไปชมสถานที่จริงให้ประจักษ์ด้วยตาของตนเอง หนึ่งในกวีที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วิลเลียม เวิร์ดสเวิร์ท (William Wordsworth) มีชีวิตอยู่ในช่วง ค.ศ. 1770-1850 เขาใช้เวลา เกือบตลอดชีวิตที่กราสเมียร์ (Grasmere) และรีดัล (Rydal) ซึ่งอยู่ในใจกลางแถบ Lake District ปัจจุบันบ้านที่เขาเคยอาศัยอยู่ที่เรียกว่า Dove Cottage ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของพิพิธภัณฑ์ เวิร์ดสเวิร์ทและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวชมความงามของทะเลสาบ Lake District (Swarbrooke, 1999) ในบทกวีที่เขาเขียนเกี่ยวกับธรรมชาติ เขาได้บรรยายให้ผู้อ่านมองเห็นถึง ความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติกับชีวิตมนุษย์ ในแง่ที่ว่า “ธรรมชาติสามารถมีอิทธิพลต่ออารมณ์และ จิตใจของมนุษย์” ศิลปินนักวาดภาพที่สร้างแรงบันดาลใจทางการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติคือ ศิลปินกลุ่มอิมเพรสชันนิสต์ (Impressionist) ในครึ่งหลังของศตวรรษที่ 19 ถึงต้นศตวรรษที่ 20 สถานที่ที่ปรากฏในภาพวาดของศิลปินเหล่านั้นบางคนได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมสถานที่จริงตามที่ปรากฏในรูปภาพ เช่น สวนของโคลด โมเนต์ (Claude Monet, ค.ศ. 1840-1926) และบ้านที่เขาเคยอยู่ที่จีแวร์นี (Giverny) นอกกรุงปารีส

การท่องเที่ยวเพื่อชมความงามของธรรมชาติเฟื่องฟูเป็นอย่างมากในศตวรรษที่ 19 ทั้งใน ยุโรปและสหรัฐอเมริกา แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวถือว่ามีความสวยงาม เช่น สถานที่แถบภูเขา แอลป์ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ทะเลสาบต่างๆ ทางตอนเหนือของอิตาลี ชายฝั่งทะเลของแคว้น บริตานีในประเทศฝรั่งเศส และมณฑลคอร์นวอลล์ (Cornwall) ของประเทศอังกฤษ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่จะเดินทางไปยัง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรค ฟันฟูสุขภาพ หรือเสริมความงาม การท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจอย่าง นี้นับย้อนหลังไปได้จนถึงศตวรรษที่ 16-17 ที่แพทย์ชาวอังกฤษได้ค้นพบว่าน้ำแร่จากแหล่งน้ำแร่ต่างๆ ในอังกฤษมีประสิทธิภาพในการรักษาโรคบางอย่างได้ ทำให้เกิดการก่อสร้างโรงพยาบาลที่ให้การ บำบัดรักษาผู้ป่วยด้วยน้ำแร่ขึ้นเช่นที่เมืองบาร ต่อมาก็มีความเชื่อใหม่เกิดขึ้นว่าน้ำทะเลสามารถบำบัด โรคได้ ทำให้ความนิยมเดินทางไปยังบ่อน้ำแร่ลดลง แต่ในหลายประเทศในยุโรป เช่น ประเทศเยอรมนีและอิตาลียังมีการบำบัดโรคด้วยน้ำแร่อยู่ ปัจจุบันหลายประเทศในเอเชีย พยายามจูงใจให้ นักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วยเดินทางมารักษาโรคจากแพทย์แผนปัจจุบันในโรงพยาบาล เพื่อนำเงินตรา ต่างประเทศเข้าสู่ประเทศของตน เช่น ประเทศอินเดีย สิงคโปร์ มาเลเซีย รวมถึงประเทศไทยด้วย การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพไม่ได้หมายความว่าเพียงแคการเดินทางไปต่างประเทศเพื่อการรักษาโรค เท่านั้น แต่ยังหมายความถึงการเดินทางไปเพื่อฟื้นฟูสุขภาพและการเสริมความงาม เช่น การลด น้ำหนักและการทำศัลยกรรมความงามด้วย รัฐเคราลา (Kerala) ประเทศอินเดีย ก็มีชื่อเสียงในด้าน

การบำบัดโรคและฟื้นฟูสุขภาพตามแผนอายุเวช ในรัฐนี้มีสถานบำบัดโรคและสถานที่ตากอากาศแบบสปาหลายแห่งที่ขยายแพ็คเกจการสร้างเสริมสุขภาพทั้งทางกายและทางจิตด้วยวิธีการแบบอายุเวช เช่น โยคะ การนั่งสมาธิ การบำบัดด้วยวิธีการทางธรรมชาติต่างๆ ซึ่งไม่ทำให้เกิดผลข้างเคียง

การท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างใหม่ เนื่องจากเพิ่งจะเกิดขึ้นในตอนปลายศตวรรษที่ 20 นี้เอง การท่องเที่ยวแบบนี้สะท้อนให้เห็นถึงแบบแผนชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ของคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจในเรื่องของกีฬาและการทำกิจกรรมที่ต้องใช้ทักษะทางด้านร่างกายเป็นส่วนใหญ่ การท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมมีขอบเขตที่กว้างขวางมาก แต่สามารถจัดเป็นหมวดหมู่ใหญ่ๆ ได้ดังต่อไปนี้

- ก. การท่องเที่ยวที่ต้องใช้การเคลื่อนไหวของร่างกายและความเข้มข้น เช่น การปีนหน้าผา (rock climbing) การกระโดดบันจี้จัมป์ (Bungy Jump) การโรยตัวลงมาจากหน้าผาด้วยเชือก (abseiling) การล่องแพยางในน้ำเชี่ยว (White Water Rafting)
- ข. กีฬาทางบก เช่น กอล์ฟ เทนนิส การขับรถโกคาร์ท สกี ซอร์บิง (Zorbing)
- ค. กีฬาทางน้ำ เช่น การดำน้ำ ทั้งน้ำลึกและน้ำตื้น การเล่นวินเซิร์ฟ การเล่นกระดานโต้คลื่น (Surfing) การเล่นเรือเจ็ตโบ๊ท (Jet Boat)

การท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมบางรูปแบบสวนทางกับหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เช่น กีฬา กอล์ฟ เป็นกีฬาที่ต้องใช้พื้นที่ทางธรรมชาติเป็นบริเวณกว้างและต้องใช้น้ำในปริมาณมากในการบำรุงรักษาสนามให้เขียวอยู่เสมอ ซึ่งเป็นการเบียดบังทรัพยากรน้ำจากเกษตรกร จึงไม่ยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม และการนำเข้าอุปกรณ์การเล่นจากต่างประเทศ จึงไม่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจ แต่รัฐบาลของหลายประเทศก็ต้องการสนับสนุนกีฬาประเภทนี้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูง จึงจัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวชั้นดี

การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมาใหม่เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรม เป็นตลาดกลุ่มเล็กๆ หรือ Niche Market เป็นกลุ่มตลาดที่มีความสนใจที่จะทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นพิเศษ ซึ่งแรงจูงใจที่จะทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจนี้อาจจะเป็นแรงจูงใจหลักตลอดระยะเวลาของการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนการทำอาหารไทย นักท่องเที่ยวที่ต้องการฝึกการนวดแผนไทย หรือเรียนการชกมวยไทย ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการฝึกทักษะที่ต้องการฝึก แต่ก็อาจจะหมายถึงความสนใจที่จะทำกิจกรรมเป็นระยะเวลาสั้นๆ ในขณะที่ท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนชายทะเลที่ภูเก็ต อาจจะแวะไปฝึกสมาธิในวัดป่าแห่งใดแห่งหนึ่งในจังหวัดกาญจนบุรี นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวแบบชมบ้านเมืองที่กรุงปารีส อาจจะปลีกเวลาอีก 1 วัน ไปชมพิพิธภัณฑ์ลูฟวร์อย่างละเอียด หรือนักท่องเที่ยวกำหนดโครงสร้างเรื่องเอาไว้ล่วงหน้าว่าในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งที่ 2 จะต้องไปชมปราสาทหินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ครบทุกแห่ง

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม ความหมายของพฤติกรรมที่มีผู้ศึกษาและให้คำนิยามความหมายของพฤติกรรมไว้ ดังนี้

(สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2529) พฤติกรรม หมายถึง ปฏิบัติทุกชนิดที่มนุษย์แสดงออกมาภายนอก พฤติกรรมภายในอาจมีสิ่งที่เป็นรูปธรรมนามธรรม เช่น ปฏิบัติของอวัยวะภายในร่างกาย ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ มักจะเป็นพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ชัด ส่วนพฤติกรรมภายนอก เป็นปฏิปฏิบัติที่คนเราแสดงออกมตลอดเวลาของการดำเนินชีวิตเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้ผู้อื่นมองเห็นทั้งจากวาจาและการกระทำ

(ธงชัย สันติวงษ์, 2535) พฤติกรรม เป็นกระบวนการต่างๆ ของตัวบุคคลที่ปฏิบัติต่อสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ภายนอก

(ชูดา จิตติพิทักษ์, 2525) พฤติกรรม คือ การกระทำของบุคคลไม่เฉพาะที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่รวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคล ไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น คุณค่า เจตคติ ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม เป็นต้น

(ปราโมชน์ รอดจรัส, 2555) ได้ให้ความหมายของคำว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของบุคคลที่แสดงออกมาในลักษณะหรือรูปแบบของความประพฤติ ทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัว ซึ่งบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นหรือตรวจสอบได้

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกในการท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถเลือกวิธีตลอดจนรายละเอียดในการให้บริการที่ดีและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวให้เป็นไปตามที่นักท่องเที่ยวได้คาดหวังไว้ก่อนหน้า โดยมิวัตถุประสงค์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการท่องเที่ยวซ้ำอีก การศึกษาพฤติกรรมโดยทั่วไปแล้วแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายในเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในตัวของแต่ละบุคคลที่คนภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้ เช่น นักศึกษาตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ภายหลังการสอบไล่ พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ได้แสดงออกมาให้ผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ เช่น นักศึกษาพูดชักชวนเพื่อนสนิทไปเที่ยวบ้านที่ต่างจังหวัด เป็นต้น

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตเห็นได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ

ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศ โดยการแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาให้นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลาอันเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศและสภาพแวดล้อม และก่อให้เกิดความสนใจและไม่ได้มีจุดประสงค์อื่น ซึ่งได้มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำนิยามหรือความหมายของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนี้

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุระและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

(ไพฑูริย์ พงศบุตร & วิลาสวงศ์ พงศบุตร, 2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

(สมบัติ กาญจนกิจ, 2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลา (Leisure time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่ง ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด โดยการให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เปี่ยมไมตรี ให้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

ประเภทของนักท่องเที่ยว

การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวของโคเฮน (Cohen)

โคเฮน (Cohen), 1972 เป็นนักสังคมวิทยาที่มีชื่อเสียง ได้จำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบมหาชนที่เป็นระบบ (The Organized Mass Tourism) คนประเภทนี้จะซื้อทัวร์แบบเหมา (Package Tour) ไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ตามโปรแกรมการเดินทางที่กำหนดไว้อย่างตายตัว มักจะไม่เดินทางไกลไปจากโรงแรมที่พักหรือจากชายหาด
2. นักท่องเที่ยวแบบมหาชนที่เดินทางตามลำพัง (The Individual Mass Tourist) ซื้อทัวร์เหมาที่มีลักษณะยืดหยุ่นกว่าพวกแรก เช่น ซื้อแพ็คเกจจตุรถ่วงเครื่องบินรวมคาร์ดเช่า (Fly - Drive Holiday) มักจะแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่เป็นครั้งคราว แต่ยังคงเลือกเส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว (Beaten Track) และใช้บริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับกันดีอยู่แล้ว
3. นักสำรวจ (The Explorer) จัดการและวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ชอบท่องเที่ยวในที่ที่ไม่ต้องเจอเจอกับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ตั้งใจว่าจะได้พบปะคลุกคลีกับคนในท้องถิ่น แต่ยังคงต้องการความสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง และต้องการความปลอดภัย
4. นักท่องเที่ยวแบบล่องลอย (The Drifter) เป็นพวกที่ต้องการได้รับการยอมรับจากคนในท้องถิ่น แม้แค่ชั่วคราวก็ยังดี นักท่องเที่ยวประเภทนี้ไม่มีการวางแผนการเดินทางไว้ล่วงหน้า มักจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักอย่างปุบปับ และจะพยายามอย่างที่สุดที่จะหลีกเลี่ยงอะไรก็ตามที่ทำให้รำคาญสำหรับนักท่องเที่ยว

โคเฮน ได้จำแนกนักท่องเที่ยวประเภทที่ 1 และ ประเภทที่ 2 ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นสถาบัน (Institutionalized Tourists) และประเภทที่ 3 และ 4 ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่เป็นสถาบัน (Non- Institutionalized Tourists) 2 พวกหลังนี้มักจะเป็นนักท่องเที่ยวผู้บุกเบิกแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยว 2 พวกแรกจะตามมาเที่ยวในภายหลังเมื่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความสะดวกสบายมากขึ้นและไม่ต้องผจญภัยมาก เพราะมีการพัฒนามากขึ้นและมีโครงสร้างพื้นฐานครบครัน

การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวของโคเฮน (ค.ศ. 1979)

โคเฮน (Cohen) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่งใน ค.ศ. 1979 ซึ่งเป็นการจำแนกเป็นครั้งที่ 2 ในคราวนี้ได้จำแนกนักท่องเที่ยวโดยใช้ระดับของประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการจะได้รับ

1. นักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreational Tourist) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียด ไม่ได้ต้องการประสบการณ์การเรียนรู้ใดๆ จากการท่องเที่ยว
2. นักท่องเที่ยวที่ต้องการสิ่งแปลกใหม่ (Diversionary Tourist) เป็นพวกที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากความจำเจ ต้องการลิ้มความน่าเบื่อหน่ายที่เห็นอยู่เป็นประจำ ไม่สนใจในประสบการณ์
3. นักท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ (Experiential Tourist) เป็นพวกที่ต้องการได้รับประสบการณ์ที่เป็นของแท้ เป็นประสบการณ์จากการได้เห็น ได้ดู ได้สัมผัสสิ่งแปลกใหม่ในแหล่งท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวที่ชอบทดลอง (Experimental Tourist) เป็นพวกที่ต้องการเข้าไปสัมผัสชีวิตของคนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมในกิจกรรมของคนในสังคมอื่นที่มีความเป็นอยู่อย่างแท้จริง เช่น ร่วมงานประเพณี เรียนรู้การทำอาหาร เรียนรู้การชกมวยไทย ร่วมตักบาตร
5. นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าไปใช้ชีวิตอยู่ (Existential Tourist) เป็นพวกที่ต้องการเข้าไปฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของสังคมที่พวกเขาเข้าไปท่องเที่ยว ทำตัวเหมือนกับคนในพื้นที่ ไม่สนใจสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น พักในโฮมสเตย์ในหมู่บ้านชาวเขา

การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวของ พลอค (Plog)

พลอค (Plog) อังไน (Swarbrooke&Horner, 1999) พยายามเชื่อมโยงลักษณะบุคลิกภาพเข้ากับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ขั้ว ขั้วหนึ่งเรียกว่า Psychocentrics อีกขั้วหนึ่งเรียกว่า Allocentrics พวกแรกชอบผจญภัยน้อยกว่าพวกหลัง และเป็นพวกมองเข้าหาตนเอง (Inward-Looking People) พวก Psychocentrics ชอบทำอะไรก็ตามที่ตัวเองคุ้นเคยดีอยู่แล้ว และชอบแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมกันดีอยู่แล้ว ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่เป็นชาวนิวยอร์กที่เป็นนักท่องเที่ยวประเภท Psychocentrics จะเลือกไปเที่ยวในแหล่งที่คุ้นเคย เช่น ลอนดอน ปารีส ในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวประเภท Allocentrics เป็นพวกที่มองออกไปข้างนอก (Outward-Looking People) ซึ่งเป็นพวกที่ชอบความเสี่ยงและชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ชอบแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และชอบการเดินทางตามลำพัง พวก Allocentrics จะเลือกไปไกลถึง

ทวีปแอฟริกา ในระหว่าง 2 ชั่วโมงที่ต่างกันสุดโต่งนี้ Plog ยังแบ่งนักท่องเที่ยวที่อยู่กึ่งกลางระหว่าง 2 ชั่วโมงนี้ออกเป็นอีก 3 กลุ่มย่อยๆ

การจำแนกนักท่องเที่ยวของ เพอร์เรลต์ (Pereault) และ ดอร์เดน (Dorden)

การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวของ เพอร์เรลต์ และคณะ (Swarbrooke&Horner, 1999) เป็นผลจากการสำรวจตัวอย่างครัวเรือน 200 ตัวอย่าง และจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travellers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลาง ต้องการการท่องเที่ยวที่มีต้นทุนต่ำ
2. นักท่องเที่ยวประเภทชอบผจญภัย (Adventurous Tourist) เป็นพวกที่มีการศึกษาดี ฐานะดี ชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. นักท่องเที่ยวประเภทคนรักบ้าน (Homebody Tourist) เป็นพวกที่มีความรอบคอบ แต่ไม่ชอบพูดคุยหรือปรึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับคนอื่น ใช้เวลาในการเตรียมตัวเดินทางน้อย
4. พวกรักการท่องเที่ยว (Vacationers) เป็นกลุ่มเล็กที่ชอบใช้เวลาหมดไปกับการคิดเรื่องที่จะไปท่องเที่ยว เป็นพวกที่กระฉับกระเฉงตื่นตัวอยู่เสมอ แต่ทำงานมีรายได้ต่ำ
5. พวกสายกลาง (Moderates) มีความต้องการท่องเที่ยวสูง แต่ไม่สนใจที่จะท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดระยะสั้นๆ เช่น ช่วงสุดสัปดาห์ และไม่สนใจการเล่นกีฬา

การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวของ สทีน (Steen)

สทีน (Steen), 1988 ใช้ตัวแปร 2 ตัว คือ ตัวแปรระดับการบริโภค กับตัวแปรแนวโน้มที่จะทำงานหรือการพักผ่อน มาเป็นเกณฑ์ในการจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. พวกชอบสนุกหรือรักสนุก (The Hedonist) เน้นที่การพักผ่อนมากกว่าการทำงาน หาคความพึงพอใจจากการหาความสนุกสนานจากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ การทำงานเป็นเพียงวิธีการที่จะได้มาซึ่งการใช้โอกาสและใช้เวลาของความสนุกสนาน ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอย่างไม้อั้น
2. พวกนิเวศนิยม (The Ecological Person) มุ่งความสนุกสนานจากการท่องเที่ยวมากกว่าการทำงาน มีความสุขกับการที่ได้ท่องเที่ยวไปในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ หาประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ที่ไม่ต้องแลกด้วยเงิน ใช้พาหนะในการเดินทางแบบธรรมดาๆ วันหยุดไม่ใช่วันแห่งการบริโภคไม่รู้สึว่าตัวเองเป็นเหมือนกับนักท่องเที่ยวทั่วไป
3. กลุ่มจริยธรรมโปรเตสแตนต์ (The Protestant Ethics) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ ถือว่า วันหยุดและการพักผ่อนเป็นการเสียเวลา จะเที่ยวเฉพาะเมื่อมีความกดดันจากสภาพแวดล้อม ถือว่าการบริโภคเป็นความชั่วร้ายที่จำเป็น (Necessary Evil) จะพักผ่อนในรูปแบบที่มีราคาถูกที่สุด เนื่องจากคนกลุ่มนี้ยึดถือค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับการทำงาน การให้ความสำคัญกับเวลา การเห็นคุณค่าของเวลาตามหลักจริยธรรมของชาวโปรเตสแตนต์
4. พวกประโยชน์นิยม (The Utilitarian) ต้องการคุณค่าในทางปฏิบัติจากวันหยุด ต้องการ

ประโยชน์มากที่สุดจากวันหยุดตามมูลค่าที่ใช้จ่ายไป มีเวลาไม่มากสำหรับวันหยุด จึงต้องการใช้วันหยุดอย่างคุ้มค่าที่สุด ก่อนการซื้อจะมีการเปรียบเทียบด้วยหลักของเหตุและผลเพื่อให้คุ้มกับเงินที่จ่ายไป

การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวของ ดาร์เลน (Dalen)

ดาร์เลน (Dalen), 1889 ได้ทำการสำรวจกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 3,000 กิจกรรมในประเทศนอร์เวย์ และพบว่าสามารถจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็น 4 กลุ่ม

1. กลุ่มวัตถุนิยมสมัยใหม่ (Modern Materialists) ต้องการอบแดดให้ผิวเป็นสีแทนเพื่อกลับมาอวดคนที่บ้านเมืองของตัวที่ไม่มีโอกาสไปเที่ยว ชอบงานปาร์ตี้ และชอบดื่มมากกว่าชอบรับประทานอาหาร แรงจูงใจที่สำคัญคือรักความสนุก (Hedonism)
2. กลุ่มอุดมคติสมัยใหม่ (Modern Idealists) แสวงหาความตื่นเต้น ความแปลกใหม่ ชอบสิ่งบันเทิง แต่ทั้งความตื่นเต้นและความบันเทิงต้องเป็นสิ่งที่ประเทืองปัญญา (Intellectual) มากกว่าพวกวัตถุนิยมสมัยใหม่ พวกอุดมคติสมัยใหม่ไม่ชอบการท่องเที่ยวแบบมหาชนหรือรายการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ตายตัว
3. กลุ่มอุดมคติหัวเก่า (Traditional Idealists) ต้องการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สนใจวัฒนธรรม สถานที่ที่มีชื่อเสียง ความสงบและความปลอดภัย การที่จะให้กลุ่มนี้พึงพอใจจะต้องทำให้กลุ่มมั่นใจว่าการเดินทางของเขาจะได้รับความปลอดภัย
4. กลุ่มวัตถุนิยมหัวเก่า (Traditional Materialists) มักจะชอบการท่องเที่ยวราคาต่ำ และต้องการซื้อทัวร์ที่มีการลดแลกแจกแถม และเป็นกลุ่มที่มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างยิ่ง

การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวของ อเมริกัน เอ็กซ์เพรส (American Express)

อเมริกัน เอ็กซ์เพรส (American Express), 1889 ได้จ้างให้บริษัท Gallup ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 6,500 ตัวอย่าง ในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนีตะวันตก และญี่ปุ่น หลังการสำรวจได้ค้นพบนักท่องเที่ยว 5 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. พวกชอบผจญภัย (Adventurous) รักความอิสระ มีความมั่นใจ และชอบลองกิจกรรมใหม่ๆ
2. พวกวิตกกังวล (Worriers) มักจะมีความกังวลและความเครียดจากการเดินทาง กังวลเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยระหว่างการเดินทาง กังวลเกี่ยวกับที่พัก กังวลเกี่ยวกับอาหาร
3. พวกช่างฝัน (Dreamers) เป็นพวกหลงใหลในการท่องเที่ยว ชอบอ่านหนังสือเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยว ชอบพูดคุยเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวของตัวเองและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
4. พวกชอบความประหยัด (Economizers) เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการพักผ่อนธรรมดาๆ ไม่ใช่ส่วนสำคัญของชีวิต ต้องการเที่ยวในราคาที่ถูกลงที่สุด
5. พวกชอบให้คนเอาใจ (Indulgents) ชอบได้รับการดูแลประคบประหงมขณะที่ท่องเที่ยว

การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวของ สมิธ (Smith)

สมิธ (Smith), 1989 ได้ทำการจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภทดังต่อไปนี้

1. นักสำรวจ (Explorers) เป็นนักเดินทางกลุ่มเล็กๆ เดินทางในลักษณะของนักมานุษยวิทยา
2. นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์สูง (Elite Tourists) นักท่องเที่ยวที่เดินทางบ่อย มีประสบการณ์มาก ชอบซื้อทัวร์ที่จัดขึ้นเป็นพิเศษตามความต้องการของตัวเองแม้จะมีราคาแพงก็ตาม
3. พวกเขาชอบหาเส้นทางใหม่ (Off - Beat Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหลีกเลี่ยงไม่ยอมพบเจอนักท่องเที่ยวคนอื่น ไม่ชอบท่องเที่ยวซ้ำเส้นทางกับนักท่องเที่ยวอื่น
4. พวกเขาแหกคอก (Unusual Tourists) มักแยกตัวจากกลุ่มทัวร์ออกไปเที่ยวเองเพื่อสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวมหาชนระยะเริ่มแรก (Incipient Mass Tourists) เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาแล้ว แต่การท่องเที่ยวยังไม่เติบโตดี
6. นักท่องเที่ยวแบบมหาชน (Mass Tourists) คาดหวังว่าจะได้รับบริการต่างๆ เช่นเดียวกันกับที่ได้รับที่บ้าน ต้องการความสะดวกสบายขณะท่องเที่ยว
7. นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยเครื่องบินแบบเช่าเหมาลำ (Charter Tourists) ไม่มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวหรือมีแต่น้อยมาก สนใจในสิ่งบันเทิง ที่พักและอาหารที่ได้มาตรฐาน

การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวของ วิคเคนส์ (Wickens)

จากการสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวในคาบสมุทรซาลากิดี (Chalkidiki) ในประเทศกรีซ วิคเคนส์ อังใน (Seaton, 1994) ใช้หลักการของ Cohen ทำการจำแนกนักท่องเที่ยวที่นั่นออกเป็น 5 กลุ่ม

1. นักท่องเที่ยวที่สนใจแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage Tourists) สนใจในธรรมชาติที่สวยงาม สนใจประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของกรีซ ต้องการสัมผัสกับชีวิตในหมู่บ้านกรีกแบบดั้งเดิมตามที่แสดงให้เห็นในแผ่นพับของบริษัททัวร์ พักในที่พักรีสอร์ทชายทะเล นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ประกอบด้วยกลุ่มครอบครัวและนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ
2. นักท่องเที่ยวที่ชอบชีวิตสังคม (Ravers) ชอบชีวิตยามราตรี ชอบการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายถูก ชอบดื่มสุรา ชอบอาบแดดและว่ายน้ำตอนกลางวัน ชอบไปเที่ยวคลับบาร์ตอนกลางคืน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายวัยหนุ่ม
3. นักท่องเที่ยวประเภทเซอร์ลีวาเลนไทน์ (Shirley Valentine) นักท่องเที่ยวหญิงที่เดินทางด้วยกัน 2-3 คน หวังว่าจะได้พบรักและหาความสุขทางเพศกับชายหนุ่มกรีก เดินทางเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจในครอบครัว Wickens เรียกชื่อนักท่องเที่ยวประเภทนี้ตามชื่อตัวละครหลักจากภาพยนตร์เรื่อง Shirley Valentine เกี่ยวกับแม่บ้านชาวเมืองลิเวอร์พูลที่เบื่อหน่ายกับความจำเจในชีวิตประจำวัน จึงตัดสินใจไปท่องเที่ยวกรีซตามลำพัง เพื่อทำสิ่งที่เธออยากทำมานานคือการนั่งจิบไวน์ชายทะเล
4. นักท่องเที่ยวประเภทเฮลิโอส (Helioatrous Tourist) สนใจเฉพาะการอาบแดดอย่างเดียว ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กลางแจ้ง

