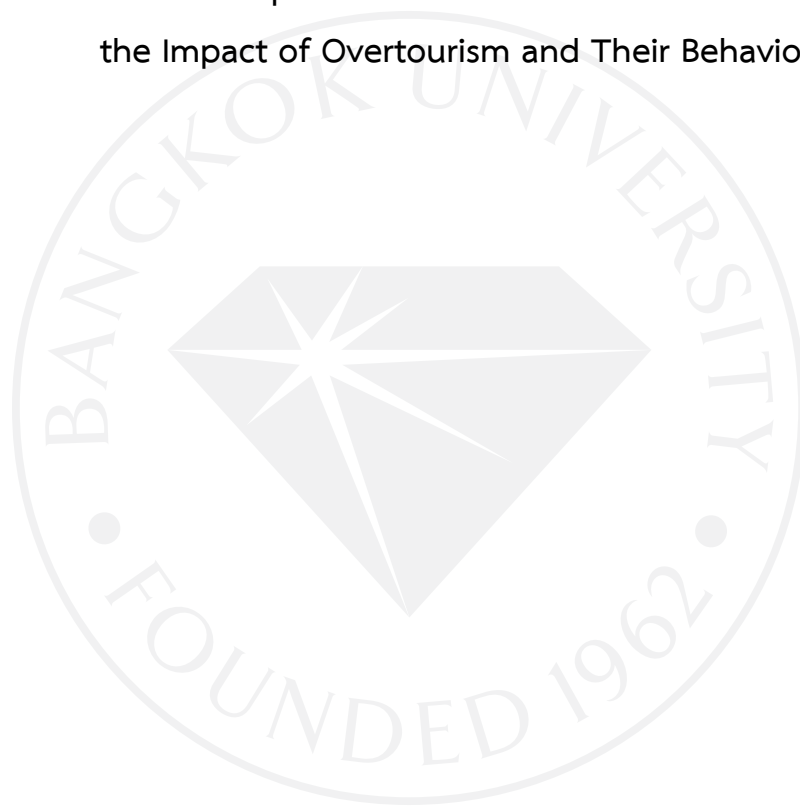


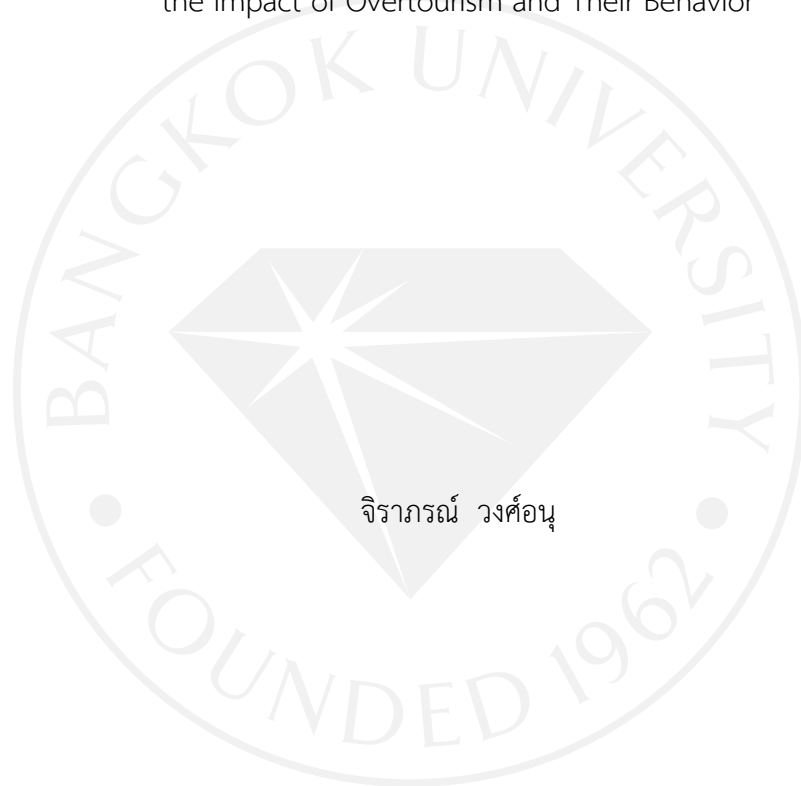
ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง
และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

The Relationship between Thai Tourists' Views towards
the Impact of Overtourism and Their Behavior



ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง
และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

The Relationship between Thai Tourists' Views towards
the Impact of Overtourism and Their Behavior



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



©2562

จิราภรณ์ วงศ์อนุ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้วิจัย จิราภรณ์ วงศ์อนุ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ วัฒนากมลชัย)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)



(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

22 กรกฎาคม 2562

จิราภรณ์ วงศ์อนุ. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, กรกฎาคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย (167 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ วัฒนากมลชัย

บทคัดย่อ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามลักษณะประชากร 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองจำแนกตามลักษณะประชากร และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Sample t-test Anova และ Pearson Correlation ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการศึกษาพบว่า 1) ความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) ความแตกต่างของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย พบว่า เพศ และระดับการศึกษา ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย 3) ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางบวกกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำสำคัญ: ความคิดเห็น, ผลกระทบ, ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง, พฤติกรรมการเดินทาง, นักท่องเที่ยวชาวไทย

Wonganu, J. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), July 2019,
Graduate School, Bangkok University.

The Relationship between Thai Tourists' Views towards the Impact of Overtourism
and Their Behavior (167 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Somyot Wattanakamolchai, Ph.D.

ABSTRACT

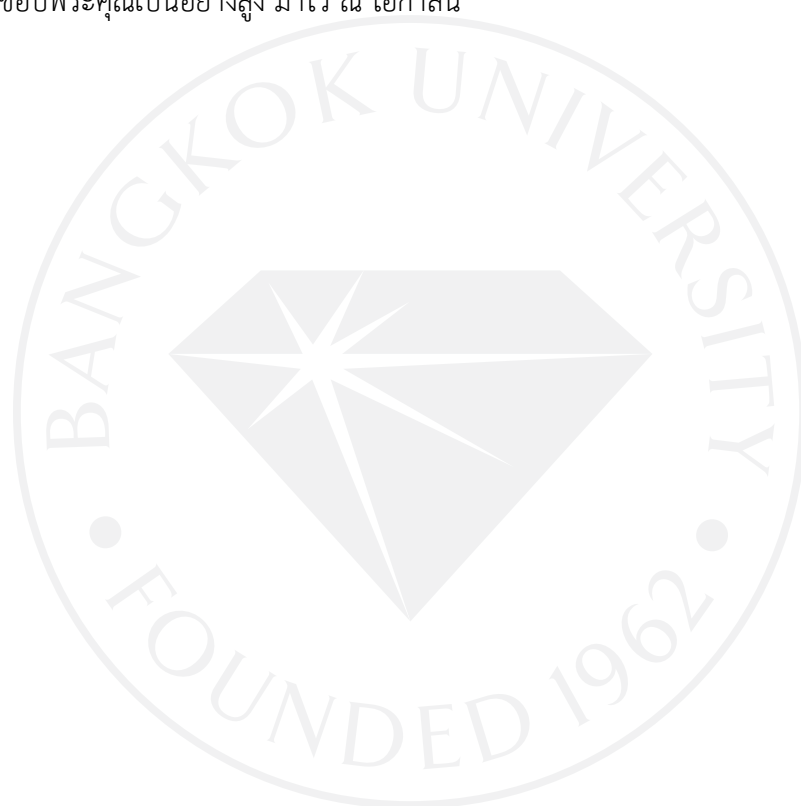
The objectives of this study aimed to 1) study the difference of Thai tourists' behavior; 2) study the difference of Thai tourists' views towards the impact of overtourism; and 3) study the relationship of Thai tourists' behavior and views towards the impact of overtourism. This study using questionnaires to collect data from 400 Thai tourists. The statistics used in data analysis were percentage, frequency, mean, standard deviation, Independent Sample t-test, Anova, and Pearson Correlation. The result showed that 1) the difference of Thai tourists' behavior found that gender, age, occupation, income per month difference affect Thai tourists' behavior; 2) the difference of Thai tourists' views towards the impact of overtourism found that gender and occupation difference affect Thai tourists' views towards the impact of overtourism; and 3) the relationship of Thai tourists' behavior and views towards the impact of overtourism found that Thai tourists' views towards the impact of overtourism all 4 factors are related to Thai tourists' behavior.

Keywords: Tourists' View, Impact, Overtourism, Tourists' Behavior, Thai Tourists

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ วัฒนากมลชัย อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ ในการวิจัยงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

จิราภรณ์ วงศ์อนุ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	19
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง	25
2.5 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
2.6 สมมติฐานการวิจัย	34
2.7 กรอบแนวความคิดตามทฤษฎี	35
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	36
3.1 ประเภทของงานวิจัย	36
3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	36
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	37
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	39
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	40
3.6 วิธีการทางสถิติ	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	42
4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์	42
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง	45
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย	56
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน	60
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	134
5.1 สรุปผลการศึกษา	134
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	151
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	154
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป	154
บรรณานุกรม	155
ภาคผนวก	159
ประวัติผู้เขียน	167
เอกสารข้อตกลงว่าด้วย การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Coefficient)	40
ตารางที่ 3.2: วิธีการทางสถิติ	41
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ	42
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ	42
ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ	43
ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	44
ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ	44
ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	45
ตารางที่ 4.7: แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ใน 1 ปี ที่ผ่านมา	46
ตารางที่ 4.8: แสดง 10 อันดับสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยเดินทางไปเยี่ยมชม ใน 1 ปี ที่ผ่านมา	46
ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวนและร้อยละของภูมิภานาของนักท่องเที่ยว	47
ตารางที่ 4.10: แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวลันเมืองในประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ	48
ตารางที่ 4.11: แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวลันเมืองในประเทศไทย ด้านสังคม	50
ตารางที่ 4.12: แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวลันเมืองในประเทศไทย ด้านวัฒนธรรม	52
ตารางที่ 4.13: แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวลันเมืองในประเทศไทย ด้านสิ่งแวดล้อม	53
ตารางที่ 4.14: แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย	56
ตารางที่ 4.15: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่าง เพศชายและเพศหญิง	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	63
ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลักหนีความจำเจ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่	68
ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ ท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่	69
ตารางที่ 4.19: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่	70
ตารางที่ 4.20: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่	71
ตารางที่ 4.21: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์ จำแนก ตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่	72
ตารางที่ 4.22: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพรวม จำแนกตาม อายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่	73
ตารางที่ 4.23: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม สถานภาพ	74
ตารางที่ 4.24: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและ ไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน จำแนกตามสถานะภาพ โดยเปรียบเทียบรายคู่	78
ตารางที่ 4.25: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม ระดับการศึกษา	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.26: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลักหรือความจำเป็น จำแนกตามระดับ การศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่	83
ตารางที่ 4.27: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้อง ใช้เวลาในการเดินทางนาน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่	83
ตารางที่ 4.28: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	84
ตารางที่ 4.29: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบรายคู่	88
ตารางที่ 4.30: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์ จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบรายคู่	89
ตารางที่ 4.31: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ภาพรวม จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบรายคู่	90
ตารางที่ 4.32: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91
ตารางที่ 4.33: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลักหรือความจำเป็น จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่	95
ตารางที่ 4.34: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสดชื่นและได้สุขภาพที่ดีขึ้น จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่	97
ตารางที่ 4.35: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้อง ใช้เวลาในการเดินทางนาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่	98