5. นักท่องเที่ยวประเภทลอร์ดไบรอน (Lord Byrons) เป็นพวกที่กลับมาเที่ยวที่เดิมซ้ำแล้วซ้ำอีก พักที่เดิม ห้องเดิม หลงใหลในประเทศกรีซ ชอบวิถีชีวิตที่ผ่อนคลาย ต้องการรับการปฏิบัติดูแลในฐานะที่เป็นแขก ไม่ใช่เป็นนักท่องเที่ยว อยากเห็นของเดิมๆ จะรู้สึกเสียใจเมื่อเห็นความเปลี่ยนแปลงของประเทศกรีซไปเป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบมหาชน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

1. เนการาบรูไนดารุสซาลาม

การตัดสินใจซื้อสินค้า : ชาวบรูไนมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง และนิยมสินค้าแบรนด์เนม สินค้าหรูหรามูลค่าสูง และสินค้าฟุ่มเฟือย รวมทั้งให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้ามาก

รสนิยม : ชาวบรูไนมีข้อจำกัดจากทางด้านวัฒนธรรมและมีกฎระเบียบรวมถึงข้อห้ามที่เคร่งครัด ขณะเดียวกันมีรสนิยมที่ค่อนข้างทันสมัยและอิงสไตล์ตะวันตก

การบริโภค : พฤติกรรมการบริโภคสินค้าอาหารค่อนข้างใกล้เคียงกับมาเลเซีย โดยนิยมอาหารฮาลาล ตามการยึดถือศาสนาอิสลาม ชาวบรูไนค่อนข้างเชื่อถือคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะสินค้าอาหาร จากสิงคโปร์และมาเลเซีย

2. ประเทศมาเลเซีย

การตัดสินใจซื้อ : ชาวมาเลเซียมีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าที่อำนวยความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน สินค้าฟุ่มเฟือยและสินค้าหรูหรามากขึ้น ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นค่อนข้างให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ สะท้อนจากการใช้จ่ายสินค้าไอทีที่มากเป็นอันดับแรกเมื่อเทียบกับการใช้จ่ายด้านอาหารและการพักผ่อนอื่นๆ

รสนิยม : ผู้บริโภคมาเลเซียมีรสนิยมค่อนข้างหลากหลายตามกลุ่มเชื้อชาติ แต่กลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงและรายได้สูงมักมี รสนิยมอิงสไตล์ตะวันตก

การบริโภค : ผู้บริโภคมาเลเซียนิยมบริโภคอาหารสด ขณะที่อาหารแปรรูปและอาหารบรรจุถุง มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นจากความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน และ ชาวมาเลเซียรับประทานอาหารเช้าวันละ 3 ครั้ง และระหว่างวันจะมีช่วงพักดื่มน้ำชา และนิยมทานขนมขบเคี้ยว/บิสกิตเป็นอาหารว่างควบคู่ไปด้วย อีกทั้งชาวมาเลเซียในวัยแรงงานนิยมบริโภคสินค้า Functional Food เช่น เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ/ให้พลังงาน

3. สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

การตัดสินใจซื้อ : ชาวอินโดนีเซียยังมีช่องว่างทางรายได้ค่อนข้างสูง และผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังค่อนข้างอ่อนไหวกับราคาสินค้า ทำให้ไม่ค่อยนิยมสินค้านำเข้าที่ราคาแพงหรือสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ราคาสูง

รสนิยม : ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไปนิยมบริโภคสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งสินค้านำเข้าจากเอเชียและประเทศตะวันตก

การบริโภค : ชาวอินโดนีเซียมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอาหารค่อนข้างสูง ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 51 ของรายได้ทั้งหมด ชาวอินโดนีเซียนิยมใช้เวลาพักผ่อนร่วมกับเพื่อนและครอบครัวโดยการออกมารับประทานอาหารนอกบ้าน ส่วนพฤติกรรมการซื้อสินค้าอาหารเปลี่ยนจากซื้อวันต่อวันมานิยมซื้ออาหารสำเร็จรูป อาหารพร้อมปรุง และอาหารพร้อมรับประทาน ที่เก็บไว้ได้นานขึ้น ขณะที่สินค้า กลุ่ม Cereal ยังเป็น อาหารหลักสำหรับทุกกลุ่มรายได้ นอกจากนี้ยังนิยมอาหารรสจัด และมีแนวโน้มใส่ใจกับการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น

4. สาธารณรัฐสิงคโปร์

การตัดสินใจซื้อ : ด้วยกำลังซื้อที่ค่อนข้างสูง ทำให้ชาวสิงคโปร์มักนิยมเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนม เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพค่อนข้างสูง

รสนิยม : วัฒนธรรมไลฟ์สไตล์ทางตะวันตกมีอิทธิพลมากในสังคมสิงคโปร์ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น นอกจากนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคยังอ่อนไหวต่อกระแสนิยมและแฟชั่นในตลาดโลกสูง จนได้ชื่อว่าเป็นตลาดแฟชั่นที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

การบริโภค : ชาวสิงคโปร์ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมาก และนิยมทานอาหารเสริมเพื่อบำรุงร่างกาย นอกจากนี้ ผู้มีรายได้และมีระดับการศึกษาสูงจะนิยมบริโภคอาหารออร์แกนิกมากขึ้น

5. สาธารณรัฐฟิลิปปินส์

การตัดสินใจซื้อ : แม้ปัจจุบันกระแสไอทีได้เข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมโลกมากขึ้น แต่ชาวฟิลิปปินส์ไม่นิยมการซื้อสินค้าออนไลน์ แต่นิยมเดินเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง (ยกเว้นสินค้ากลุ่มสื่อบันเทิง) นอกจากนี้ ชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ไม่ค่อยยึดติดกับสินค้าแบรนด์เนม แต่นิยมสินค้า Private Label มากกว่า

รสนิยม : มีรสนิยมค่อนข้างหลากหลาย โดยทั่วไปเน้นความเรียบง่าย สะดวกและเหมาะสมกับระดับรายได้

การบริโภค : ชาวฟิลิปปินส์ใส่ใจกับการดูแลสุขภาพ และการดูแลสุขภาพและความสวยงามและผิวพรรณค่อนข้างผูกพันกับตราสินค้าเดิมที่เคยใช้และไม่เปลี่ยนตราสินค้าบ่อย นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านเป็นหลัก เช่นเดียวกับผู้บริโภคในประเทศอาเซียนอื่นที่มีรายได้สูงขึ้น ชาวฟิลิปปินส์นิยมซื้อสินค้าที่อำนวยความสะดวกสบายมากขึ้น โดยเฉพาะรถยนต์และอุปกรณ์มือถือ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวเอเชีย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน

(เลิศพร ภาระสกุล, 2555) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนไว้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากเป็นอันดับสองรองจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ในปี พ.ศ. 2553

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนพำนักอยู่ในประเทศไทยโดยเฉลี่ย 6 วัน
2. ชาวจีนส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ๆ
3. ชอบใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว
4. ไม่ค่อยชอบกิจกรรมที่ตื่นเต้นท้าทายมากนัก เนื่องจากพวกเขาจะกังวลเรื่องความปลอดภัยมาก
5. กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลอย่างมากในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน
6. ชาวจีนจะเลือกเที่ยวไปในสถานที่ที่กลุ่มอ้างอิงของพวกเขาเห็นว่าดี
7. มีแนวโน้มที่จะไม่ร้องทุกข์เมื่อได้รับบริการที่ไม่ดี เนื่องจากพวกเขามองว่าการแสดงอารมณ์ต่างๆ ด้านลบต่อหน้าผู้อื่น
8. นักท่องเที่ยวชาวจีนมักจะนิยมยืนใกล้ๆ กับคู่สนทนา โดยจะเว้นระยะห่างไม่เกิน 1.5-2 ฟุต
9. การจับเนื้อต้องตัวถือเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มีความสำคัญ

1. ในปี พ.ศ. 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาเยือนประเทศไทยมากถึง 993,674 คน (www.tourism.go.th) โดยนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพำนักอยู่ในประเทศไทยโดยเฉลี่ยประมาณ 7 วัน (www.2.tat.or.th)
2. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะใช้เวลาค่อนข้างนานในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว
3. มีการคิดวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของสถานที่แต่ละแห่งโดยละเอียด ที่สำคัญจะมีการคำนวณค่าใช้จ่ายโดยละเอียด เพื่อป้องกันปัญหาค่าใช้จ่ายบานปลาย และทุกคนในครอบครัวจะมีส่วนร่วมในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว
4. โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเชื่อถือข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวและจากคำบอกเล่าต่อของญาติมิตร
5. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นค่อนข้างจะห่วงเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างมาก จึงไม่ค่อยชอบกิจกรรมที่มีความท้าทายหรือการผจญภัย
6. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมใช้บริการแพ็คเกจทัวร์ เนื่องจากพวกเขาจะรู้สึกอุ่นใจเมื่อเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะกับเพื่อนร่วมชาติมากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองเพียงลำพัง

7. การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะเลือกท่องเที่ยวไปยังประเทศที่มีระยะทางไม่ไกลจากประเทศบ้านเกิดของพวกเขามากนัก เนื่องจากพวกเขาชอบการเดินทางระยะสั้นๆ (Pizam, 1996)

8. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักจะใช้เงินจำนวนมากในการซื้อสินค้าที่ระลึก ทั้งนี้ผลการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นซื้อสินค้าที่ระลึกเป็นจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ โดยสินค้าที่ระลึกซื้อส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70) จะนำกลับไปเป็นของฝาก สาเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักจะทำให้ความสำคัญในการซื้อสินค้าที่ระลึกเป็นอย่างมาก เนื่องมาจากประเพณีที่เรียกว่า Omiyage เมื่อไปถึงสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็มักจะหาซื้อของที่ระลึกซึ่งมีราคาประมาณครึ่งหนึ่งของเงินที่ได้

9. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักไม่ค่อยต่อรองราคาสินค้า

10. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะมีความต้องการซื้อสินค้าที่ระลึกในร้านที่มีพนักงานคอยใส่ใจดูแลช่วยเหลือและคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าที่จะซื้อ

11. การห่อของขวัญถือเป็นเรื่องสำคัญมากในสังคมญี่ปุ่น

12. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นค่อนข้างจะมีนิสัยที่สุภาพ พวกเขามักจะปฏิบัติกับพนักงานบริการอย่างให้เกียรติ ทำตามคำแนะนำของพนักงาน พุดขอบคุณเมื่อได้รับความช่วยเหลือจากพนักงานบริการและไม่ค่อยแสดงอารมณ์โกรธแม้ได้รับการบริการที่ไม่ดี (Harrington 1988; Kim & Prideaux 2003)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน

นักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน ถือได้ว่าเป็นตลาดหลักของนักท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียตะวันออก เพราะเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจมั่นคง นักท่องเที่ยวค่อนข้างมีระเบียบวินัย เน้นคุณภาพและมาตรฐานในการนำเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก (First visit) โดยเดินทางมาเป็นกลุ่ม อายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 35-44 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย ผู้ใช้แรงงาน นักวิชาชีพ และผู้สูงอายุ ตามลำดับ (<http://www.2.tat.or.th>)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวจากประเทศในเอเชียใต้อื่นๆ

1. นักท่องเที่ยวชาวอินเดียพำนักอยู่ในประเทศไทยโดยเฉลี่ยประมาณ 7 วัน (<http://www.2.tat.or.th>)

2. นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศสูงมากติดอันดับ 24 ของโลก

3. นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ได้แก่ สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร มาเลเซีย ทุไบ ไทย และ สหรัฐอเมริกา

4. การเที่ยวชมทิวทัศน์และการซื้อของ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความละเอียดลออในทุกๆ เรื่อง

5. ในเรื่องอาหารการกินของคนอินเดีย จะมีความละเอียดมาก จนบางครั้งอาจถูกมองว่าเป็นคนที่จู้จี้

6. นักท่องเที่ยวชาวอินเดียไม่ยอมปฏิเสธใคร พวกเขาจะไม่แสดงออกทั้งทางคำพูดและท่าทาง

7. ข้อควรระวังในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย คือ ไม่ควรยื่นใกล้ชาวอินเดียมาก

เกินไป และไม่ชอบให้คนแปลกหน้าเรียกตนด้วยชื่อ และการแตะผู้อื่น ส่งเงิน หรือยื่นของ ควรใช้มือขวา (www.kwintessential.co.uk)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวยุโรป

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยในปี พ.ศ. 2553 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร เดินทางเข้ามาถึง 810,727 คน (www.tourism.go.th) นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรพำนักอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ยโดยประมาณ 13 วัน (<http://www.2tat.or.th>)

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงมาก โดยพวกเขาจะมองว่าสัตว์เลี้ยงนั้นเป็นส่วนสำคัญในชีวิตและเหมือนกับเป็นสมาชิกคนหนึ่งของคนรอบครัว ดังนั้นจึงไม่แปลกที่จะเห็นพวกเขาพาสัตว์เลี้ยงไปด้วยแทนที่จะปล่อยสัตว์เลี้ยงเหล่านี้ให้อยู่ที่บ้าน จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้เกิดความต้องการที่จะพักในโรงแรมที่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าไปได้ด้วย (กิตติพันธุ์, 2551)

ข้อควรระวังในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ได้แก่

1. ควรสบตาในขณะที่ทักทายกัน แต่การสบตาเป็นเวลานานทำให้พวกเขารู้สึกไม่สะดวกใจ
2. ไม่ชอบให้ใครมาเลียนแบบสำเนียงภาษาอังกฤษของพวกเขา
3. การจับมือทักทาย ควรจับแบบหลวมๆ โดยที่ผู้หญิงมักจะเป็นฝ่ายยื่นมือให้จับก่อน
4. ควรใช้คำนำหน้าตามด้วยนามสกุล

(www.kwintessential.co.uk; www.ediplomat.com)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน

นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยมากเป็นอันดับสองรองจากนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร โดยในปี พ.ศ. 2553 นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน เดินทางเข้ามาถึง 606,874 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันพำนักอยู่ในประเทศไทยโดยเฉลี่ยประมาณ 15 วัน ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงอย่างมาก โดยพวกเขาจะค่อนข้างอ่อนไหวเกี่ยวกับเหตุการณ์สะเทือนขวัญที่เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์รุนแรงทางการเมืองหรือภัยพิบัติ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจึงเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่อายๆ ที่ตัดสินใจเดินทางกลับมาเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่เคยเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว (Ertuna & Z.I., 2009) การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจะขึ้นอยู่กับคุณภาพมากกว่าราคา โดยส่วนใหญ่พวกเขาจะเกิดความกังวลหากต้องซื้อสินค้าที่มีราคาถูกจนเกินไป เนื่องจากพวกเขามักจะไม่เชื่อว่าสินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพ ดังนั้นพวกเขาจะยอมจ่ายในราคาที่แพงเพื่อให้มั่นใจว่าได้สินค้าที่มีคุณภาพดีจริงๆ (บรรจง, 2549) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะนิยมพักในห้องเตียงคู่ที่มีหมอนใบใหญ่ๆ มักจะให้ความสำคัญในเรื่องของความตรงต่อเวลาและ

ความสะอาดเป็นอย่างมาก โดยพวกเขามีแนวโน้มที่จะร้องเรียน หากการบริการไม่เป็นไปอย่างที่คาดหวังไว้ (FlitzGerald, 2002)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส

นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากเป็นอันดับสี่ รองจากนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร เยอรมัน และรัสเซีย โดยในปี พ.ศ. 2553 นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยถึง 461,670 คน (www.tourism.go.th) นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสพำนักอยู่ในประเทศไทยโดยเฉลี่ยประมาณ 13 วัน (<http://www.2.tat.or.th>)

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นคนกล้าเสี่ยง ชอบกิจกรรมที่มีความท้าทาย นิยมเดินทางคนเดียวและมีแนวโน้มที่จะซื้อของที่ระลึกค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศอื่น (Pizam, 1996) นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสส่วนใหญ่ไม่ชอบให้คนแปลกหน้าเรียกพวกเขาด้วยชื่อหรือถามถึงอาชีพ (Schmidt et al, 2007) แต่พวกเขาจะพึงพอใจอย่างมากหากมีคนถามถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของชาติ เนื่องจากมีความภูมิใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของชาติเป็นอย่างมาก (MacFarlane, 2004) นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสนิยมดื่มไวน์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังมื้ออาหาร นิยมรับประทานอาหารในปริมาณที่น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน (Schmidt et al, 2007)

รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

(ธีรยุทธ เกียรติพิริยะวงศ์, 2529) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จากกลุ่มตัวอย่าง 137 คน พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มสัญชาติตะวันออกกลางมีค่าใช้จ่ายทางด้านอาหารสูงกว่านักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ รองลงมาได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกาและแคนาดา กลุ่มสัญชาติยุโรปและเอเชียแปซิฟิก ตามลำดับ สำหรับค่าใช้จ่ายในมื้อต่ำสุด ซึ่งจะบอกให้ทราบถึงรายได้ขั้นต่ำที่จะได้รับจากนักท่องเที่ยว นั้น พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มสัญชาติเอเชียและแปซิฟิก ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มสัญชาติตะวันออกกลาง มีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนเงินที่สูงที่สุด สำหรับการใช้บริการร้านอาหารตามโรงแรม นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกสัญชาติ จะใช้บริการร้านอาหารตามโรงแรมในอาหารมื้อเช้าเป็นส่วนใหญ่ ส่วนมื้ออื่นๆ กลุ่มสัญชาติอเมริกาและแคนาดาจะรับประทานอาหารในร้านอาหารไทยในมื้อกลางวันและมื้อเย็น อาหารที่ขอรับประทาน ได้แก่ อาหารไทย ปัจจัยที่มีส่วนทำให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง ได้แก่ รสชาติอาหาร การบริการ ความสะอาดของภาชนะเครื่องใช้ กลุ่มสัญชาติยุโรป อาหารมื้อกลางวันและอาหารมื้อเย็น จะมีผู้รับมาประทานอาหารตามร้านอาหารไทยเป็นจำนวนมาก โดยมีจำนวนมื้อเฉลี่ยสูงสุดในร้านอาหารประจำชาติ ปัจจัยที่ทำให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง ได้แก่ รสชาติอาหาร การบริการ ระดับราคา ความสะอาด กลุ่มสัญชาติตะวันออกกลาง อาหารมื้อกลางวันและอาหารมื้อเย็น จะรับประทานในร้านอาหารประจำชาติบ่อยครั้งที่สุด อาหารที่ขอรับประทาน ได้แก่ อาหารไทย ปัจจัยที่ทำให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง ได้แก่ รสชาติอาหาร การบริการ สุขอนามัย

ความสะอาดของเครื่องใช้ กลุ่มสัญชาติเอเชียและแปซิฟิกนั้น จะรับประทานอาหารมื้อกลางวันและมื้อเย็นในร้านอาหารไทย โดยอาหารไทยเป็นอาหารที่ชอบมากที่สุด ปัจจัยที่ทำให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง คือ รสชาติอาหาร ราคาอาหาร การบริการ บรรยากาศของร้านอาหาร ทางด้านข่าวสารที่เกี่ยวกับร้านอาหาร พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากพนักงานโรงแรมและเพื่อนฝูง มีส่วนน้อยที่ได้รับข่าวสารจากเอกสารจากต่างประเทศ ด้านราคา โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าราคาอาหารในประเทศไทยมีราคาที่เหมาะสมดีแล้ว

(รณพร แววกักดี, 2542) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์กรุงเทพมหานครในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในปี ค.ศ.1999 โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 400 คน จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และทัศนียภาพด้านการท่องเที่ยวในระดับมาก ส่วนด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและชีวิตกลางคืน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ด้านการคมนาคม ชาวเอเชียเนียบและอเมริกามีทัศนคติที่ไม่ดีนัก แต่ชาวเอเชียและชาวยุโรป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความปลอดภัย ชาวยุโรปมีความพึงพอใจในระดับต่ำมาก แต่ชาวเอเชียโอเชียเนียบและอเมริกา มีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงต่ำ ก่อนเดินทางมาเที่ยวกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจสูงในด้านอาหารไทย นิสัยคนไทย สำหรับทัศนคติด้านที่พักอาศัย ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ หลังจากการเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมาก ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ส่วนชาวอเมริกาและชาวโอเชียเนียบมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางถึงมากในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นและทัศนคติของชาวอเมริกาทั้งก่อนและหลัง ในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทัศนียภาพ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับสูงมากสรุปได้ว่า หลังจากเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในการเดินทางอยู่ในลำดับต้นๆ คือ แหล่งวัฒนธรรม นิสัยคนไทย อาหารไทย และการจับจ่ายสินค้า เป็นต้น

(ทศวรรณ วิพุททขมานนท์ 2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้มาเยือน พบว่า ส่วนใหญ่ผู้มาเยี่ยมเยือนเป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างเอกชน มีรายได้ 5,000-9,000 บาท ต่อเดือน มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเยี่ยมเยือนส่วนใหญ่เคยเดินทางมาชายหาดบางแสนแล้ว และเดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้มาท่องเที่ยว ทราบข้อมูลข่าวสารของหาดบางแสน จากหนังสือหรือนิตยสาร การเดินทางจะมากับเพื่อนด้วยรถยนต์ส่วนตัว และไม่ค้างคืน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยครั้งละ 500-999 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทาง และสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดคือ ความสะอาดของชายหาด ความไม่เหมาะสมของราคาอาหาร ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และผลจากการสอบถามความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว อายุและสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว

อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทาง อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้เดินทาง เพศมีความสัมพันธ์กับการพักค้างคืน เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการท่องเที่ยว

(สายใจ ตั้งวิริยะกุลชัย, 2546) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ ชาว ยุโรปในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวยุโรปในประเทศไทย และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวยุโรปในประเทศไทยตามสมมติฐานของการศึกษา ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ใช้วิธีตามสะดวก (Convenience) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพเป็นผู้เชี่ยวชาญ (หมอ, หนายความ) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ก่อนหักภาษีอยู่ในช่วง 35,001 เหรียญสหรัฐ หรือมากกว่าในส่วนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก โดยการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่ได้มากับกลุ่มทัวร์ นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาด้วยตัวเองและเดินทางมาเพื่อวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนเป็นวันหยุด ช่วงเวลาเดินทางเป็นวันหยุด การเดินทางมาครั้งนี้ได้รับสื่อมาจากการแนะนำจากผู้ที่เคยมาเยือนแล้ว กิจกรรมหลักคือ การเที่ยวชมทัศนียภาพ สถานที่ที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สถานที่ทางธรรมชาติ (ทะเล ป่าเขา) นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่พักแบบโรงแรม ด้วยปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ ราคา ประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อมากที่สุดคือ เสื้อผ้า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือราคา สถานที่รับประทาน อาหาร นักท่องเที่ยวใช้บริการมากที่สุดคือ ร้านอาหารทั่วไป ปัจจัยที่สำคัญที่สุด ในการเลือกใช้ บริการคือ รสชาติของอาหาร ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้ดีกว่าที่คาดไว้

(สุพัตรา อินตา, 2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษา พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ผ่านมา (2546) มีการท่องเที่ยวไทย 3-4 ครั้ง ใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ย 1-2 วัน ช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวคือ วันหยุดนักขัตฤกษ์และเทศกาลต่างๆ เดือนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เดือนเมษายน รองลงมาคือ เดือนธันวาคม และ เดือนมกราคม สถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบไปมากที่สุดคือ ทะเล และ เกาะ บุคคลที่ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวคือ เพื่อนและครอบครัว การเดินทางจะมีจำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทางครั้งละ 4-6 คน และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 1,000-3,000 บาท ด้านสถานที่รับประทานอาหารในระหว่างการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่ร้านข้าวแกงหรือร้านอาหารทั่วไปที่ตั้งอยู่บริเวณสถานที่นั้นๆ ด้านที่พัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกพักแรมที่รีสอร์ท หรือ บังกะโล ส่วนพาหนะหลักที่ใช้ในการท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนตัว

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่ง นักท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่มตามพฤติกรรมที่ค้นพบ นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมแตกต่างกันออกไป คือกลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ปัจจัยที่ทำให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เลือกจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง คือ ส่วนใหญ่ต้องการความเป็นส่วนตัว สามารถ

จัดการท่องเที่ยวเองได้ทั้งหมด และนักท่องเที่ยวเห็นว่า เป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย เพราะไม่ต้องเสียค่าบริการนำเที่ยว กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกับหน่วยงาน องค์กร มูลนิธิ หรือวัด ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ อยากเดินทางร่วมกับเพื่อนหรือผู้ร่วมเดินทางคนอื่นๆ และสนใจโปรแกรมท่องเที่ยวที่หน่วยงานนั้นจัดขึ้นกลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยซื้อ Package Tour ปัจจัยที่ทำให้เลือกซื้อ Package Tour คือ โปรแกรมท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ และต้องการความสะดวกสบาย

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาการท่องเที่ยวภายในประเทศ จำเป็นต้องแก้ไขปรับปรุงในหลายด้าน เช่น ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้รับข้อมูลข่าวสาร ควรแก้ไขแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของความสะอาด ความปลอดภัย และรัฐบาลต้องสามารถควบคุมราคาของสินค้าและบริการไม่ให้สูงเกินไป

เจษฎา สิทธิอุดม และคณะ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อายุ 21 - 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า \$2,750 ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะช้างเป็นครั้งแรก โดยเดินทางมากับเพื่อนหรือบุคลากรที่ทำงานเป็นกลุ่มประมาณ 30 คน เหตุที่สนใจ มาจากความสมบูรณ์ของธรรมชาติบนเกาะช้าง โดยมีลักษณะการจัดการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถเช่าเหมาคัน และรถยนต์ส่วนตัว สถานที่พักแรมเป็นโรงแรมหรือรีสอร์ท ราคาที่พักโดยเฉลี่ยประมาณคืนละ 2,000 บาท และมีระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 3 วัน การจองสถานที่พักแรมจองผ่านบริษัทตัวแทน แหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยวคือเพื่อนหรือการบอกต่อ ชื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการโดยตรง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม 3 อันดับแรกคือ ดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น เที่ยวน้ำตก และนั่งรถชมทัศนียภาพรอบเกาะ

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบคือเรื่องถนนและการคมนาคมบนเกาะช้าง เรื่องราคาสินค้าและบริการ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยเดินทางมากับเพื่อนหรือครอบครัว/ญาติ ประมาณกลุ่มละ 3 คน เหตุที่สนใจมาจากความสมบูรณ์ของธรรมชาติบนเกาะช้าง โดยมีลักษณะการจัดการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือรถโดยสารประจำทาง และรถเช่าเหมาคัน สถานที่พักแรมเป็นโรงแรมหรือรีสอร์ทและบังกะโล ราคาที่พักโดยเฉลี่ยประมาณคืนละ 1,500 บาท และมีระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 9 วัน การจองสถานที่พักแรมเดินทางมาจองด้วยตนเอง แหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยวคือเพื่อน การบอกต่อ และ อินเทอร์เน็ต ชื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวจากตัวแทนนำเที่ยวท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม 3 อันดับแรก คือ ดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น นั่งช้างเที่ยว

ป่าชุมชน และนั่งรถชมทัศนียภาพรอบเกาะ ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบคือ เรื่องมลพิษจากขยะ และน้ำเสีย เรื่องถนนและการคมนาคมบนเกาะช้าง

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการสูงสุด รองลงมาคือด้านจิตวิทยาการบริการ และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนสูงสุด รองลงมาคือด้านจิตวิทยาการบริการ และด้านแพ็คเกจทัวร์ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด ในด้านอัตราหรือราคาค่าบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นว่าแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ควรมีการปรับปรุงเรื่องถนนและการคมนาคมบนเกาะช้าง การรักษาความสะอาดและการอนุรักษ์ธรรมชาติ การเพิ่มชายหาดสาธารณะให้มีจำนวนมากขึ้น

งานวิจัยต่างประเทศ

คาเพลล่า และ กรีโค (Capella & Greco, 1989) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แหล่งข้อมูลของผู้สูงอายุ ใช้ตัดสินใจเลือกการเดินทางเพื่อการพักผ่อน ผลการวิจัยพบว่าสำหรับผู้สูงอายุแล้วแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกการเดินทางเพื่อการพักผ่อนนั้น แหล่งที่มีความสำคัญ ได้แก่ เพื่อนบ้าน ครอบครัว นิตยสาร และ หนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่อธิบายได้ดี มีผลต่อการตัดสินใจ นอกจากนี้ ระดับทางสังคม เพศ ปัญหาสุขภาพ และ บทบาทของผู้สูงอายุจะเป็นสิ่งหลักที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะเดินทางเพื่อการพักผ่อน ผลการวิจัยกล่าวว่า สำหรับผู้สูงอายุที่อยู่ในสังคมชั้นสูง แหล่งข้อมูลที่สำคัญมากที่สุดคือ ข้อมูลส่วนบุคคลที่จะมาจากครอบครัว เพื่อน และ คำพูดปากต่อปาก ที่กล่าวถึงข้อดีของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นแหล่งข้อมูลหลักที่ผู้สูงอายุมักใช้ในการตัดสินใจ รองลงมา คือ นิตยสาร และ หนังสือพิมพ์ เป็นที่น่าแปลกใจมากที่สุดที่ผู้สูงอายุเหล่านั้นไม่คิดว่าบริษัทตัวแทนนำเที่ยวเป็นแหล่งที่สามารถให้ข้อมูลที่นำไปใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่เดินทางเพื่อการพักผ่อนได้ ขณะที่ผู้สูงอายุในสังคมชั้นกลางจะใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และ เพื่อนบ้าน

มิลล์ และ มอร์ริสัน (Robert Christie Mill, 1992) ได้กล่าวว่า นักวิจัยที่ศึกษาด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พบว่า ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยว มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น อายุ รายได้ และระดับการศึกษา อายุมีความสัมพันธ์กับกิจกรรม เมื่ออายุมากขึ้น มักจะเลือกไปเยี่ยมญาติ เพื่อน ชมทัศนียภาพ ตกปลาแทนกิจกรรมโลดโผนแนวผจญภัย และเวลาวางที่เหลื่อจากการพักผ่อน ซึ่งจะลดน้อยลงเรื่อยๆ จนกว่าจะถึงวัยที่จะแยกครอบครัวจึงจะเพิ่มปริมาณขึ้นเรื่อยๆ จนถึงวัยหลังเกษียณ รายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ยับยั้งความต้องการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากรายได้จะถูกแบ่งไปใช้จ่ายสำหรับสิ่งจำเป็นอื่นก่อน เช่น ค่าอาหาร ภาษี และเงินสำรอง แล้วจึงนำส่วนที่เหลือมาใช้เพื่อการท่องเที่ยว ถ้ามีรายได้มากก็จะมีเงินสำหรับใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากด้วยเช่นกัน ระดับการศึกษา การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ จะเพิ่มขึ้นตามระดับการศึกษาที่เพิ่มขึ้น ยิ่งมีการศึกษาสูง ก็จะมีชอบกิจกรรมที่ได้พัฒนาทักษะและการแสดงออก

ริชาร์ด (Richards, 2004) ได้ศึกษาเรื่อง ตลาดท่องเที่ยวของนักเรียนนานาชาติ : ด้านลักษณะการท่องเที่ยว, แรงจูงใจ และ กิจกรรม พบว่า สัญลักษณ์หนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความสนใจทางการท่องเที่ยว เติบโตขึ้นทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวและการวิจัยทางการ คือ การสำรวจการท่องเที่ยวโดยรวมอย่างมีอิสระ โดยสมาพันธ์การท่องเที่ยวนักศึกษานานาชาติ (International Student Travel Confederation) และสมาคมการท่องเที่ยวและการศึกษานันทนาการ (Association for Tourism and Leisure Education) การสำรวจได้ทำในปี 2002 ครอบคลุมประวัติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษา จำนวน 1,630 คน บันทึกการเดินทางของนักเรียนจาก 8 ประเทศ บทความนี้ได้รายงานผลลัพธ์ขั้นต้นของการวิจัย การสำรวจแสดงให้เห็นว่า นักศึกษาเป็นลูกค้าที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นประจำ ซึ่งมีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง นักศึกษาส่วนใหญ่มองว่าตัวเองเที่ยวในฐานะนักเดินทาง แต่ทางการตลาดมองว่า พวกเขาเที่ยวในฐานะนักท่องเที่ยวแบบแบกกระเป๋า (Backpacking) แรงจูงใจสะท้อนความปรารถนาต่อประสบการณ์ ซึ่งพบได้บ่อยๆ ในการท่องเที่ยวของนักศึกษา โดยเฉพาะการสำรวจแหล่งวัฒนธรรมอื่นๆ แรงจูงใจมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงโดยจุดหมายปลายทางและลักษณะการท่องเที่ยวและมีความแตกต่างระหว่างนักศึกษาและนักท่องเที่ยวที่เป็นเด็ก กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดคือ การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เดินเล่น นั่งเล่นในร้านอาหาร และการเดินซื้อของ ซึ่งมีสูงถึงร้อยละ 70 ของการตอบแบบสำรวจ

เซียง (Xiang, 2009) ได้ศึกษาเรื่อง การสอบถามการท่องเที่ยวในอเมริกา เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พบว่า การเติบโตของการค้นหาออนไลน์ในการวางแผนการท่องเที่ยว นักการตลาดต้องการความเข้าใจที่มากกว่าพฤติกรรมเฉพาะของการใช้อุปกรณ์ในการค้นหาข้อมูล ซึ่งจากการศึกษาเป้าหมายของการวิจัย เป็นการศึกษาในรูปแบบคำถามในการค้นหาออนไลน์ในจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยว โดยการใช้ข้อมูลการดำเนินการจากสมาชิกที่เข้ามาค้นหาข้อมูล, การวิเคราะห์ รูปแบบความสำคัญของคำถามในการค้นหา ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบธรรมชาติและมีความแตกต่างออกไปในคำถามของการท่องเที่ยว เกี่ยวกับความแตกต่างของเมืองในอเมริกา อัตราส่วนของการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นคำถามเกี่ยวกับความเฉพาะของเมืองนั้นๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวในเมือง โดยคำถามของนักท่องเที่ยวจะสะท้อนความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ และจากการวิจัยยังพบวิธีการในการใช้สื่อสืบค้นออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวสำหรับการทำการตลาดสำหรับแหล่งท่องเที่ยวได้

เฮวันตรี (Haywantee, 2010) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พบว่า ต้องมีแรงจูงใจที่จะเลือกมาพักผ่อนและการเดินทางไปยังปลายทางซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดและเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวการเลือกสถานที่ แสดงให้เห็นว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง เช่นเดียวกับทัศนคติที่ยังมีบทบาทสำคัญต่อความตั้งใจของผู้ที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่เฉพาะเจาะจง อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการเรียนรู้ไม่ได้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจต่อนักท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งและความพยายามในการสร้างทัศนคติเชิงบวกในใจของนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกมอริเชียสเป็นปลายทางของนักท่องเที่ยวในวันหยุด งานวิจัยนี้ศึกษาแรงจูงใจของผู้ที่ต้องการเดินทางและปัจจัยที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทาง การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงการเดินทางท่องเที่ยวที่มอริเชียสเพิ่มมากขึ้น ความพยายามส่งเสริมการขายอื่นๆ จนทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเข้ามาและตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดของพวกเขาอีก



กรอบแนวคิดของการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน 9 ประเทศ
(บรูไน, มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, สิงคโปร์, กัมพูชา, พม่า, ลาว, ฟิลิปปินส์, เวียดนาม)

- เพศ
- อายุ
- ภูมิลำเนา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน



องค์ประกอบของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

- จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว
 - ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว
 - ช่วงระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว
 - ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว
 - วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว
 - จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว
 - เทศกาลที่เดินทางมาท่องเที่ยว
 - พฤติกรรม และ รูปแบบ ของการท่องเที่ยว
 - พฤติกรรมการใช้บริการแบบบริษัททัวร์และท่องเที่ยว
 - พฤติกรรมการเลือกสื่อเพื่อการท่องเที่ยว
 - พฤติกรรมการเลือกรูปแบบยานพาหนะเพื่อการท่องเที่ยว
 - พฤติกรรมการเลือกที่พัก
 - พฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
 - พฤติกรรมการเลือกกิจกรรมบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว
 - พฤติกรรมการเลือกร้านอาหารเพื่อการบริโภค
 - พฤติกรรมการเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว
- (ปรับปรุงจาก เรณูมาศ มาอุ้น และคณะ, 2556)



พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน” เป็น การศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอน การดำเนินงานดังต่อไปนี้

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน จำนวน 9 ประเทศ ได้แก่ เนการาบรูไนดารุสซาลาม ประเทศมาเลเซีย สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐสิงคโปร์ ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ และ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2555 จำนวน 3,874,471 คน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane & Taro, 1973) ในการคำนวณหา กลุ่มตัวอย่างดังนี้

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

เมื่อกำหนดให้ N คือ ขนาดของประชากร
 n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 e คือ ความคาดเคลื่อนของประชากรที่ยอมรับได้ที่ระดับ .05

จำนวนของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนเท่ากับ 3,874,871 คน

ตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน คือ

$$n = \frac{3,874,471}{1 + 3,874,471 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{3,874,471}{1 + 3,874,471 (0.0025)}$$

$$n = \frac{3,874,471}{9,687.1775}$$

$$n = 399.95$$

จากการคำนวณตามสูตรข้างต้นสามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้ 400 คน เพื่อใช้อ้างอิงในกลุ่มของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว และ เทศกาลที่เดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว, จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว, ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว, ช่วงระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว, ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว, วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว และ เทศกาลที่เดินทางมาท่องเที่ยว พฤติกรรมการเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว, พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว, พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของบริษัททัวร์, พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่ใช้บริษัทนำเที่ยว, พฤติกรรมที่ได้รับสื่อสารนิเทศด้านการท่องเที่ยว, พฤติกรรมเลือกรูปแบบของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว, พฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการด้านการคมนาคม/ขนส่ง, พฤติกรรมเลือกที่พัก, พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย, พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกิจบันเทิง โรงละคร การแสดงโชว์ต่างๆ, พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการด้านร้านอาหาร และ พฤติกรรมเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสำรวจรายการ (Check List) และ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open – ended Questions)

ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียดการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

2. ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้มีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้เนื้อหาครอบคลุมถึงพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

3. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถามให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

4. ทำการสร้างเครื่องมือเรื่องพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน เสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์

รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุศลวัชวิชัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด อาจารย์ ดร.นพรัตน์ ศุทธิถก อาจารย์ และ อาจารย์ ดร.รัตนา ปานเรียนแสน พิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถาม เพื่อทำการหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) รวมถึงการพิจารณาตรวจสอบความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ อ่านคือเข้าใจง่ายและเกิดความชัดเจนตามความมุ่งหมายของงานวิจัย โดยการวิเคราะห์คำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมในเนื้อหา โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (สิทธิ์ ชีรสรณ์, 2552) หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลอง โดยกำหนดเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม 3 ระดับ คือ +1, 0 และ -1 ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาความสอดคล้องในแต่ละข้อ ดังนี้

4.1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง +1

4.2 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่แน่ใจว่ารายการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง 0

4.3 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามแน่ใจว่าไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง -1

จากนั้น นำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรวิธีการหาค่าความตรงของแบบสอบถาม (IOC) คือ ผลรวมคะแนนของข้อนั้น หารด้วยจำนวนผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งคำนวณหาค่าความตรงของแบบสอบถาม

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ครอนบาค (Cronbach, 1951) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเที่ยงหรือความสอดคล้องภายใน โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้แน่นเพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (ยุทธ ไกยวรรณ, 2553) ซึ่งหาค่าได้ 0.92

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด เป็นระยะเวลา 2 เดือน จากกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และเพื่อการกระจายตัวของข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้

1. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม
2. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
3. วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร
4. ท่าอากาศยานดอนเมือง
5. ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
6. ห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดยจัดแบ่งเป็นกลุ่ม โดยกระจายการเก็บตามวัน (วันจันทร์-วันอาทิตย์) และเวลา โดยแบ่งเป็น 4 ช่วงเวลา คือ 07.00 น. – 10.00 น. , 10.01 น. – 13.00 น. , 13.01 น. – 16.00 น. และ 16.01 น. เป็นต้นไป จนกระทั่งครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยตนเอง มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและหาค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ค่าร้อยละ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. นำข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง
3. นำข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ พฤติกรรมและรูปแบบของการท่องเที่ยว, พฤติกรรมการใช้บริการแบบบริษัททัวร์และท่องเที่ยว, พฤติกรรมการเลือกซื้อเพื่อการท่องเที่ยว, พฤติกรรมการเลือกรูปแบบยานพาหนะเพื่อการท่องเที่ยว, พฤติกรรมการเลือกที่พัก, พฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว, พฤติกรรมการเลือกร้านอาหารเพื่อการบริโภค และ พฤติกรรมการเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว มาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยเลือกเฉพาะวิธีวิเคราะห์ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1 เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว และ เทศกาลที่เดินทางมาท่องเที่ยว สถิติที่ใช้คือ ค่าสถิติพื้นฐานร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ พฤติกรรมและรูปแบบของการท่องเที่ยว, พฤติกรรมการใช้บริการแบบบริษัททัวร์และท่องเที่ยว, พฤติกรรมการเลือกซื้อเพื่อการท่องเที่ยว, พฤติกรรมการเลือกรูปแบบยานพาหนะเพื่อการท่องเที่ยว, พฤติกรรมการเลือกที่พัก, พฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว, พฤติกรรมการเลือกร้านอาหารเพื่อการบริโภค และ พฤติกรรมการเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว สถิติที่ใช้คือ ค่าสถิติพื้นฐานร้อยละ