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.36: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถาม ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่	100
ตารางที่ 4.37: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่	101
ตารางที่ 4.38: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ระหว่างเพศชายและเพศหญิง	103
ตารางที่ 4.39: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามอายุ	105
ตารางที่ 4.40: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามสถานภาพ	107
ตารางที่ 4.41: การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามสถานภาพ ด้านสังคม โดยเปรียบเทียบรายคู่	108
ตารางที่ 4.42: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา	109
ตารางที่ 4.43: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่	110
ตารางที่ 4.44: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านวัฒนธรรม โดยเปรียบเทียบรายคู่	111
ตารางที่ 4.45: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา ภาพรวม โดยเปรียบเทียบรายคู่	112
ตารางที่ 4.46: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามอาชีพ	113
ตารางที่ 4.47: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามอาชีพ ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเปรียบเทียบรายคู่	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.48: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวชนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	116
ตารางที่ 4.49: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวชนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเปรียบเทียบรายคู่	118
ตารางที่ 4.50: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวชนักท่องเที่ยว ล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย	120
ตารางที่ 5.1: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.1	136
ตารางที่ 5.2: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.2	138
ตารางที่ 5.3: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.3	139
ตารางที่ 5.4: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.4	141
ตารางที่ 5.5: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.5	142
ตารางที่ 5.6: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.6	144
ตารางที่ 5.7: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.1	145
ตารางที่ 5.8: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.2	146
ตารางที่ 5.9: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.3	146
ตารางที่ 5.10: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.4	147
ตารางที่ 5.11: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.5	147
ตารางที่ 5.12: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.6	148
ตารางที่ 5.13: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 3	148

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด 10 อันดับ ของประเทศไทย (ล้านคน)	2
ภาพที่ 2.1: องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	8
ภาพที่ 2.2: กรอบแนวความคิดตามทฤษฎี	35



บทที่ 1

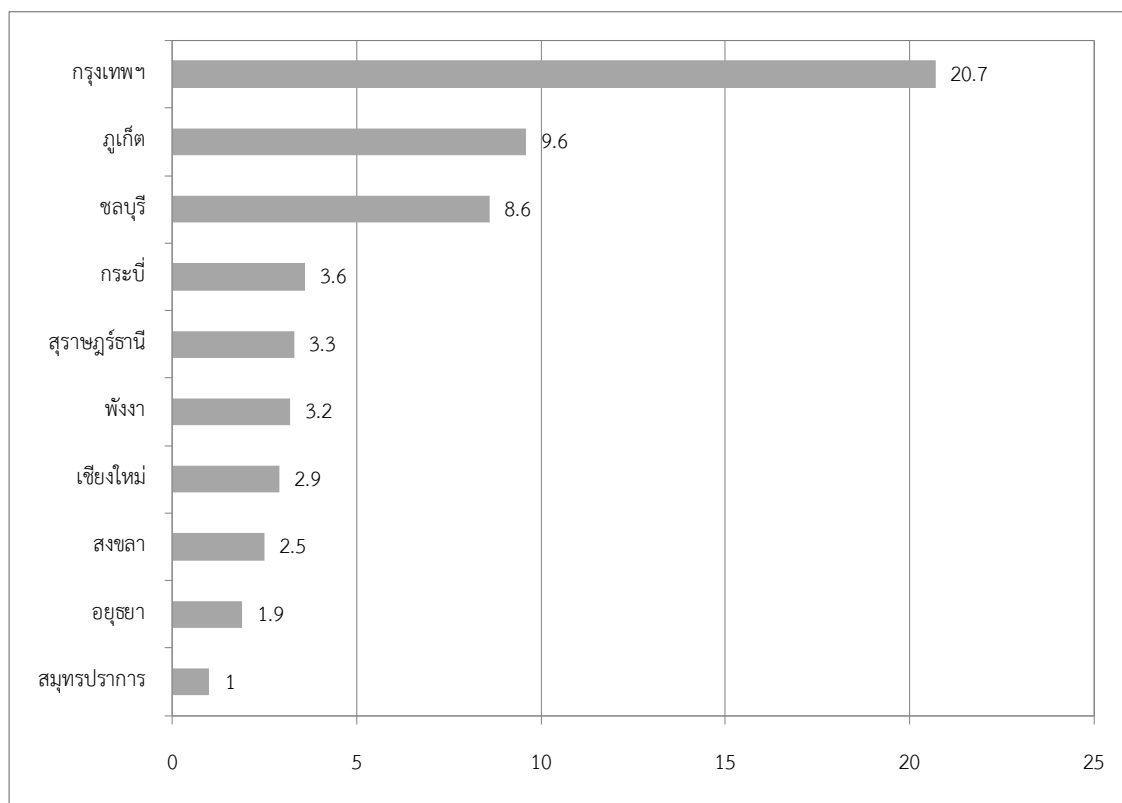
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก และเป็นที่ยืนยันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง และการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด ในปี 2560 ที่ผ่านมามูลค่าของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 20 ของ GDP ประเทศไทย คิดเป็นรายได้มูลค่ารวม 2.75 ล้านล้านบาท และมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า 35 ล้านคน และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการตั้งเป้าเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวขึ้นเป็น 37 ล้านคนในปี 2561 และตั้งเป้าเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวขึ้นเป็น 3 ล้านล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่เอื้อประโยชน์ให้การท่องเที่ยวสูง เช่น ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีให้เลือกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทะเล ภูเขา น้ำตก แม่น้ำ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตความเป็นไทย ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวแบบสมัยใหม่ ที่เกิดใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย ตรงนี้ถือเป็นจุดแข็งที่น่าสนับสนุนให้เกิดขึ้น เพราะคือสิ่งที่ช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน ช่วยเพิ่มความหลากหลายและเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีความหลากหลายในเรื่องของอาหารการกินซึ่งเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก รวมทั้งความหลากหลายในเรื่องของการเดินทางที่วันนี้ถือว่ามีความสะดวกสบายมากขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นทุกปี และในปี 2560 ที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า 35 ล้านคน และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการตั้งเป้าเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวขึ้นเป็น 37 ล้านคนในปี 2561 (ยุทธศักดิ์ สุภสร มั่นใจกลยุทธ์เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เข้าเป้าแน่นอน , 2018) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยเติบโตเฉลี่ยสูงถึง 10.3% ต่อปีระหว่างปี 2008 - 2017 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลกที่ 4.1% ต่อปีในช่วงดังกล่าว

ภาพที่ 1.1: จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด 10 อันดับ ของประเทศไทย (ล้านคน)



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยปี 2560. สืบค้นจาก <http://infocraftic.com/international-tourist-thailand-2017/>.

การเจริญเติบโตของภาคการท่องเที่ยวส่งผลดีในแง่ของการสร้างรายได้ ขณะเดียวกันก็อาจส่งผลเสียได้หากมีการจัดการที่ไม่ดีพอ เนื่องจากกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นการสร้างประสบการณ์ผ่านบริการจากภาคธุรกิจ อาทิ ที่พัก โรงแรม และร้านอาหาร ซึ่งต้องใช้สาธารณูปโภคในพื้นที่ ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว และในแต่ละภาคธุรกิจและสถานที่ท่องเที่ยวจะมีช่วงเวลาซึ่งเป็นที่ยอมรับตามสภาพอากาศที่เหมาะสมหรือเทศกาลสำคัญ ทำให้นักท่องเที่ยวกระจุกตัวเฉพาะบางช่วงเวลาและบางสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวแบบกระจุกตัว อาจส่งผลกระทบต่อด้านลบไปยังส่วนที่เกี่ยวข้องได้ในหลายแง่มุมสถานการณ์ดังกล่าวเรียกว่า Overtourism หรือภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ซึ่งมีผลกระทบหลายด้าน เช่น ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรธรรมชาติ

ชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่นและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เติบโตอาจส่งผลกระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะสั้น แต่ผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจส่งผลให้ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับด้วยคุณภาพลง และทำให้ภาคการท่องเที่ยวของไทยไม่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาว

ผู้วิจัยตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจาก ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลผลิตของจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาค้นคว้าและผลการวิจัยที่ได้มาพัฒนาและหาแนวทางการจัดการเพื่อแก้ปัญหาภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะประชากร
- 1.2.2 เพื่อศึกษาความแตกต่างของ ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามลักษณะประชากร
- 1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของงานวิจัยไว้ ดังนี้

- 1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย
- 1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย จำนวน 400 คน
- 1.3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่
 - 1.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ย
 - 1.2 ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง
 - 1.3 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เริ่มทำการศึกษาดังแต่เดือนธันวาคม 2561 - สิงหาคม 2562

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้มาเป็นแนวทางในการวางแผนและสร้างแนวทางการจัดการ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาวให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไป

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง คือ สถานการณ์ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไปจนความสามารถรองรับของพื้นที่

1.5.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนและความสนุกสนานบันเทิง

1.5.3 ผลกระทบของการท่องเที่ยว คือ สถานการณ์ที่มีสาเหตุมาจากการท่องเที่ยวที่อาจเกิดผลลบขึ้นกับ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว

1.5.4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว คือ ความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิดที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยว โดยมีเหตุผลประกอบ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นการศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ความคิดเห็น
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง
- 2.5 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 สมมติฐานการวิจัย
- 2.7 กรอบแนวความคิดตามทฤษฎี