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมองค์ประกอบของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน 9 ด้าน คือ พฤติกรรม และ รูปแบบ ของการท่องเที่ยว พฤติกรรมการใช้บริการแบบบริษัททัวร์และท่องเที่ยว พฤติกรรมการเลือกสื่อเพื่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมการเลือกรูปแบบยานพาหนะเพื่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมการเลือกที่พัก พฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พฤติกรรมการเลือกกิจกรรมบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว พฤติกรรมการเลือกร้านอาหารเพื่อการบริโภค และ พฤติกรรมการเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้รับแบบสอบถามคืน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1-5

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	184	46.00
หญิง	216	54.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29 ปี	232	58.00
30-39 ปี	68	17.00
40-49 ปี	52	13.00
50-59 ปี	32	8.00
60 ปีขึ้นไป	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และ น้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
เนการาบรูไนดารุสซาลาม	28	7.00
ประเทศมาเลเซีย	32	8.00
สาธารณรัฐอินโดนีเซีย	52	13.00
สาธารณรัฐสิงคโปร์	104	26.00
ราชอาณาจักรกัมพูชา	52	13.00
สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า	16	4.00
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	44	11.00
สาธารณรัฐฟิลิปปินส์	40	10.00
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มาจากสาธารณรัฐสิงคโปร์จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมาคือ สาธารณรัฐอินโดนีเซีย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และ ราชอาณาจักรกัมพูชา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และ น้อยที่สุดคือ เนการาบรูไนดารุสซาลาม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิต นักศึกษา	184	46.00
รับราชการ	48	12.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	5.00
พนักงานบริษัท	28	7.00
นักธุรกิจ	36	9.00
เจ้าของกิจการ	24	6.00
ค้าขาย	32	8.00
ไม่ประกอบอาชีพ/ว่างงาน	12	3.00
นักกีฬา	16	4.00
NGO	1	3.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่เป็นนิสิต นักศึกษา จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคืออาชีพรับราชการ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ น้อยที่สุดคือ NGO จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อประเทศอาเซียนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 ดอลลาร์สหรัฐ	220	55.00
5,001-10,000 ดอลลาร์สหรัฐ	40	10.00
10,001-15,000 ดอลลาร์สหรัฐ	20	5.00
15,001-20,000 ดอลลาร์สหรัฐ	24	6.00
20,001-25,000 ดอลลาร์สหรัฐ	52	13.00
25,001-30,000 ดอลลาร์สหรัฐ	20	5.00
มากกว่า 30,000 ดอลลาร์สหรัฐ	24	6.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดคือ น้อยกว่า 5,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-25,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และ น้อยที่สุดคือ รายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001-30,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนของผู้ตอบแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 6-25

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามจำนวนครั้งที่เดินทาง

จำนวนครั้งที่เดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาประเทศไทยครั้งแรก	155	38.70
2 ครั้ง หรือมากกว่า	245	61.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย 2 ครั้งหรือมากกว่า จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 และ เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว

จำนวนวัน	จำนวน	ร้อยละ
1-3 วัน	72	18.00
4-6 วัน	144	36.00
7-9 วัน	92	23.00
มากกว่า 10 วัน	92	23.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย มากที่สุดคือ ระหว่าง 4-6 วัน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ ระหว่าง 7-9 วัน และมากกว่า 10 วัน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ น้อยที่สุดคือ ระหว่าง 1-3 วัน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์	159	39.80
ช่วงวันหยุดเทศกาล หรือวันหยุดราชการต่างๆ	75	18.80
ไม่ได้กำหนด หรือ แล้วแต่จะสะดวก	166	41.40
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีช่วงระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ไม่ได้กำหนดหรือแล้วแต่จะสะดวก จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.40 รองลงมาคือ เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 และ น้อยที่สุดคือ เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาลหรือวันหยุดราชการต่างๆ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามช่วงระยะเวลาที่เข้ามาท่องเที่ยว

ช่วงระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
มกราคม-มีนาคม	132	21.85
เมษายน-มิถุนายน	180	29.80
กรกฎาคม-กันยายน	128	21.20
ตุลาคม-ธันวาคม	164	27.15
รวม	604	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงมากที่สุดคือ เดือนเมษายน-มิถุนายน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 รองลงมาคือ เดือนตุลาคม-ธันวาคม จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 27.15 และ น้อยที่สุดคือ เดือนกรกฎาคม-กันยายน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยวคนเดียว	53	13.20
ท่องเที่ยวกับเพื่อน	104	26.00
ท่องเที่ยวกับครอบครัว / ญาติพี่น้อง	114	28.50
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว	22	5.50
ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มคนที่คุ้นเคย โดยใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว	37	9.30
ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มคนที่คุ้นเคย โดยไม่ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว	22	5.50
ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวตามรายการที่กำหนดไว้แล้ว	22	5.50
ท่องเที่ยวกับองค์กร/หน่วยงาน โดยใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว	26	6.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว / ญาติพี่น้อง มากที่สุด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวกับเพื่อนจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 และ น้อยที่สุดคือ ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวตามรายการที่กำหนดไว้แล้ว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามวัตถุประสงค์
ในการเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อนและเพื่อการนันทนาการ	344	35.70
เพื่อสุขภาพ	92	9.55
เพื่อการศึกษา	88	9.12
เจรจาธุรกิจ/สัมมนา/ประชุม	148	15.35
หาประสบการณ์การท่องเที่ยวในต่างประเทศ	184	19.08
ต้องการใช้ชีวิตร่วมกับครอบครัวในช่วงเวลาพิเศษ	108	11.20
รวม	964	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มากที่สุดคือ เพื่อการพักผ่อนและเพื่อการนันทนาการ จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 35.70 รองลงมาคือ เพื่อหาประสบการณ์การท่องเที่ยวในต่างประเทศ จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 19.08 และ น้อยที่สุดคือเพื่อการศึกษา จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 9.12

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามช่วงเทศกาลที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ช่วงเทศกาลที่เดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเทศกาลวันคริสต์มาสและวันขึ้นปีใหม่ (ธันวาคม-มกราคม)	128	10.88
ช่วงเทศกาลตรุษจีน (กุมภาพันธ์)	92	7.85
ช่วงเทศกาลวันแห่งความรัก (กุมภาพันธ์)	136	11.56
ช่วงเทศกาลสงกรานต์ (เมษายน)	252	21.42
ช่วงเทศกาลบุญบั้งไฟ (พฤษภาคม)	68	5.79
ช่วงเทศกาลช้างเมืองสุรินทร์ (พฤษภาคม)	129	10.96
ช่วงเทศกาลแห่เทียนพรรษา (กรกฎาคม)	79	6.71
ช่วงเทศกาลแห่ผีตาโขน (ตุลาคม)	64	5.44
ช่วงเทศกาลลอยกระทง (พฤศจิกายน)	144	12.24
ช่วงเทศกาลบั้งไฟพญานาค (พฤศจิกายน)	80	6.80
ไม่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล	4	0.35
รวม	1176	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามช่วงเทศกาลที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือช่วงเทศกาลสงกรานต์ (เมษายน) จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 21.42 รองลงมาคือ ช่วงเทศกาลลอยกระทง (พฤศจิกายน) จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 12.24 และ น้อยที่สุดคือ ไม่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.35

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนเรื่องพฤติกรรม
การเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	48	12.00
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	16	4.00
การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	40	10.00
การท่องเที่ยวเชิงประเพณี ศิลปะ และวัฒนธรรม	96	24.00
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	36	9.00
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	44	11.00
การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย	44	11.00
การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	16	4.00
การท่องเที่ยวโดยชุมชน	60	15.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน มีพฤติกรรมการเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดคือเชิงประเพณี ศิลปะและวัฒนธรรม จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ น้อยที่สุดคือการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ	96	24.00
1,001 – 2,000 ดอลลาร์สหรัฐ	124	31.00
2,001 – 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ	112	28.00
มากกว่า 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ	68	17.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน มีพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายไปกับการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว มากที่สุดคือ 1,001 – 2,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายช่วงระหว่าง 2,001 – 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และ น้อยที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายช่วงระหว่าง มากกว่า 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของบริษัททัวร์

หลักในการเลือกใช้บริการด้านการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ราคาไม่แพง	263	28.15
ชื่อเสียงของบริษัททัวร์	152	16.26
ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ของเจ้าหน้าที่	82	8.80
ความถูกต้องของการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของ เจ้าหน้าที่	145	15.55
ความมีอัธยาศัยที่ดีของมัคคุเทศก์นำเที่ยว	157	16.80
ความซื่อสัตย์ของเจ้าหน้าที่	134	14.34
อื่นๆ โปรดระบุ.....	1	0.10
รวม	934	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของบริษัททัวร์ มากที่สุดคือ ราคาไม่แพง จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 28.15 รองลงมาคือ ความมีอัธยาศัยที่ดีของมัคคุเทศก์นำเที่ยว จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 และน้อยที่สุดคือความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
500 – 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ	180	45.00
1,001 - 2,000 ดอลลาร์สหรัฐ	68	17.00
2,001 – 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ	92	23.00
3,001 – 3,500 ดอลลาร์สหรัฐ	60	15.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่ใช้จ่ายไปกับการเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว มากที่สุดคือ 500-1,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ 2,001 – 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ น้อยที่สุดคือ 3,001 – 3,500 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมการได้รับสื่อ
สารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

ชนิดของข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การบอกเล่าจากผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวประเทศไทย	192	20.00
บริษัทนำเที่ยว	112	18.00
เคยเดินทางเป็นประสบการณ์ตรงที่ประเทศไทยแล้วก่อน หน้านี้	212	25.00
นิตยสารด้านการท่องเที่ยว	44	7.50
โบรชัวร์/แผ่นพับ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	36	6.50
Road Show	48	8.50
อินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	44	7.50
นิทรรศการด้านการท่องเที่ยว	36	6.50
รวม	976	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

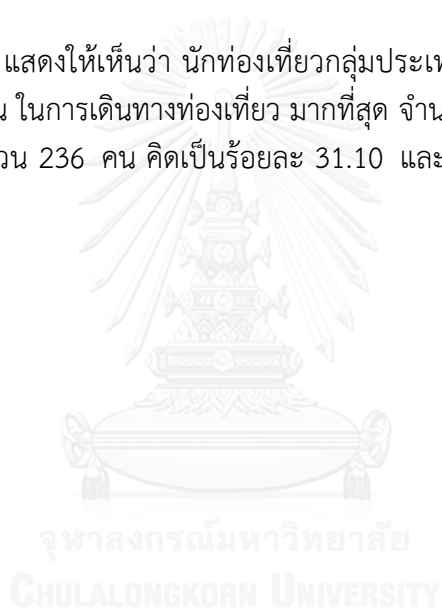
จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่ได้รับสื่อข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว มากที่สุดคือ เคยเดินทางเป็นประสบการณ์ตรงที่ประเทศไทยแล้วก่อนหน้านี้ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ การบอกเล่าจากผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ น้อยที่สุดคือ โบรชัวร์/แผ่นพับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ นิทรรศการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมการเลือกรูปแบบของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์	236	31.10
เครื่องบิน	328	43.20
เรือ	96	12.05
รถไฟ	100	13.65
รวม	760	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนมีพฤติกรรมการเลือกใช้ยานพาหนะเป็น เครื่องบิน ในการเดินทางท่องเที่ยว มากที่สุด จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 รองลงมาคือรถยนต์ จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10 และ น้อยที่สุดคือ เรือ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 12.05



ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการด้านการคมนาคม/ขนส่ง

ด้านการคมนาคม/ขนส่ง	จำนวน	ร้อยละ
ความปลอดภัยในการเดินทาง	159	20.55
ความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง	180	23.25
การให้บริการของเจ้าหน้าที่รถประจำทาง	114	14.75
กำหนดตารางที่ใช้ในการเดินทางตรงต่อเวลา	188	24.25
ระบบขนส่งมวลชนมีจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการ	133	17.20
รวม	775	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกใช้ในด้านการคมนาคม/ขนส่ง มากที่สุด คือ กำหนดตารางที่ใช้ในการเดินทางตรงต่อเวลา จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รองลงมาคือ ความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และ น้อยที่สุดคือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่รถประจำทาง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมการเลือกที่พัก

ชนิด หรือ ประเภท ของที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	304	39.52
รีสอร์ท	96	12.48
ห้องพักราคาประหยัด	148	19.24
บ้านเพื่อน/บ้านญาติ	60	7.80
อพาร์ทเมนต์	92	11.96
โฮมสเตย์	72	9.00
รวม	769	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่เลือกชนิด หรือ ประเภท ของที่พักเป็นโรงแรม มากที่สุด จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 39.52 รองลงมาคือ ห้องพักราคาประหยัด จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 19.24 และ น้อยที่สุดคือ บ้านเพื่อน/บ้านญาติ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามเกณฑ์ในการเลือกที่พัก