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมของมนุษย์ที่ใช้เพื่อการผ่อนคลายพักผ่อนหย่อนใจ โดยวิธีการไปเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ที่แปลกใหม่ที่แตกต่างจากสถานที่เดิมที่ตนเองอาศัยอยู่ หรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อคลายความเครียดและหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับชีวิต

จากการศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัยของผู้อื่นและบทความทางอินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยว” ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ (บุญพา คำวิเศษณ์, 2554) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า การเดินทางที่เป็นการเดินทางตาม โดยมีเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่พำนักอาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้นไม่ได้บังคับให้ผู้เดินทางจะต้องเดินทาง และ ผู้เดินทางจะต้องเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. การเดินทางที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

อย่างไรก็ตามในส่วนของสมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism : IASET) (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางที่ออกจากที่พักถาวรไปอีกจุดหมายหนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการหารายได้ จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปลักษณะของการท่องเที่ยวได้ทั้งหมด 5 ประการ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของมนุษย์จากที่พักถาวรไปยังที่ต่าง ๆ
2. การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลักอยู่ 2 ประการ คือ การเดินทางไปสู่จุดหมาย และพักค้างคืน
3. การเดินทางและการพักค้างคืนนั้นจะต้องไม่ใช่ที่อยู่หรือที่ทำงานประจำ และกิจกรรมที่ต้องแตกต่างไปจากบุคคลที่อยู่ในท้องถิ่นและสภาพแวดล้อมนั้น
4. การเดินทางไปสู่จุดหมายจะต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ โดยมีแผนการเดินทางกลับภายในระยะเวลา 180 วัน
5. จุดหมายปลายทางที่จะเดินทางไปนั้นจะต้องไปเพื่อการท่องเที่ยว หรือเยี่ยมเยือนเท่านั้น ไม่ใช่การพักถาวร หรือไปทำงาน

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการและผู้วิจัยหลายคนได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543 อ้างใน วิคินีย์ มาร์ยอ, 2555) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงานประจำของมนุษย์ ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไข คือ การเดินทางที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว การเดินทางต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ และการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ได้ ที่มีค่าใช้จ่ายหรือการหารายได้ แต่ไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่าง ดังต่อไปนี้

- เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
- เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
- เพื่อการศึกษา
- เพื่อการกีฬาและบันเทิง
- เพื่อชมประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ
- เพื่องานอดิเรก
- เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
- เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
- เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

แต่ในขณะเดียวกัน Gee, Choy & Maskens (1984, อ้างใน อารายา อินคชสาร, 2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การออกจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่อื่น ๆ เช่น การเดินทางออกจากบ้านและการเดินทางเพื่อไปพำนักอาศัยที่อื่น ๆ ซึ่งขัดแย้งกับความหมายของ McIntosh & Goeldner (1984 อ้างใน ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ในขณะที่สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) ได้นิยามคำว่า “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียดและแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้นจะต้องเป็นการเดินทางแบบชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับ นิศา ชัชกุล (2550) ที่กล่าวว่า เป็นกิจกรรมการเดินทางจากที่พำนักถาวรไปยังจุดหมายปลายทางเป็นการชั่วคราว โดยประกอบด้วยปัจจัยสามประการ ได้แก่ การเดินทาง การพักค้างแรม และการทานอาหารนอกบ้าน

จากการศึกษาความหมายของการท่องเที่ยวในข้างต้นนั้น ผู้วิจัยสามารถรวบรวมความหมายทั้งหมดแล้วนำมาสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นการชั่วคราวที่ไม่ใช่การพำนักถาวร เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อวัตถุประสงค์อย่างอื่น

2.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีองค์ประกอบเป็นอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมการขนส่ง อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมนันทนาการ อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและบริการ ข้างเคียงต่าง ๆ ซึ่งได้มีผู้กำหนดแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ ดังนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ได้แบ่งองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญของการท่องเที่ยว โดยสามารถจัดออกเป็นหมวดหมู่ได้ 4 ประเภท ดังนี้

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงการอยู่อาศัย วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ของคนในท้องถิ่นนั้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงความงดงามของธรรมชาติในรูปแบบต่าง ๆ ของในแต่ละภูมิภาค

1.3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทให้ความบันเทิง ได้แก่ สวนสนุก ผับบาร์ สวนสัตว์ โรงละคร เป็นต้น

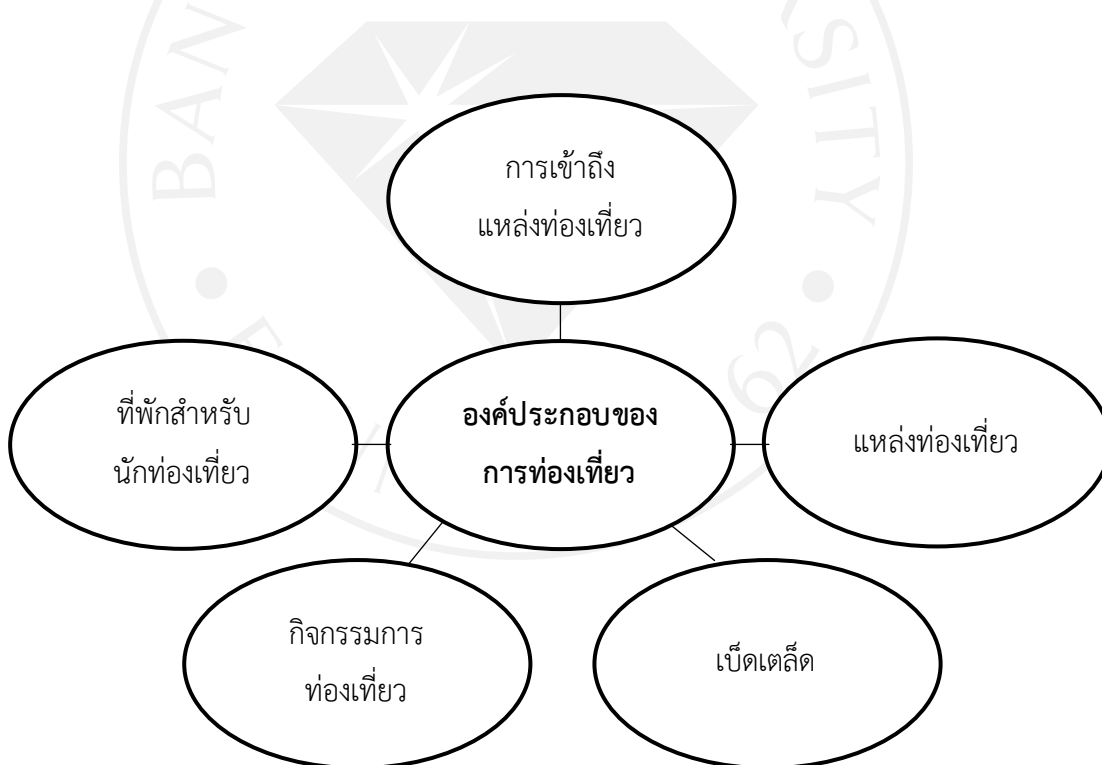
1.4 แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว

2. บริการการท่องเที่ยว เป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยว เป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงของนักท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า สถานบันเทิงต่าง ๆ สถานที่ทำกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมไปถึงโครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ซึ่งมีความปรารถนาจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งในกระบวนการจัดการได้รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและบริการให้กับนักท่องเที่ยวด้วย

ซึ่งต่างกับ พยอม ธรรมบุตร (2549 อ้างใน ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551) ที่ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

ภาพที่ 2.1: องค์ประกอบของการท่องเที่ยว



1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ ระบบโครงสร้างที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบการเดินทางคมนาคม สนามบิน รถไฟ ไปจนถึงการบริการด้านอุตสาหกรรม เช่น การขนส่งทางบก การขนส่งทางน้ำ การขนส่งทางอากาศ ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวได้สะดวกสบาย มากยิ่งขึ้น

2. ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) คือ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักประเภทต่าง ๆ จะมีราคาที่แตกต่างกันและผู้เข้าพักจะได้รับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันตาม ราคาของที่พัก ซึ่งการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้น ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ชานูน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุดของการเดินทาง เพราะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขา ทำให้เป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น หรือปราสาทพนมรุ้งซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) ในปัจจุบันนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปเยี่ยมชมโบราณสถาน ความงดงามของธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวสามารถมีโอกาสได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท่าองถื่น การปั่นหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบต่าง ๆ การพายเรือแคนูชมธรรมชาติในบริเวณป่าชายเลน การตกหมึกในทะเลน้ำลึกตอนกลางคืน ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การทำนา การร่วมพิธีกรรมต่าง ๆ ของชาวบ้านในท่าองถื่น เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่จะอยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิ เช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ

จากองค์ประกอบของการท่องเที่ยวทั้งหมดที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่ามีความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ถ้าขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งไปก็จะทำให้การท่องเที่ยวไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างสมบูรณ์ องค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้จะนำไปสู่การพัฒนาและสร้างประโยชน์ให้กับการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

2.1.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจะต้องเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราวและเดินทางด้วยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์ใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวนั้น Foster (1985) ได้ให้คำนิยามไว้ในหนังสือ “Travel and Tourism Management” ว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางสามารถแบ่งออกได้เป็น 9 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) เป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานหายไป และเรียกหลงกำลังกลับคืนมาสำหรับการเริ่มต้นทำใหม่ หรือบางคนอาจจะไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนจากอาการป่วย ยกตัวอย่างเช่น ไปท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคผิวหนังบริเวณบ่อน้ำร้อน ไปพักผ่อนจากการผ่าตัดที่ทะเล เพื่อรับอากาศที่บริสุทธิ์ เป็นต้น
2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่สนใจจะศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะนานาชาติในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรี หรือละครของประเทศต่าง ๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญเพื่อร่วมปฏิบัติศาสนากิจ เป็นต้น
3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) คือการเดินทางเพื่อการสอนหนังสือหรือการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อทำการวิจัย หรือแม้กระทั่งไปศึกษาดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เวลาพักอยู่ในสถานที่นั้นเป็นเวลานาน เช่นไปทำวิจัยที่ประเทศจีน ไปดูงานการเรียนการสอนที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ไปบรรยายวิชากฎหมายที่ประเทศฟิลิปปินส์ ไปฝึกอบรบวิศวกรรมยานยนต์ที่ประเทศเยอรมัน เป็นต้น
4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) คือการเดินทางที่บุคคลเดินทางไปเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาหรือรับชมกีฬา เช่น เข้าร่วมแข่งขันกีฬาซีเกมส์ เข้าร่วมแข่งขันกีฬาวอลเลย์บอลระดับประเทศ เป็นต้น
5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) คือการเดินทางเพื่อไปศึกษาเยี่ยมชมอนุสาวรีย์หรือโบราณสถานที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทนครวัด โครงการระดมทุนอนุรักษ์ยุคหิน เป็นต้น
6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) คือการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรกที่ตนเองชอบ เช่น ไปส่องนกในเขตอุทยานแห่งชาติ ไปเล่นสกีหิมะ ไปวาดรูปสถาปัตยกรรมต่าง ๆ เป็นต้น
7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend / Relation) คือการเดินทางเพื่อการเยี่ยมเยียนญาติมิตรหรือเพื่อนฝูง ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น เช่น ไปเยี่ยมเพื่อนที่ไปทำงานที่ประเทศแคนาดา ไปเยี่ยมลูกที่ไปเรียนต่อที่อังกฤษ เป็นต้น

8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา และประเทศในสหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น ประชาชนในประเทศเหล่านี้มักจะเดินทางเพื่อการติดต่อกิจการ เป็นวัตถุประสงค์หลัก ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าธุรกิจและการเดินทางนั้นเป็นของคู่กัน แต่ยังสามารถจัดเป็นการท่องเที่ยวได้อีกรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เป็นการสร้างรายได้ให้กับจุดหมายปลายทาง เช่นการเข้าพักที่โรงแรม การใช้บริการห้องประชุม การซื้อของฝากหรือของที่ระลึก สามารถแบ่งการท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจได้ออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

8.1 การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular Business Travel) หมายถึง การเดินทางเพื่อไปลงนามทางธุรกิจหรือไปติดต่อประสานงาน โดยส่วนมากมักจะมีเวลาในการหยุดพักผ่อนแทรกอยู่ด้วย ประมาณ 2 – 3 วัน เช่น นักธุรกิจชาวญี่ปุ่นมาลงนามเซ็นสัญญาก่อสร้างโรงแรมในประเทศไทย หรือตัวแทนขายสินค้าเดินทางเพื่อไปเยี่ยมลูกค้า

8.2 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive, Conference / Convention / Congress and Exhibition : MICE) การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้กำลังเป็นที่สนใจจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก เนื่องจากสามารถสร้างรายได้และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ ซึ่งมีการส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และมีความสามารถในการจ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป และการเดินทางแต่ละครั้งนั้นหากนักท่องเที่ยวเหล่านี้สนใจหรือประทับใจก็อาจจะมีการพักผ่อนต่อ หรือกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในรูปแบบอื่น ๆ

9. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ และเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุมสัมมนา เช่น เมืองพัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เจนีวา ปารีส เป็นต้น

2.1.4 นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้นไม่ได้ ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

ฐิรชญา มณีเนตร (2552 อ้างใน ธฤชวรรณ มาตกุล, 2556) กล่าวว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางจาก ถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวเป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมงขึ้นไป ด้วยความสมัครใจและมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ที่จุดหมายปลายทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวโดยเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน (Visitor)”

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) ได้แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักอาศัยของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใ้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยวจำแนกเป็น

- นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourists or International Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

- นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พักอาศัยในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในประเทศไทยก็ได้และมีการเดินทางท่องเที่ยวไปในจังหวัดอื่น ๆ

2. นักทัศนจร (Excursionists) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักอาศัยของตนโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใ้การประกอบอาชีพหรือหารายได้ เป็นการชั่วคราวหรือในระยะเวลาสั้น ๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) ทั้งนี้ผู้ที่โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่ค้างพักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักทัศนจร สามารถจำแนกออกได้ดังนี้

- นักทัศนจรชาวต่างประเทศ (Foreign Excursionists) หมายถึง นักทัศนจรชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

- นักทัศนจรภายในประเทศ (Domestic Excursionists) หมายถึง นักทัศนจรที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พักอาศัยในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทยก็ได้และมีการเดินทางท่องเที่ยวไปในจังหวัดอื่น ๆ

3. ผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศโดยจะจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักทัศนาจรก็ได้ ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติหรือนิยามในข้อใด ซึ่งสอดคล้องกับ อมรรัตน์ พรหม (2552) ที่ได้แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทเช่นกัน ดังนี้

1. Tourist หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากที่พักอาศัยของตน แล้วกลับมาเกินกว่า 24 ชั่วโมง และได้พักแรมที่ใดแห่งหนึ่งชั่วคาบเวลาหนึ่ง บางประเทศก็เรียกว่า Night visitor

2. Excursionist หมายถึง นักท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ หรือกลับมาถึงบ้านภายใน 24 ชั่วโมงโดยไม่พักแรม ณ ที่ใดที่หนึ่ง บางประเทศก็เรียกว่า Day visitor

3. Visitor หรือ Tourist ซึ่งมีความหมายเดียวกัน ซึ่งบางทีก็เรียกเต็ม ๆ ว่า Foreign visitor นอกจากนี้ในประเทศที่ใช้คำ Visitor แทนคำ Tourist นี้มักจะใช้คำว่า Tourist หรือ Domestic tourist ให้หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศหนึ่งแล้วท่องเที่ยวไปแต่เฉพาะภายในประเทศของตนเอง

ในขณะที่สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุกใส (2552) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ว่า นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน เป็นผู้ที่เดินทางจากที่อยู่ อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ซึ่งเรียกรวมกันทั้งนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้มาเยือนว่า “Visitors” จำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ

1. จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการไปเยือนและการพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้น ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1.1 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี ได้แก่

- ผู้ที่ไม่มีถิ่นพำนักอยู่ในสถานที่ที่ไปเยือน
- ผู้ที่สัญชาติของประเทศนั้น หรือเดิมเป็นคนในถิ่นนั้น แต่ปัจจุบันไม่ได้

อาศัยอยู่ ณ สถานที่นั้นแล้ว

- ผู้ที่เป็นลูกเรือ (พนักงานปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินและเรือโดยสาร) ซึ่งไม่มีถิ่นพำนัก ณ สถานที่ที่ไปเยือน ซึ่งเข้าไปพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้น

1.2 นักทัศนาจร หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพำนักอยู่ ณ สถานที่นั้นน้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่พักค้างคืน ซึ่งได้แก่

- ผู้โดยสารเรือสำราญหรือเรือเดินสมุทร ซึ่งมาแวะพักเพียงชั่วคราวและไม่ได้พักค้างคืน

- ผู้มาเยือนที่จากสถานที่นั้นไปภายในวันเดียวกัน

- ผู้ที่เป็นลูกเรือ (พนักงานปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินและเรือโดยสาร) ซึ่งไม่ได้มีถิ่นที่อยู่อาศัย ณ ประเทศหรือสถานที่นั้นและแวะพักเพียงชั่วคราวในเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง

2. จำแนกตามถิ่นพำนักของผู้มาเยือน ซึ่งสามารถจำแนกผู้มาเยือนได้ 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

2.1 ผู้มาเยือนขาเข้า (Inbound Visitor) หมายถึง ผู้มาเยือนที่มีถิ่นพำนักในต่างประเทศและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอีกประเทศหนึ่ง

2.2 ผู้มาเยือนขาออก (Outbound visitor) หมายถึง ผู้มาเยือนที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศหนึ่งและเดินทางออกไปยังประเทศอื่น

2.3 ผู้มาเยือนภายในประเทศ (Domestic visitor) หมายถึง ผู้มาเยือนที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศและเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ขึ้นไปมีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น

2.2.1 ความหมายของความคิดเห็น

Kolasa (1969 อ้างใน จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ, 2554) ได้แบ่งความหมายของความคิดเห็นไว้ 4 ความหมาย ดังนี้

1. การแสดงออกของบุคคลในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงอย่างหนึ่งอย่างใด
2. เป็นการประเมินผลสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากสถานการณ์แวดล้อมต่าง ๆ
3. ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกถึงการลงความเห็นของบุคคลหนึ่งในด้าน

ข้อเท็จจริง

4. เป็นการตอบสนองสิ่งเร้าที่ได้รับอิทธิพลมาจากความอึดอึ้ง

Merram-Webster Dictionary (1967 อ้างใน ธิดา ชูทวี, 2550) ได้สรุปความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นคือความเชื่อถือที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความแน่นอนหรือความรู้อันแท้จริงแต่จะตั้งอยู่ที่จิตใจ ความคิดเห็นและการลงความคิดเห็นของแต่ละบุคคลที่เห็นว่าน่าจะเป็นจริงหรือน่าจะตรงตามที่คิดไว้

Foster (1952 อ้างใน ญัฐวรุศ บุศเนตร, 2557) ได้กล่าวว่า ความคิดเห็นเกิดจากสาเหตุที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. ประสบการณ์ (Experiences) คือ สถานการณ์ความคิดเห็นเกิดขึ้นในตัวบุคคลจากการได้พบเห็นค้นเคยอาจ ซึ่งถือได้ว่าเป็นประสบการณ์ตรง (Direct experiences) หรือเกิดจากการได้ยินได้ฟัง ได้เห็นรูปถ่าย หรืออ่านจากหนังสือ โดยไม่ได้พบเห็นของจริงถือว่าเป็นประสบการณ์อ้อม ซึ่งความคิดเห็นเหล่านี้จะมีต่อบุคคล หมู่คณะ หรือเรื่องราวต่าง ๆ

2. ระบบค่านิยมและการตัดสินค่านิยม (Value system and judgement) คนแต่ละกลุ่มมีความคิดเห็นต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มคนแต่ละกลุ่มมีค่านิยมและการตัดสินค่านิยมไม่เหมือนกัน

Gulalnik (1997 อ้างใน อัมพาพร นพรัตน์, 2558) ได้แบ่งความหมายของความคิดเห็นออกเป็น 4 ประการ ได้แก่

1. เป็นความเชื่อที่ไม่สามารถยืนยันได้แน่นอนว่าเป็นความรู้สึกที่แท้จริง หรือความน่าจะเป็นของความคิดเห็นส่วนบุคคลในการตัดสินใจ
2. การประเมินผล หรือความรู้สึก หรือการประเมินค่าเกี่ยวกับลักษณะคุณค่าของบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ
3. รูปแบบการตัดสินใจของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาสาระ ซึ่งการให้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นสิ่งที่ต้องการ
4. หลักเกณฑ์การใช้ถ้อยคำโดยมีการตัดสินใจ หรือพิจารณาสิ่งต่าง ๆ โดยมีหลักเกณฑ์สนับสนุนในแต่ละกรณี

พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (2546 อ้างใน สมรรถชัย คันธมาพันธ์, 2556) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ คือ ความเชื่อ ความคิด ความรู้สึกประทับใจที่ไม่ได้เกิดจากกรพิสุจน์ หรือการซึ่งน้ำหนักกว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่

มณฑนา โพธิ์แก้ว (2550) สรุปไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึก ความคิด ความเชื่อ และการตัดสินใจเกี่ยวกับข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นการประเมินจากสถานการณ์ต่าง ๆ การแสดงออกถึงความคิดเห็นจะมีผลต่อเนื่องมาจากอารมณ์ พื้นความรู้ ภูมิหลังของทางสังคมและสภาพความจริงในขณะนั้น ความคิดเห็นไม่อาจบอกได้ว่าถูกต้องหรือไม่ อาจจะได้รับยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ซึ่งความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้เมื่อเวลาเปลี่ยนไป

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลทางอารมณ์ความรู้สึก หรือทางความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยไม่ต้องมีหลักฐานพิสุจน์ยืนยันได้เสมอไปแล้วนำไปสู่การแปลความหมาย หรือการคาดคะเนโดยอาศัยความรู้ อารมณ์ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมขณะนั้น เป็นพื้นฐานแสดงออกซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้ อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ นอกจากนี้ความคิดเห็นยังอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและแสดงออกได้ทั้งในทางบวกหรือทางลบก็ได้

2.2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความคิดเห็น

Oskamp (1977 อ้างใน อรสา หนูกระเสร์, 2557) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการก่อเกิดความคิดเห็นไว้ ดังนี้

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและสรีระ ได้แก่ อวัยวะต่าง ๆ ของบุคคลที่ใช้รับรู้ความผิดปกติของอวัยวะความบกพร่องของอวัยวะสัมผัสมีผลต่อความคิดเห็นไม่ดีต่อบุคคลภายนอก
2. อิทธิพลของผู้ปกครอง คือ เมื่อเป็นเด็กผู้ปกครองจะเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดและให้ข้อมูลแก่เด็กได้มาก ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของเด็กด้วย
3. ทักษะคิดและความคิดเห็นของกลุ่ม คือ เมื่อบุคลิกเจริญเติบโตย่อมจะมีกลุ่มและสังคม ดังนั้นความคิดเห็นของกลุ่มเพื่อน กลุ่ม อ่างอิง หรือการอบรมสั่งสอนในโรงเรียนหน่วยงานที่มีความคิดเห็นเหมือนหรือแตกต่างกันย่อมจะส่งผลต่อความคิดเห็นของบุคคลด้วย
4. สื่อมวลชน คือ สื่อต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น เป็นปัจจัยอันหนึ่งที่มีผลต่อความคิดเห็นของบุคคล

ในขณะที่ ชูติมา ชัยมุสิก (2550) ได้สรุปปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคลไว้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่
 - 1.1 ปัจจัยทางพันธุกรรมและทางด้านร่างกาย คือ เพศ อวัยวะ ความครบถ้วนสมบูรณ์ และอวัยวะต่าง ๆ และคุณภาพของสมอง
 - 1.2 ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น และการศึกษาทำให้บุคคลที่มีความรู้ในด้านต่าง ๆ มากขึ้น และคนที่มีความรู้มากมักมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล
 - 1.3 ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติของบุคคลต่อเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่ง อาจเกิดจากการเรียนรู้จากบุคคลในสังคมหรือจากการอบรมสั่งสอนของครอบครัว
 - 1.4 ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้มีความเข้าใจในหน้าที่ ความรับผิดชอบต่องานซึ่งส่งผลต่อความคิดเห็น
2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่
 - 2.1 สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นของบุคคล เป็นการได้รับข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล
 - 2.2 กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้อง มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล เพราะเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่มใดหรือสังคมใด ก็จะยอมรับและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มหรือสังคมนั้น ซึ่งทำให้บุคคลนั้นเกิดความคิดเห็นไปตามกลุ่มหรือสังคมที่อยู่

2.2.3 ประเภทของความคิดเห็น

Remmer (1996 อ้างใน ธิดา ชูทวี, 2550) ได้จำแนกความคิดเห็นเป็น 2 ประเภท คือ

1. ความคิดเห็นเชิงบวกสุด-เชิงลบสุด (Extreme Opinion) เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้ ซึ่งทางบวก ได้แก่ ความรักหลง และทางลบ ได้แก่ ความรังเกียจ โดยความคิดเห็นนี้รุนแรงและเปลี่ยนแปลงได้ยาก
2. ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Contents) การมีความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีพื้นฐานจากความรู้ความเข้าใจสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ได้แก่ ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย ความรู้ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ รังเกียจ ไม่เห็นด้วย เป็นต้น
3. การแยกแยะเป็นส่วน (Differentiation) การพิจารณาความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแบบละเอียดจะทำให้สามารถแยกการวิเคราะห์ได้ดีกว่าการพิจารณาความคิดเห็นแบบให้ละเอียด

2.2.4 ความสำคัญของการสำรวจความคิดเห็น

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2522 อ้างใน ธิดา ชูทวี, 2550) กล่าวถึงความสำคัญของการสำรวจความคิดเห็นว่า การสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษาความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆ ออกมาโดยการพูดหรือการเขียน เป็นต้น การสำรวจความคิดเห็นจะมีประโยชน์ต่อการวางนโยบายต่าง ๆ เพราะจะทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย โครงการพัฒนาใด ๆ ก็ตามถ้าจะให้สำเร็จและบรรลุเป้าหมายอย่างแท้จริงแล้ว ก็ควรจะต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชน การเผยแพร่โครงการและรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนต่อโครงการจึงจะเกิดผลดี คือ จะช่วยให้โครงการนั้นสอดคล้องจะเป็นไปตามความต้องการของท้องถิ่น อันเป็นสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่ใช้ประเมินโครงการและทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกในการมีส่วนร่วม ทำให้เกิดการต่อต้านถ้าสาธารณชนมีส่วน หรือมีสิทธิ์แสดงความคิดเห็นในโครงการใด ๆ ที่จะพัฒนาประเทศนั้นก็ทำให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของเปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือรักษาไว้ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางนโยบายต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือการเปลี่ยนแปลงระบบงานรวมทั้งการฝึกหัดการทำงานด้วย

2.2.5 วิธีวัดความคิดเห็น

วรthyา พรหมสุนทร (2555) กล่าวว่า การวัดความคิดเห็น หรือการสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษาถึงความรู้สึกของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และอาจส่งผลถึงการแสดงออกทางพฤติกรรมของเจ้าของความคิด การวัดระดับความคิดเห็นจะช่วยให้สามารถกำหนดแนวทางหรือนโยบายให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความคิดเห็นส่วนรวมได้ โดยความคิดเห็นทั่วไปต้องประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญ 3 สิ่ง คือ

1. บุคคลที่จะถูกวัดสิ่งเร้า
2. การตอบสนองซึ่งจะออกมาเป็นระดับสูง ต่ำ มาก น้อย
3. วิธีวัดความคิดเห็น

พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ (2531 อ้างใน วรภัทร วรรังษฤษฎี, 2553) ได้เขียนกล่าวถึงการสร้างมาตรวัดทัศนคติหรือความคิดเห็นไว้ในเอกสารบรรยายของคณะสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เรื่องการวัดทัศนคติไว้ทั้งหมด 4 วิธี คือ

1. วิธีของเธอร์สตัน (Thurston's Scale) เป็นวิธีสร้างมาตรวัดออกเป็นปริมาณแล้วเปรียบเทียบกับตำแหน่งของความคิดเห็นทัศนคติไปในทางเดียวกันและเสมือนว่าเป็น Scale ที่มีช่วงห่างกัน (Equal - Appearing Intervals)
2. วิธีกัตต์แมน (Gattman's Scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติหรือความคิดเห็นในแนวเดียวกัน และสามารถจัดอันดับข้อความทัศนคติสูงต่ำแบบเปรียบเทียบกันและกัน จากอันดับต่ำสุดถึงสูงสุดได้และแสดงถึงการสะสมของข้อแสดงความคิดเห็น
3. วิธีแนวแบบ S- D Scale (Semantic Differential Scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติหรือความคิดเห็น โดยอาศัยคู่คำคุณศัพท์ที่มีความหมายตรงกันข้าม (Bipolar Adjective) เช่น ดี- เลว ขยัน-ขี้เกียจ เป็นต้น
4. วิธีวัดแบบลิเคอร์ท (Likert's Scale) เป็นวิธีสร้างมาตรวัดทัศนคติที่นิยมแพร่หลาย เพราะเป็นวิธีการสร้างมาตรวัดที่ง่ายและประหยัดเวลา ผู้ตอบสนองแสดงทัศนคติในทางชื่นชอบ หรือไม่ชอบ โดยจัดอันดับความชื่นชอบ ซึ่งอาจมีค่า ตอบให้เลือก 5 หรือ 4 คำตอบ และให้คะแนน เป็น 5, 4, 3, 2, 1 หรือ +2, +1, -1, -2 ตามลำดับการให้คะแนน Positive หรือทาง Negative

ในขณะที่ Hurlock (1955 อ้างใน วรthyา พรหมสุนทร, 2555) กล่าวว่า สามารถวัดความคิดเห็นได้ด้วย 5 วิธี ดังต่อไปนี้

1. ใช้การสังเกต โดยการสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในด้านต่าง ๆ
2. ใช้การสัมภาษณ์โดยถามว่าชอบอะไร ไม่ชอบอะไร สนใจเรื่องอะไร
3. ใช้การสนทนาซึ่งการสนทนาจะเป็นการสะท้อนให้เห็นความรู้สึกนึกคิดและความชอบของบุคคลนั้น โดยการศึกษาจากเรื่องที่ชอบสนทนา

4. ศึกษาจากสมุดบันทึกประจำวัน ข้อเขียน จดหมาย เพื่อดูว่าผู้เขียนมีความสนใจเกี่ยวกับเรื่องอะไร ซึ่งการเขียนเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจได้ดีเช่นเดียวกับการสนทนา
5. โดยสอบถามถึงความต้องการ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