เกณฑ์ในการเลือกที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ความสวยงามของที่พัก	257	19.70
ความสะอาดของที่พักโดยรวม	172	13.19
ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน	187	14.34
ความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน	125	9.58
ความสะอาดของห้องพัก	152	11.65
ความปลอดภัย	94	7.20
มีสิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของโรงแรมที่พัก	169	12.96
มีบริการเสริมต่างๆ เช่น รถรับ-ส่ง ไปสนามบิน	148	11.38
รวม	1304	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีเกณฑ์ในการเลือกที่พักจากความสวยงามของที่พักมากที่สุด จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 14.34 และน้อยที่สุดคือ ความปลอดภัย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยมีชื่อเสียงโด่งดัง	256	18.29
แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความหลากหลาย	132	9.43
แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความน่าสนใจ	144	10.29
ที่พักมีมาตรฐาน และคุ้มค่าตามมาตรฐานเช่น ราคา	104	7.43
ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยมีมาตรฐานและมีความเชี่ยวชาญในการท่องเที่ยว	80	5.71
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสะดวกสบาย	227	16.22
ร้านอาหารไทย ถูกหลักโภชนาการ และคุ้มค่า	138	9.86
ในแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว	195	13.93
มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีความน่าสนใจ	123	8.84
รวม	1399	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยมีชื่อเสียงโด่งดัง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 18.29 รองลงมาคือ การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสะดวกสบาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 16.22 และน้อยที่สุดคือธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยมีมาตรฐานและมีความเชี่ยวชาญในการท่องเที่ยว จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกิจบันเทิง โรงละคร การแสดงโชว์ต่างๆ

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ บันเทิง โรงละคร การแสดงโชว์ต่างๆ	ธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาไม่แพง		335	30.26
มีกิจกรรมที่มีความหลากหลายให้ร่วมกิจกรรม		211	19.06
มีกิจกรรม/การแสดงที่มีความน่าสนใจ		145	13.13
มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ		252	22.76
มีให้เลือกหลากหลายตามความสนใจของแต่ละบุคคล		164	14.79
รวม		1107	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกิจบันเทิง โรงละคร การแสดงโชว์ต่างๆ มากที่สุด คือ ราคาไม่แพง จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 30.26 รองลงมาคือ มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ จำนวน 252 คิดเป็นร้อยละ 22.76 และ น้อยที่สุดคือ มีกิจกรรม/การแสดงที่มีความน่าสนใจ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 13.13

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการด้านร้านอาหาร

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการด้านร้านอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
รสชาติของอาหาร	350	44.15
ความสะอาดและถูกหลักตามโภชนาการ	169	21.31
สถานที่ตั้งของร้านอาหารอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	165	20.80
การให้บริการของพนักงาน	109	13.74
รวม	793	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการด้านร้านอาหาร มากที่สุด คือ รสชาติของอาหาร จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 44.15 รองลงมา คือ ความสะอาดและถูกหลักโภชนาการ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 21.31 และ น้อยที่สุด คือ การให้บริการของพนักงาน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 13.74

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว

พฤติกรรมในการเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ราคาไม่แพง มีความเหมาะสมกับกิจกรรม	270	34.61
มีอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน	252	32.30
ความปลอดภัยของสถานที่และอุปกรณ์ต่างๆ	88	11.29
มีสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะ เช่น ถังขยะ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น	170	21.80
รวม	780	

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว มากที่สุด คือ ราคาไม่แพง มีความเหมาะสมกับกิจกรรม จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 34.61 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 และ น้อยที่สุดคือ ความปลอดภัยของสถานที่และอุปกรณ์ต่างๆ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 11.29

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย ผ่านผลการสรุปการวิจัย มีดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 มีภูมิลำเนาอยู่สาธารณรัฐสิงคโปร์ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย 2 ครั้ง หรือมากกว่า จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย 2 ครั้งหรือมากกว่า จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ระหว่าง 4-6 วัน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคือ ไม่ได้กำหนดหรือแล้วแต่จะสะดวก จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 ช่วงระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว คือ เดือนเมษายน-มิถุนายน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้องจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ (เมษายน) จำนวน 252 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.42

ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน 9 ด้าน

1. พฤติกรรมและรูปแบบของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนโดยนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนมีพฤติกรรมในการเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุด คือ การท่องเที่ยวเชิงประเพณี ศิลปะ และวัฒนธรรม จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00

2. พฤติกรรมการใช้บริการแบบบริษัททัวร์และท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนมีพฤติกรรมใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว มากที่สุดคือ ช่วงระหว่าง 1,001-2,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 และมีพฤติกรรมการใช้จ่ายโดยไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวอยู่ในช่วงระหว่าง 500-1,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

3. พฤติกรรมการเลือกสื่อเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการได้รับสื่อสารนิเทศด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เคยเดินทางเป็นประสบการณ์ตรงที่ประเทศไทยแล้วก่อนหน้านี้ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00

4. พฤติกรรมการเลือกรูปแบบยานพาหนะเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนเลือกใช้เครื่องบินเป็นยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20

5. พฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนมีพฤติกรรมในการเลือกชนิดหรือประเภทของที่พัก คือ โรงแรม มากที่สุด จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 39.52 และมีเกณฑ์ในการเลือกที่พักคือความสวยงามของที่พัก จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70

6. พฤติกรรมที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน โดยพฤติกรรมที่ส่งผลการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย คือ แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยมีชื่อเสียงโด่งดัง มากที่สุด จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 18.29

7. พฤติกรรมการเลือกกิจกรรมบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกิจบันเทิงโรงละคร การแสดงโชว์ต่างๆ มากที่สุด คือ ราคาไม่แพง จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 30.26

8. พฤติกรรมการเลือกร้านอาหารเพื่อการบริโภคของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการด้านร้านอาหาร มากที่สุดคือ รสชาติของอาหาร จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 44.15

9. พฤติกรรมการเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว มากที่สุดคือ ราคาไม่แพง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 34.61

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นักท่องเที่ยวอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20 – 29 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นคนสัญชาติสิงคโปร์ และเป็นนักศึกษา โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 USD จากลักษณะทางประชากรศาสตร์ดังกล่าวไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ สัญชาติ อาชีพและรายได้ต่างก็เป็นปัจจัยพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกของพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโกลด์เนอร์ริทชี (Goeldner & Ritchie, 2006) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านประชากรเป็นปัจจัยพื้นฐานของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมาแล้ว 2 ครั้ง หรือมากกว่า มีระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว 4 - 6 วัน โดยไม่ได้กำหนดว่าจะต้องเดินทางมาเมื่อใด แต่นิยมเดินทางมาในช่วงเดือน เมษายน - มิถุนายน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือญาติพี่น้อง และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงเทศกาลสงกรานต์มากที่สุด ซึ่งในข้อค้นพบที่นักท่องเที่ยวกกลุ่มประเทศอาเซียนชอบเดินทางกับครอบครัวและเดินทางช่วงเทศกาลสงกรานต์มากที่สุดนั้นก็เหมือนกับนักท่องเที่ยวประเทศอื่น อย่างเช่นชาวรัสเซีย ซึ่งงานวิจัยของ (รมย์ ภริมนตรี, 2011) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและเดินทางมาเป็นครอบครัวเช่นกัน ทั้งนี้ครอบครัวที่ลูกยังเล็กก็เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงปิดภาคเรียน แต่ถ้าลูกโตก็เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งเดินทางมาในช่วงเทศกาลสงกรานต์มากที่สุดซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าเทศกาลสงกรานต์มีได้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียนเท่านั้นยังเป็นที่รู้จักของประเทศนอกกลุ่มอาเซียนด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กรวรรณ สังขกร, 2552) ที่ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวกชาวจีนก็นิยมซื้อแพ็คเกจจิปต๋าว์ในช่วงฤดูการท่องเที่ยวมากที่สุดอย่างช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น

ส่วนรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกกลุ่มประเทศอาเซียนเลือกมากที่สุดคือการท่องเที่ยวเชิงประเพณี ศิลปะ และวัฒนธรรม อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมของชาวไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความงดงามทางด้านประเพณีที่มีมาแต่ช้านานและได้ในทุกจังหวัดของประเทศ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมักใช้บริการบริษัทนำเที่ยวซึ่งอยู่ในระดับน้อยกว่า 1,000 USD และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่ใช้บริการนำเที่ยวอยู่ในระหว่าง 500-1,000 USD สื่อที่ได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การที่นักท่องเที่ยวกเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยก่อนหน้านี้แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สร้อยสิริฐ์ ชื่อชัช, 2553) ที่ว่าสื่อที่ดีคือ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก (Words of mouth) ควบคู่กับการโฆษณาตามสื่อ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้เครื่องบินเป็นยานพาหนะในการเดินทาง เพราะมีความสะดวกและรวดเร็ว

นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนนิยมเลือกสถานที่พักในรูปแบบโรงแรม โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกคือ ความสะดวกสบายและความสวยงามของ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเทศไทยมีโรงแรมที่มีมาตรฐานจำนวนมากที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งยังมีการบริการที่มีอัตลักษณ์แบบไทย (Thai touch) ตลอดจนมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้มากกว่าสถานที่พักแบบอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สายใจ ตั้งวิริยะกุลชัย, 2546) ที่ว่านอกจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงโด่งดังแล้ว ความสวยงามของที่พักก็เป็นปัจจัยดึงดูดได้เช่นกัน หลักในการเลือกใช้บริการของบริษัททัวร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนคือ ราคาไม่แพง ด้านการคมนาคม/ขนส่ง นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนมีทัศนคติในระดับในระดับดีต่อการคมนาคม โดยประเทศไทยสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยจึงทำให้ไม่มีปัญหาในเรื่องของการเดินทางและยังทำให้รู้สึกสะดวกสบายและปลอดภัยตลอดระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยสะดวกมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2551) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเกิดจากการที่คนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ ซึ่งมีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งแปลกใหม่ แตกต่างไปจากประสบการณ์เดิม ดังนั้นการคมนาคมขนส่งจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย หลักในการเลือกใช้บริการธุรกิจบันเทิง โรงละคร การแสดงโชว์ต่างๆ มากที่สุดคือราคาไม่แพง

สำหรับหลักในการเลือกใช้บริการด้านร้านอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนคือรสชาติของอาหาร เพราะอาหารไทยมีรสชาติอร่อย จึงทำให้อาหารไทยนั้นมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก ประกอบกับเป็นเพราะภาครัฐได้มีนโยบายส่งเสริมโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก จึงควรส่งเสริมอย่างเพื่อให้อาหารไทยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2551) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาหาร การประชาสัมพันธ์ที่ดี จะช่วยให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความสนใจในด้านของอาหารมากยิ่งขึ้น หลักในการพิจารณาในการเลือกกิจกรรมการผจญภัยและกิจกรรมนันทนาการของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนคือ ราคาไม่แพง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ควรมีการตรวจสอบมาตรฐาน บริษัทนำเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว กลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ควรที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบความสนใจพิเศษ (Special Interests Tourism) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน เช่น

2.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนจะมองหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ รวมทั้งเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรมใหม่ๆ ที่ตนไม่เคยเคยมาก่อน

2.2 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เพราะว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจ รวมทั้งสุขภาพในการรับประทานอาหาร

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรมีการศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมการเป็นนักท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ตามแนวทางหลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยวโลก ในกลุ่มผู้ประกอบการหรือผู้ที่โลก ในกลุ่มของผู้ประกอบการหรือผู้ที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวด้วย

2. กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรจะร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาหลอกลวงนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรสนับสนุนแนวทางด้านนโยบายการศึกษา เพื่อให้ความรู้ด้านการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี ให้เกิดการเรียนรู้และสร้างความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ มีจรรยาบรรณในการท่องเที่ยว

4. หน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านการท่องเที่ยว ควรร่วมกันจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ และความตระหนักในหน้าที่ความรับผิดชอบ และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และตัวนักท่องเที่ยวเอง ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ มีจรรยาบรรณในการท่องเที่ยว มีการเผยแพร่และมีการบอกต่อ

5. กระทรวงคมนาคมควรที่จะพัฒนาระบบขนส่งมวลชนในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและมีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อลดปัญหาหาลงและและการจราจรที่ติดขัด รวมทั้งยังเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวในกลุ่มช่วงอายุต่างๆ
2. การศึกษาการจัดการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน
3. การศึกษาประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน
4. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้รองรับกับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน
5. ศึกษายุทธศาสตร์เพื่อสร้างความคุ้มค่าของการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน



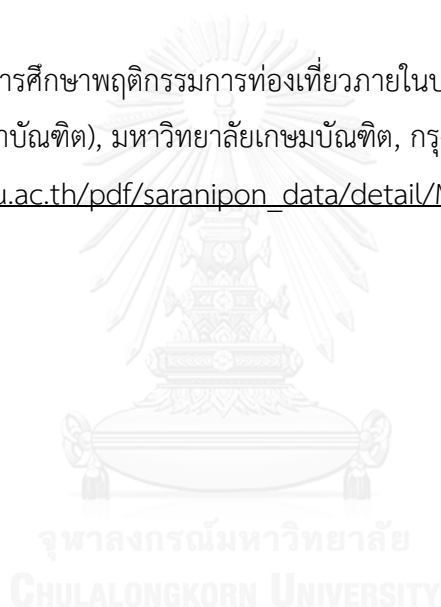
รายการอ้างอิง

- Capella, L. M., & Greco, A. J. (1989). *Information Sources of Elderly for Vacation Decision*. (A Master of Arts Thesis), Mississippi State University.
- Ertuna, C., & Z.I. (2009). The Sensitivity of German and British Tourist to News Shocks. *64*, 19-27.
- FlitzGerald. (2002). *Cross-Cultural Communication for the Tourism and Hospitality Industry*. Pearson.
- Goeldner, C. R. a., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. (10 ed.).
- Haywantee, R. (2010). *Understanding the Behavioral Intention of European Tourists*. (Master's Thesis, School of Sustainable Development and Tourism), University of Technology.
- Pizam, A. J. (1996). *Tourism Management*. *14*, 227-286.
- Richards, M. (2004). *Object Shift and Scrambling in North and West Germanic: A Case Study in Symmetrical Syntax*. University of Cambridge.
- Robert Christie Mill. (1992). *The Tourism System: An Introductory Text*. 2.
- Swarbrooke&Horner. (1999). *Consumer Behaviour in tourism*.
- Yamane, & Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row Publication.
- กรรวรรณ สังขกร. (2552). แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงกับการท่องเที่ยวชุมชน. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงการต่างประเทศ, ก. (2555). from <http://www.mfa.go.th/asean/th/other/2361>
- กรุงเทพมหานคร. (2556).
- กรุงเทพฯ คิวรายวัล “เมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก” 4 ปีซ้อน from http://prbangkok.com/News_executives/28595-กรุงเทพฯ-คิวรายวัล-“เมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก”-4-ปีซ้อน
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). บทสรุปผู้บริหาร “การศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน ปี 2556”. from <http://www.etatjournal.com/web/menu-download-zone/menu-dl-executive-summary/14-cate-download-zone/cate-dl-executive-summary/576-201402-dl-exsum-asean-market>