Engle (1993 อ้างใน สิริรัตน์ นาคแป้น, 2555) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล หลังจากทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ และหลังจากนั้นจึงทำการตัดสินใจ

นราทิพย์ ชูติวงศ์ (2550) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ว่า ผู้บริโภคเผชิญเหตุการณ์อยู่ด้วยจำนวนเงินหรือปัจจัยที่มีอยู่อย่างจำกัด ด้วยราคาสินค้าที่ซื้ออุปโภคและบริโภคที่ปรากฏอยู่ในตลาดและด้วยความต้องการที่จะให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

Loudon & Bitta (1998 อ้างใน วรพรรณ จันทิษฐ์, 2552) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค อาจหมายถึงกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ โดยเมื่อมีความต้องการใช้หรือการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าหรือบริการ

ชวัลนุช อุทยาน (2551) ได้กล่าวว่า เป็นการกระทำของนักท่องเที่ยวที่ไม่อาจรู้ตัวหรือทราบถึงในสิ่งที่จะเกิดขึ้นเป็นการกระทำที่ต้องการการตอบสนองทางความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งบุคคลอื่นจะสามารถสังเกตการ กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

กมลชนก (2560) กล่าวว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หรือ Tourist Behavior หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวข้องกันโดยตรงกับการใช้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกในการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่ปรากฏออกมาให้สังเกตเห็นได้ รับรู้ได้ ใช้เครื่องมือตรวจสอบได้

2. พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) หรือกระบวนการทางจิต (Mental process) หมายถึง พฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยตา หรือไม่สามารถใช้เครื่องมือตรวจสอบได้โดยตรง เช่น ความรู้สึก อารมณ์ ความจำ การคิด การวิเคราะห์หาเหตุผล ประสบการณ์ ฯลฯ

จากความหมายทั้งหมดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการเสาะแสวงหา การเลือก การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการกำจัดผลิตภัณฑ์และบริการหลังการใช้ เพื่อสนองความต้องการ และการความปรารถนาอยากได้ให้ได้รับความพอใจ

2.3.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

อัจฉรา สมบัตินนทนา (2555) ได้แบ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้มากและกว้างขวางที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้เป็น

1.1 วัฒนธรรมหลัก เป็นตัวก่อให้เกิดค่านิยม การรับรู้ ความอยากได้ ไปจนถึงพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอยู่ในกลุ่มหรือในทุกสังคมมนุษย์ สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วก็ถ่ายทอดให้แก่อันและกันมา และด้วยเหตุผลที่แต่ละสังคมต่างก็มีวัฒนธรรมหลักของตนเอง ผล ที่ตามมาก็คือพฤติกรรมการซื้อของมนุษย์ในแต่ละสังคมก็จะแตกต่างกันไป

1.2 อนุวัฒนธรรม หมายถึง วัฒนธรรมที่รวมกันเข้าเป็นกลุ่มสังคมกลุ่มใหญ่ของคนกลุ่มย่อย จำแนกอนุวัฒนธรรมออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

- วัฒนธรรมทางเชื้อชาติ
- วัฒนธรรมตามท้องถิ่น
- วัฒนธรรมตามอายุ
- วัฒนธรรมทางอาชีพ

1.3 ชนชั้น หมายถึง คนจำนวนหนึ่งที่มีอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเหมือนกัน เช่น รายได้ อาชีพ การศึกษา หรือชาติตระกูล ชนชั้นของนักท่องเที่ยวในสังคมเมื่อแบ่งออกแล้วจะมีลักษณะ ดังนี้

- ผู้บริโภคที่อยู่ในชั้นเดียวกันมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเหมือนกัน
- ชั้นของผู้บริโภคถูกจัดกลุ่มและลำดับความสูงต่ำโดยตัวแปรหลายตัว เช่น

อาชีพ รายได้ ความมั่งคั่งร่ำรวย การศึกษา และค่านิยม เป็นต้น

2. ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) ปัจจัยทางสังคม เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และบทบาทสถานภาพในสังคมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีมากมาย

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ รายได้ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพและมโนทัศน์ที่มีต่อตนเอง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่สำคัญ ๆ

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ได้แก่ การจูงใจ (Motivation) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) ความเชื่อและทัศนคติ (Beliefs and Attitudes) ซึ่งส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

ณัฐพงศ์ เลิศวุฒิรักษ์ (2561) ได้แบ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ไว้ ดังนี้

1. โลกาภิวัตน์ (Globalization) ผลลัพธ์จากการพัฒนาการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่งและเทคโนโลยีสารสนเทศได้นำความหลากหลายทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม นวัตกรรม เทคโนโลยี แรงงาน ฯลฯ ของแต่ละมุมโลกเข้าด้วยกัน โดยผลลัพธ์ที่ตามมาอย่างชัดเจน คือ “การเปลี่ยนแปลง” โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อก้าวให้ทันสภาพการณ์ของตลาดในปัจจุบัน และอนาคตเพื่อมัดใจกลุ่มลูกค้า และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านธุรกิจ การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจกลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้

2. การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Specialty Interest Tourism) รูปแบบของการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้นกว่าในอดีต นักท่องเที่ยวหลายกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจต่อประเทศไทยมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศท่องเที่ยวฮอตฮิตในสายตาชาวต่างชาติ หัวเมืองต่าง ๆ เช่น กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต หัวหิน เป็นต้น โด่งดังมีชื่อเสียงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากในแต่ละปี ด้วยความแตกต่างในเชิงภูมิศาสตร์ ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีจุดเด่นเยอะส่งผลให้เราดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาจากทั่วโลกโดยมีเป้าหมายเฉพาะเจาะจงที่มาก นักเดินทางมีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาไทยที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงเกษตร เชิงอุตสาหกรรม เชิงพาณิชยกรรม เชิงวัฒนธรรม เชิงศาสนา เชิงการแพทย์ เชิงสุขภาพ เชิงกิจกรรมและกีฬา สรุปคือปัจจุบันนี้ นักเดินทางมีจุดประสงค์และเป้าหมายในการมาไทยที่กว้างมากขึ้น ถือเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญที่สุด

3. ชีวิตยุคดิจิทัล (Digital Lifestyle) เทคโนโลยี นวัตกรรมในยุคดิจิทัลได้สร้างความ สะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั้งในและนอกประเทศ การศึกษาข้อมูลด้านการท องเที่ยว ออนไลน์ การแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวในโลกออนไลน์มีให้เห็นอย่างแพร่หลาย การจ่ายเงิน ออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นเรื่องปกติในยุคดิจิทัล โดยทุกวันนี้ชาวจีนมาเที่ยวไทยไม่ จำเป็นต้องพกเงินสดมา ทุกอย่างสามารถจบในระบบออนไลน์ได้แทบทั้งหมด ฉะนั้นแล้ว “การ เชื่อมต่อ” และ “การเข้าถึง” โลกออนไลน์จึงส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ต่างชาติโดยตรง ทำให้สัดส่วนของกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภท FIT (Free Individual Travelers) เพิ่มขึ้น โดยทุกคนสามารถศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว จองตั๋วเครื่องบิน จองห อง โรงแรม จองรถ จองตั๋ว ได้ด้วยตนเอง และสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่ตนไม่เคยไปได้อย่าง ไม่ยากลำบาก ฉะนั้นการเรียนรู้ที่จะใช้เครื่องมือออนไลน์ที่กลุ่มลูกค้านิยม ใช้อย่างเป็นประจําจึงเป็น สิ่งจำเป็นที่ไม่สามารถเลี่ยงได้ จนอินเทอร์เน็ตกลายเป็นปัจจัยที่ 5 ในการใช้ชีวิตอย่างแท้จริง

5. สายการบินราคาประหยัด (Low-cost Airline) การแข่งขันของธุรกิจสายการบินเข้มข้น ขึ้นเรื่อย ๆ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาด้วยราคาค่าโดยสารที่น่าสนใจทำให้สายการบินราคาประหยัด กลายเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกสำคัญในการเดินทางที่นักท่องเที่ยวมักเดิ นทางทั้งหลายมักจะใช้บริการอยู่ เสมอ ราคาที่ถูกทำให้นักเดินทางรู้สึกว่าการไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นเรื่องง่ายและสะดวกสบายขึ้น ฉะนั้นนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อตั๋วในราคาที่ถูกลงแล้วจะทำการวางแผนล่วงหน้าและจองตั้ วเครื่องบินตั้งแต่เนิ่น ๆ ก่อนไปท่องเที่ยวเสมอ

6. นโยบายทางการเมือง (Politics) นโยบายต่างประเทศส่งผลโดยตรงกับจำนวนตัวเลข นักท่องเที่ยว นโยบายผ่อนผันต่าง ๆ ในการขอวีซ่า การยกเลิกการขอวีซ่า การยกเลิก ค่าธรรมเนียมระยะสั้น เป็นการกระตุ้นยอดนักท่องเที่ยวที่ชัดเจนที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ ดียอมเพิ่มจำนวนการไปมาหาสู่โดยปริยาย ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่หม่นหมองก็ส่งผลด้านลบ ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการเช่นกัน โดยกรณีที่ชัดเจนที่สุดในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาความ ขัดแย้งในเชิงนโยบายต่างประเทศของจีนและเกาหลีใต้ทำให้กระแสต่อต้านเกาหลีมีให้เห็น อย่าง แพร่หลายในประเทศจีน นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เบนเข็มไปท่องเที่ยวที่ประเทศอื่น ทำให้หลาย ประเทศรอบข้างรวมถึงประเทศไทยได้รับอานิสงค์ไปด้วย

7. สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยหลากหลายประเทศกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ อาทิเช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน หรือแม้กระทั่งประเทศไทยเองก็กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเช่นกัน ซึ่งหมายความว่าตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะขยายตัวเช่นกัน นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงมาก เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพ มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยสูง เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี ฉะนั้นเราจะเห็นว่าธุรกิจที่เจาะกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุโดยเฉพาะมีเพิ่มมากขึ้นอย่างแพร่หลาย รวมถึงธุรกิจประเภท อสังหาริมทรัพย์