- ชูดา จิตติพิทักษ์. (2525). พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น (2 ed.). สารมวลชน.
- ทศวรรษ วิบุตขมานนท์ (2545). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้มาเยือน.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2535). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (6 ed.). บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ธีรยุทธ เกียรติพิริยะวงศ์. (2529). การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารและภัตตาคารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิคม จารุมณี. (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- นิตา ชัยกุล. (2557). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (6 ed.). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว *Tourism Industry*: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปราโมชน์ รอดจำรัส. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ไพฑูริย์ พงศบุตร, & วิลาสวงศ์ พงศบุตร. (2542). ความหมายของการท่องเที่ยว. from <https://tourismatbuu.wordpress.com/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B9%89%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88/>
- ยุทธ ไถยวรรณ, ก. ผ. (2553). พื้นฐานการวิจัย (5 ed.). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- ธนพร แววกักดี. (2542). ภาพลักษณ์กรุงเทพมหานครในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี ค.ศ.1999. (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. Retrieved from <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- รมย์ ภิรมนตรี. (2011). รัสเซีย ฟีเวอร์ ปราบกฏการณ์สิ้นสะเกือนเกาะภูเก็ต. from <http://news.phuketindex.com/travel/russia-fever-in-phuket-198880.html>
- เลิศพร ภาரசสกุล. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2551). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว(ORIENTATION TO TOURISM INDUSTRY)
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). พฤติกรรมผู้บริโภคในอาเซียน ”...ตัวแปรสำคัญที่ SMEs ไทยควรรู้ก่อนก้าวสู่ AEC. from

<http://www.takchamber.com/index.php?lay=show&ac=article&id=538792670&Ntype=3>

- สมบัติ กาญจนกิจ. (2557). นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สร้อยสิริภู่ ชื้อชวีช. (2553). แนวทางในการพัฒนาคุณภาพที่พักแบบโฮมสเตย์ในตลาดน้ำอัมพวา. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สายใจ ตั้งวิริยะกุลชัย. (2546). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวยุโรปในประเทศไทย. (ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2529). จิตวิทยา : การจัดการพฤติกรรมมนุษย์ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุพัตรา อินตา. (2546). การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร. Retrieved from http://grad.kbu.ac.th/pdf/saranipon_data/detail/MBA46/B57.pdf





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- | | |
|---|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย | รองคณบดี กำกับดูแลหน่วยแผนและ
งบประมาณ หน่วยประกันคุณภาพและ
เทคโนโลยีสารสนเทศ
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. สุกิตรา สุคนธ์ทรัพย์ | ประธานแขนงวิชาวิทยาการส่งเสริมสุขภาพ
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด | รองคณบดี กำกับดูแลหน่วยบุคคล
หน่วยสารบรรณ หน่วยอาคารสถานที่และ
ยานพาหนะ หน่วยบัญชี และหน่วยการเงิน และ
หน่วยกิจการนิสิต และนิสิตเก่าสัมพันธ์
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 4. อาจารย์ ดร.นพรัตน์ ศุทธิถก | อาจารย์ประจำสาขาวิชานันทนาการ
ภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 5. อาจารย์ ดร.รัตนา ปานเรียนแสน | รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการและวิจัย
วิทยาลัยสหเวชศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |





บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๒๔
 ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/๗๖๐ วันที่ ๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๖
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวจิตวพรรณ ปัญญาภา นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการ และการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน”(TOURISM BEHAVIORS OF ASEAN TOURISTS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย
 จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ชัย อินทราภรณ์)
 ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๒๔
ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/๗๖๐ วันที่ ๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๖
เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาววิฑูรพรรณ ปัญญาคำ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการ และการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน”(TOURISM BEHAVIORS OF ASEAN TOURISTS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ในกรณี คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย
จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทรชัย อินทிரากรณ์)
ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๒๔
 ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/๗๖๐ วันที่ ๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๖
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวฐิติวรรณ ปัญญาคำ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการ และการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน”(TOURISM BEHAVIORS OF ASEAN TOURISTS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย
 จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ชัย อินทราภรณ์)
 ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๕๙๑



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.นพรัตน์ ศุทธิถกล

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวจิตวราภรณ์ ปัญญาคำ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน”(TOURISM BEHAVIORS OF ASEAN TOURISTS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐ์ชัย อินทிரากรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๒๔

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๕๙๑



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.รัตนา ปานเรียนแสน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวจิตติวรรณ ปัญญา คำ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน”(TOURISM BEHAVIORS OF ASEAN TOURISTS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ชัย อินทிரากรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๒๔

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



□ □ □

Questionnaire

Tourism Behavior of ASEAN Tourists

Section 1: Social-Biological Characteristic of the Traveler / Tourist

Instruction: Please mark in front of your selected item (Only 1 item that you think it suits you the most) and / or write down your information in the allocated space.

1. Gender : Male Female
2. Age : 20 - 29 yrs 30 - 39 yrs
 40 - 49 yrs 50 - 59 yrs
 60 yrs and above

3. Nationality :

- Brunei Darussalam
- Malaysia
- Republic of Indonesia
- Republic of Singapore
- Kingdom of Cambodia
- Republic of The Union of The Myanmar
- The Lao People's Democratic Republic
- Republic of The Philippines
- Socialist Republic Of Vietnam

4. Current Occupation :

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Student | <input type="checkbox"/> Government officer |
| <input type="checkbox"/> State Enterprises Employee | <input type="checkbox"/> Private Organization Employee |
| <input type="checkbox"/> Business | <input type="checkbox"/> Entrepreneur / Business Owner |
| <input type="checkbox"/> Self-Employed | <input type="checkbox"/> Unemployed |
| <input type="checkbox"/> Athlete | <input type="checkbox"/> Others, Please specify..... |

5. Monthly Incomes :

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Less than or equal to 5,000 USD | <input type="checkbox"/> 5,001 - 10,000 USD |
| <input type="checkbox"/> 10,001 - 15,000 USD | <input type="checkbox"/> 15,001 - 20,000 USD |
| <input type="checkbox"/> 20,001 - 25,000 USD | <input type="checkbox"/> 25,001 - 30,000 USD |
| <input type="checkbox"/> More than 30,000 USD | |



Protocol No. 027.1/57

Date of Approval..... 23 APR 2014

Approval Expire Date..... 22 APR 2015

Section 2: Travelling / Tourism Behavior of ASEAN Tourists

1. How many times have you travelled to Thailand ? (including this time)

- First Time 2 Times or more

2. Travelling Time

- 1 – 3 days 4 – 6 days
 7 – 9 days More than 10 days

3. Duration

- Holidays Holiday Festival
 Whichever is convenient

4. Period of Travelling (more than 1 item can be selected)

- January – March April – June
 July – September October – December

5. Travelling with:

- Solo – Travelling Group of Friends
 Family / Relatives Travelling Agent
 Travelling with familiar people using Travelling agency
 Travelling with familiar people NOT using Travelling agency
 Travelling with Travelling Agency / Tours with Pre – arranged Travelling Programme
 Travelling with Organization using Travelling agency
 Others, Please specify

6. Purposes of Travel (more than 1 item can be selected)

- Leisure
 Recreation
 Seeking Information for Health Care
 Education
 Seminar / Conference / Meeting
 Experience in travelling aboard
 Spending Special Moments / Occupations with Family
 Others, Please specify



Protocol No. 027-1/57
Date of Approval 23 APR 2014
Approval Expire Date 22 APR 2015

7. Any Festival / Special occasions that you have come to Thailand or intend to come to Thailand
(more than 1 item can be selected)

- Christmas and New Year Festival (late December to beginning of January)
- Chinese New Year (January to February)
- Valentine Festival (February)
- Thai New Year (Mid April)
- Rocket Festival or Bun Bang Fai Traditional (May)
- Elephant Festival in Surin Province (May)
- Candle Parade Festival – Traditional Buddhist Festival (July)
- Phi Ta Khon Festival (October)
- Loy Kratong Festival – River Goddess Worship Ceremony (November)
- Phon Phisai world Nakha Fire Ball Festival (November)
- Others, Please specify



Protocol No. 027-1/57
 Date of Approval 23 APR 2014
 Approval Expire Date 22 APR 2015

8. Travelling Style:

- Eco Tourism
- Agro-Tourism
- Historical Tourism
- Traditions, Art and Culture Tourism
- Health Tourism
- Sports Tourism
- The adventure Tourism
- Eco-nature Tourism
- Community Based Tourism
- Others, Please specify

9. Total Cost of Travelling, Using Travelling Agency

- Less than 1,000 USD
- 1,001 – 1,500 USD
- 1,501 – 2,000 USD
- 2,001 – 2,500 USD
- 2,501 – 3,000 USD
- 3,001 – 3,500 USD
- More than 3,500 USD

10. Total cost of Travelling, NOT using travelling agency

- Less than 500 USD
- 1,001 – 1,500 USD
- 2,001 – 2,500 USD
- 3,001 – 3,500 USD
- 500 – 1,000 USD
- 1,501 – 2,000 USD
- 2,501 – 3,000 USD
- More than 3,500 USD

11. Information gained in order to make a decision to visit Thailand (more than 1 item can be selected)

- From person who have visited Thailand before
- I have been to Thailand before
- Brochures
- Internet
- Others, Please specify.....
- Travelling Agency
- Travelling Journals / Magazines
- Road Show (Tourism Promoted)
- Travelling Exhibition

12. Please select any vehicle to travel in Thailand (more than 1 item can be selected)

- Cars
- Ships
- Airplanes
- Trains

13. Accommodations during your visit to Thailand (more than 1 item can be selected)

- Hotel
- Budget Accommodation
- Apartment
- Others, Please specify
- Resort
- Friend's House / Relative's House
- Home - Stay

14. Factors that affect the decision to travel to Thailand (more than 1 item can be selected)

- Famous tourist destinations in Thailand .
- Attractions of Thailand vary .
- Attraction of Thailand is attractive.
- The property offers a standard and value (price, location services) .
- Tourism Business in Thailand are standard and are specialized in tourism.
- Travel in Thailand with comfort.



Protocol No. 027.1/57
 Date of Approval 23 APR 2014
 Approval Expire Date 22 APR 2015

Thailand Restaurant was nutritious and cost effective.

County, with facilities for tourists.

Tourism activities are varied and interesting.

15. The reason that you use to consider the choice to travel in Thailand. (more than 1 item can be selected)

Affordable

Near the tourist / shopping district .

Near public transport (bus, train , etc.) .

The reputation of the property

Cleanliness of rooms

Security

Services and facilities for all guests.

With services, such as transportation - airport transfer , Welcome Drink.

Others, Please specify

16. The reason that you use to consider when using a tour company. (more than 1 item can be selected)

Affordable (with a promotion) .

The reputation of the company

Quick to provide tourist information officer.

The validity of the travel services of the staff.

Finest tour guides

The integrity of the officer

Others, Please specify



Protocol No. 027.1/57

Date of Approval 23 APR 2014

Approval Expire Date 22 APR 2015

17. The reason that you use to consider using public transport (more than 1 item can be selected)

- Safety in travel
- The ease and speed of travel
- Bus service officials
- A punctual (Vehicle at the time)
- Transit system has a sufficient amount per serving
- Others, Please specify

18. The reason that you use to consider when using a Commerce Theater Show time.

(more than 1 item can be selected)

- Inexpensive (appropriate to the activity)
- There are a variety of activities to participate
- Activities / performances that are of interest
- Adjusted to any regularly
- With a wide choice according to individual interests
- Others, Please specify

19. The reason that you use to consider when using the service in restaurants. (more than 1 item can be selected)

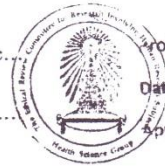
- Taste of food
- Cleanliness and nutrition
- Location close to tourist attractions
- The Staff
- Others, Please specify



Protocol No. 027-TT57
 Date of Approval... 23 APR 2014
 Approval Expire Date... 22 APR 2015

20. Reasons that you use to consider when choosing the adventure activities and outdoor recreation**
(more than 1 item can be selected)

- Inexpensive (appropriate to the activity)
- With standard equipment
- Security of the facility and equipment
- There are facilities such as public toilets, bins, etc.
- Others, Please specify



Protocol No. 027.1/57
Date of Approval 23 APR 2014
Approval Expire Date 22 APR 2015

Suggestion/ Recommendation

.....
.....
.....
.....

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวฐิตววรรณ ปัญญาคำ เกิดวันที่ 31 พฤษภาคม 2532 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่อยู่ปัจจุบัน 123/131 ซอยเอกชัย36 ถนนเอกชัย แขวงบางขุนเทียน เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาจากโรงเรียนฐานปัญญา สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ เมื่อปีการศึกษา 2549 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ ภาควิชาสันตนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาโท ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