2.3.3 องค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยว

ฉันทิช วรรณอนอม (2552 อ้างใน อัจฉรา สมบัตินนทนา, 2555) กล่าวว่า ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีความต้องการพื้นฐานในการประกอบการตัดสินใจ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางเข้าไปเยี่ยมชม เช่น อุทยานแห่งชาติ วัฒนาอาราม มรดกโลก สวนสัตว์ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก แหล่งอนุรักษ์พันธุ์พืชและสัตว์ป่า วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลาดย่านการค้า แหล่งช้อปปิ้ง ทะเล เกาะแก่ง แหล่งดำน้ำ เป็นต้น ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้มีอยู่มากมายขึ้นอยู่กับความต้องการและความชอบของนักท่องเที่ยวด้วย
2. โครงสร้างพื้นฐานประกอบไปด้วย ไฟฟ้า แสงสว่าง ระบบของน้ำประปา โทรศัพท์ การสื่อสารไร้สาย ระบบกำจัดสิ่งปฏิกูล การคมนาคมสื่อสาร ถนนหนทาง ท่าอากาศยาน สนามบิน รถไฟ สวนสาธารณะ โรงพยาบาล สถานีรถประจำทางและสถานีรถไฟ ที่พักตากอากาศ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ระหว่างเดินทางท่องเที่ยว
3. การขนส่ง ได้แก่ ยานพาหนะที่ใช้ในการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เรือ เครื่องบิน รถไฟ รถประจำทาง รถบัส แท็กซี่ รถยนต์ รถไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งการให้บริการของขนส่งทั้งหลายควรมีพนักงานที่คอยให้บริการที่เป็นมิตรและเอาใจใส่ผู้โดยสาร รวมไปถึงความสะดวกสบายและความปลอดภัยด้วย
4. การต้อนรับขับสู้ของเจ้าของบ้านหรือคนในท้องถิ่น กล่าวคือ เจ้าบ้านจะต้องมีทัศนคติที่ดีกับแขก ต้องแสดงออกถึงความสุภาพ ความเป็นมิตร ความจริงใจ ความซื่อสัตย์ พร้อมทั้งจะคอยช่วยเหลือในสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับไปบอกเล่ายังบ้านเกิดเมืองนอนว่าประเทศไทยผู้คนเป็นมิตร

5. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยด้านนี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึง แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมี ความสวยงามแต่ไม่มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน นักท่องเที่ยวก็อาจจะตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่อื่น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ นักท่องเที่ยวบางคนให้ความสำคัญอยู่ในลำดับต้น ๆ เลยด้วยซ้ำ ดังนั้น รัฐบาลตลอดจนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีมาตรการสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทำให้เขารู้สึกว่าเขาจะได้รับความสะดวกสบายปลอดภัยไร้กังวล ระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งพื้นที่ของตน

6. ผู้ให้บริการนำเที่ยว ชื่อเสียง การบริการ ภาพลักษณ์ของบริษัทจัดนำเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นและตัดสินใจใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว เพราะปัจจัยข้อนี้สำคัญมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่จะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวเพื่อลดภาระขั้นตอนของตนเอง

ซึ่งขัดแย้งกับ ญัตติพวงศ์ เลิศวุฒิรักษ์ (2561) และ ชวัลนุช อุทยาน (2551) ได้แบ่งองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยัง คงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักการผจญภัยนิยมไต่เขาปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรร แล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการจึงต้องกลับมาแปลความหมายไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่า เป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี ค.ศ.2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าวจะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัยและอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง

2.4.1 ความหมายของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง

อารยา จันทรสกุล (2561) ได้ให้ความหมายของ ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ไว้ว่า สถานการณ์ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินความสามารถการรองรับของพื้นที่

BBC News ประเทศไทย (2561) กล่าวว่า "ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง" หรือ "Overtourism" คือ สถานการณ์ที่แหล่งท่องเที่ยวกลายเป็น "เหยื่อ" ของกระแสความนิยมที่ตัวเองได้รับ นี่คือนี่คือสิ่งที่หลายสถานที่ในโลกกำลังพยายามรับมือ เพื่อปกป้องแหล่งท่องเที่ยวพร้อมกับดูแลคนท้องถิ่นของตัวเอง

Durband (2018) กล่าวว่า ปัญหาภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง เกิดจากความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี นำมาซึ่งปัญหาความแออัดของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เกินขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่

Kakis (2018) กล่าวว่า ปัญหาภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองหรือ Overtourism เกิดจากการไร้การจัดการควบคุม จนทำให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมของเมืองนั้น ๆ เสื่อมโทรมไปในที่สุด

พลอยจันทร์ สุขคง (2561) กล่าวว่า ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง หรือ Overtourism นั้นสามารถเกิดได้ทุกที่ทุกแห่งทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นเมืองใหญ่หรือชนบท โดยเฉพาะตาม City Destination ที่นักท่องเที่ยวนิยมปักหมุด

จากความหมายทั้งหมดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง หมายถึง สถานการณ์ที่เกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเกินความสามารถรองรับของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากการบริหารจัดการควบคุมของสถานที่ท่องเที่ยว สถานการณ์นี้สามารถเกิดได้ในสถานที่ท่องเที่ยวทุกแห่งทั่วโลก

2.4.2 ผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง

อารยา จันทรสกุล (2561) กล่าวว่า ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ก่อให้เกิดผลกระทบ ดังนี้

1. ครอบคลุมนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการจราจรที่ติดขัด หรือสร้างความวุ่นวายและเกิดการส่งเสียงดังรบกวนคนในท้องถิ่น
2. ลดความประทับใจของนักท่องเที่ยว จากการรอคิวเพื่อใช้บริการต่าง ๆ นานขึ้น อาทิ ร้านอาหาร และการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ความอึดอัดจากปริมาณคนหนาแน่นทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับประสบการณ์ตามที่คาดหวังไว้
3. ค่าครองชีพสูงขึ้นตามราคาสินค้าและบริการที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้น อันเนื่องมาจากความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
4. สาธารณูปโภคไม่เพียงพอ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องใช้สาธารณูปโภคร่วมกับคนในท้องถิ่น หากสาธารณูปโภคขยายตัวไม่ทันสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือมีการจัดการที่ไม่ดีพอ เช่น ถนนคับแคบ สนามบินแออัด การขาดแคลนไฟฟ้าและน้ำประปา รวมถึงการขาดการควบคุมมลภาวะ เป็นต้น จะเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตด้านท่องเที่ยวและกระทบคนในท้องถิ่น
5. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเสื่อมโทรม หากนักท่องเที่ยวมากเกินไปเกินความสามารถในการรองรับของทรัพยากรธรรมชาติ ย่อมทำให้เกิดการเสื่อมโทรม นอกจากนี้ผลต่อเนื่องจากการจัดการของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพอาจทำให้แหล่งน้ำเสื่อมโทรมและขาดแคลนน้ำสะอาด
6. มรดกและวัฒนธรรมดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทำให้การดูแลให้ทั่วถึงทำได้ยากและเสี่ยงต่อการถูกทำลาย เช่น การขีดเขียนลงบนโบราณสถาน การนำวัตถุโบราณออกจากพื้นที่ รวมถึงการเข้ามาของวัฒนธรรมใหม่ที่อาจทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นเปลี่ยนไป

2.4.3 แนวทางการจัดการเพื่อแก้ปัญหาภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง

อารยา จันทรสกุศล (2561) กล่าวว่า แนวทางการจัดการเพื่อแก้ปัญหาภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองไม่มีสูตรสำเร็จ วิธีการที่เหมาะสมคือจะต้องเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา โดยขึ้นอยู่กับสภาพปัญหาและเป้าหมายของแต่ละพื้นที่ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้อง แบ่งปันข้อมูลระหว่างกันเพื่อให้รับรู้สภาพปัญหาที่แท้จริง จากนั้นร่วมกันวางเป้าหมายและสร้างแนวทางการจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว โดยการพัฒนาสาธารณูปโภคให้เพียงพอสำหรับคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงจัดการเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวและธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เหมาะสมตามพื้นที่และช่วงเวลา ซึ่งสามารถสรุปแนวทางและตัวอย่างการจัดการของเมืองท่องเที่ยวหลาย ๆ แห่งทั่วโลก ได้ดังนี้

1. กระจายนักท่องเที่ยวออกจากช่วงเวลาที่เหมาะสม ควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวในเวลาต่าง ๆ โดยใช้เทคโนโลยีระบบจองล่วงหน้า มีระบบแสดงความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว และควรส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วง Low Season

2. กระจายนักท่องเที่ยวออกจากพื้นที่ที่หนาแน่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับความนิยม พัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ รวมถึงการสร้างเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว

3. ใช้กลไกราคา หากราคาสินค้าและบริการท่องเที่ยวสูงขึ้นจะลดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นแนวทางหนึ่ง คือ การเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีนักท่องเที่ยวสำหรับพื้นที่ที่มีความแออัด ทั้งนี้ราคาต้องมีความสมเหตุสมผลและสามารถอธิบายถึงความจำเป็น รวมถึงนำเงินรายได้เหล่านั้นไปพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวตามความเหมาะสมด้วย เช่น หมู่เกาะ Balearic ของประเทศสเปน ประกาศจะเพิ่มภาษีนักท่องเที่ยวเพื่อนำรายได้ไปพัฒนาด้านการจัดการขยะและความปลอดภัย นอกจากนี้ยังสามารถใช้กลไกการกระจายนักท่องเที่ยวออกจากช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยตั้งราคานอกช่วงหนาแน่นให้ต่ำกว่า เช่น การลดราคาตั๋วช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว รวมถึงการตั้งราคาที่เปลี่ยนแปลงได้ตามความต้องการเข้าชมผ่านระบบการจัดการราคาที่แสดงผ่านช่องทางออนไลน์ โดยช่วงที่มียอดจองสูงราคาจะถูกปรับขึ้นเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวกระจายไปยังช่วงเวลาอื่น

4. การจัดการด้าน Supply เพื่อควบคุมหรือกระจายนักท่องเที่ยวสำหรับธุรกิจที่พักแรม สามารถควบคุมผ่านการจำกัดจำนวนที่พักแรมเปิดใหม่ เช่น เมือง Barcelona ประเทศสเปน ห้ามก่อสร้างโรงแรมเพิ่มในเขตใจกลางเมือง เป็นต้น นอกจากนี้การควบคุมธุรกิจที่พักแรมให้จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายเพื่อให้การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเป็นไปอย่างถูกต้อง ในปัจจุบันการปล่อยเช่าห้องพักในบ้านรูปแบบ Sharing economy ผ่านออนไลน์กำลังเป็นที่นิยมทำให้การควบคุมยากขึ้น อย่างไรก็ตามในบางประเทศ เช่น นอร์เวย์ และเมือง Berlin ประเทศเยอรมนี มีแนวคิดจะจำกัดจำนวนวันปล่อยเช่าต่อปีเพื่อลดแรงกดดันของปัญหาขาดแคลนที่พักสำหรับผู้อยู่อาศัยระยะยาวและค่าเช่าที่

สูงขึ้นตามความนิยมจากนักท่องเที่ยว ส่วนธุรกิจขนส่งนักท่องเที่ยว อาจควบคุมปริมาณเรือและเครื่องบิน เช่น เกาะ Santorini ประเทศกรีซ และ เมือง Barcelona ประเทศสเปน มีมาตรการจำกัดปริมาณเรือสำราญ ขณะเดียวกันสามารถกระจายนักท่องเที่ยวผ่านการทำกลยุทธ์ร่วมกับสายการบิน เพื่อทำการบินนอกฤดูกาลท่องเที่ยวและเปิดเส้นทาง ใหม่ เช่น ประเทศไอซ์แลนด์ที่เริ่มมีการเติบโตนอกฤดูกาลท่องเที่ยวจากสายการบินที่ทำการบินเพิ่มขึ้น และในจังหวัดรองของประเทศไทยที่มีแผนขยายสนามบินเพื่อรองรับการเปิดเส้นทางบินใหม่ เป็นต้น

5. ปิดแหล่งท่องเที่ยว หากปัญหามีระดับความรุนแรงสูงโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความเสื่อมโทรมมากอาจมีความจำเป็นต้องปิดเพื่อให้ธรรมชาติมีการฟื้นฟู เช่น ประเทศไทยมีการปิดเกาะตาชัย ในจังหวัดพังงาแบบถาวรตั้งแต่ปี 2559 หรือการปิดเกาะต่าง ๆ ในช่วงมรสุมของทุกปี เช่น การปิดอ่าวมาหยาในหมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ เป็นเวลา 4 เดือน

2.5 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก (2559) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน 3) เพื่อรวบรวมสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และ 4) เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 73 ราย ทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window Version 22 ใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า One-Way Analysis of Variance (f-test) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจปานกลางถึงมากต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงครามในภาพรวม ในรายด้านส่วนใหญ่มาก เช่น ด้านความสะดวกทางกายภาพ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านการให้บริการ ด้านความปลอดภัยต่อบุคคลและทรัพย์สิน และด้านค่าใช้จ่ายและการเงินได้ระดับ ความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อวิเคราะห์นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างต่อความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวในภาพรวมพบว่า ความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวมทุกด้าน ในกรณีที่มีช่วงอายุแตกต่างกันรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ความคิดเห็นด้านแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ดีขึ้น

ควรมีการบูรณาการการทำงานในทุกหน่วยงาน ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการ โลจิสติกส์ การท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้การท่องเที่ยวเกิด ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศึก ภาพ ควรมีการนำระบบ ICT Management เข้ามาช่วยสนับสนุนในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบมากขึ้นรวมทั้งระบบสนับสนุนและช่วยเหลืออื่น ๆ เช่น การเดินทาง ร้านอาหาร ข้อมูลอื่น ๆ ที่มีความ เกี่ยวเนื่องกัน และท้ายที่สุดคือการร่วมมือกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ในอนาคต อาจเพิ่มการ จัดทำแผนที่เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อเพิ่มโอกาสในการ กระจายรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น

ชุติกานต์ ยินดีสุข (2559) ศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิง นิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย” โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 425 คน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก มีการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานโดยใช้สถิติ t-test F-test และ Pearson's Correlations ผลการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ นักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และยังพบว่าข้อมูลส่วนบุคคลในด้าน รายได้ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อมูลส่วนบุคคลในด้านอายุ อาชีพ สถานภาพการสมรส รายได้และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลให้ทัศนคติต่อการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 - 0.001 ข้อมูลส่วนบุคคลในด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สุริวัสสา นารินคำ สุดสันต์ สุทธิพิศาล และเฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว (2557) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงราย” การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2) เพื่อศึกษารูปแบบของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 324 คน เลือกโดยวิธีแบบแบ่งชั้น และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบ สมมติฐานโดยสถิติ Chi-square วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย t-test การวิเคราะห์ความ

แปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบรายคู่ LSD (Least Significant Difference) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว คือ การมาท่องเที่ยว/พักผ่อน แหล่งข้อมูลหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ คำแนะนำจากเพื่อนญาติบุคคลในครอบครัวหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว และอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการผ่านบริษัทท่องเที่ยว แต่เดินทางด้วยตนเองโดยรถโดยสารสาธารณะและเลือกพักเกสต์เฮาส์ ราคาต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน เป็นเวลา 2 - 3 วัน ผลการวิเคราะห์รูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า ส่วนใหญ่เลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยเดินทางไปมาก่อน ชอบเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความตื่นเต้นท้าทายให้กับชีวิต และเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้มีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีปัจจัยบุคคลต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อีกทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีปัจจัยบุคคลแตกต่างกันมีรูปแบบในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อนำไปปรับปรุงนโยบายเชิงรุกของแผนการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อไป

ณัฐรุช บุศเนตร (2557) ทำการศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมน ตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความคิดเห็นและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมน ตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้ ภูมิฐานะ และประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว หรือซื้อสินค้าที่ตลาดหนองมน จำนวน 350 คน ด้วยเครื่องมือแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การทดสอบ t-test One-way ANOVA และการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการ LSD ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาด หนองมน ในภาพรวมพบว่า การท่องเที่ยวตลาดหนองมนควรได้รับการพัฒนามากที่สุด โดยในด้านของการท่องเที่ยวตลาดหนองมนที่ควรได้รับการพัฒนามากที่สุด คือ ด้านบริการการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการพัฒนาแหล่งหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิฐานะ และประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดหนองมน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมนแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่

มีภูมิสำเนา และประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดหนองมน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการทดสอบสมมติฐานใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square) โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปีส่วนใหญ่สมรสแล้ว การศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานของรัฐ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท 2) ด้านการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยได้รับข้อมูลจากสื่อที่เป็นบุคคลมากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน รองลงมา คือ บุคคลในครอบครัวหรือญาติ ส่วนสื่อที่ไม่ใช่บุคคลอยู่ในเกณฑ์มากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ โทรทัศน์ รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ต 3) ด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์มาก โดยองค์ประกอบทางด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์มากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ บรรยากาศการนั่งเรือชมวิวทิวทัศน์ รองลงมา คือ ความเป็นธรรมชาติของสภาพแวดล้อม ทางด้านการตลาด ทางการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์มากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการของเรือนำเที่ยวหรือเรือชมตลาดน้ำ รองลงมา คือ คุณภาพการบริการของแม่ค้าพ่อค้า และทางด้านการขนส่งและอำนวยความสะดวกอยู่ในเกณฑ์มากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ มีจุดบริการนักท่องเที่ยว รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์มาก โดยแรงจูงใจด้านศิลปวัฒนธรรมอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ลำดับแรก ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของบ้านเรือนไทยและสถาปัตยกรรมไทยโบราณ รองลงมา คือ รูปแบบของการท่องเที่ยว เช่น การได้นั่งเรือชมทิวทัศน์ตอนกลางคืน ส่วนแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวด้านกายภาพอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ลำดับแรก ได้แก่ ต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา คือ ต้องการเก็บภาพสถานที่ท่องเที่ยว 5) พฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกิจกรรมในการท่องเที่ยว คือ การถ่ายรูป โดยท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน โดยมีบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย คือ ครอบครัวหรือญาติ มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2 - 4 คน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,000 - 5,000 บาท สิ่งจูงใจที่ทำให้มาท่องเที่ยวเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาตินอกจากนี้ยังจะบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวที่นี่แน่นอน และจะกลับมาท่องเที่ยวอีกถ้ามีโอกาส 6) ผลการทดสอบสมมติฐานด้านความสัมพันธ์

ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า อายุส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในเรื่องบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยว ระดับการศึกษาส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในเรื่องโอกาสในการท่องเที่ยวและจำนวนผู้ร่วมเดินทาง อาชีพส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในเรื่องจำนวนผู้ร่วมเดินทาง นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า องค์ประกอบด้านการตลาดทางการท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในเรื่องจำนวนผู้ร่วมเดินทางองค์ประกอบด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในเรื่องกิจกรรมในการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) ทำการศึกษา “การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา ” ในครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจุดเริ่มต้นของการเดินทางประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหาร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหาร มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม สูงที่สุด ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหารแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและจุดเริ่มต้นของการเดินทางต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหารไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

วีรพงศ์ รัตนศรี (2554) ทำการศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวถ้ำลอด อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวถ้ำลอด อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน และเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวถ้ำลอด อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไปที่มาท่องเที่ยวถ้ำลอด อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 320 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน t-test, One-Way ANOVA และทดสอบความแตกต่างด้วยวิธี ของ LSD ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวถ้ำลอด อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวมมีความคิดเห็นการท่องเที่ยวถ้ำลอดอยู่ในเกณฑ์ดี เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 1) ด้านการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) ด้านการบริการนำเที่ยว และ 3) ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มภายในถ้ำลอด โดยด้านการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีความสมบูรณ์ทาง ธรรมชาติ และยังคงความเป็นเอกลักษณ์วิถีชีวิตพื้นบ้าน ในด้านการบริการนำเที่ยว ผู้นำเที่ยวใช้วาจาสุภาพดีมาก มีราคาค่าบริการนำเที่ยวมีความเหมาะสม และในด้านการร้านอาหาร เครื่องดื่มภายในถ้ำลอด การให้บริการที่เป็นกันเอง ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว ถ้ำลอด อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวถ้ำลอดไม่แตกต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และภูมิลำเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวถ้ำลอดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ธิดา ชูทวี (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา” มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ และภูมิลำเนา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน โดยการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.923 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า t-test และทดสอบค่าเอฟ F-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา มีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดสมิหลาโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นด้วยกับข้อความด้าน

สภาพแวดล้อมทางกายภาพในระดับมาก ในขณะที่มีความคิดเห็นด้วยกับข้อความด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ และด้านบุคลากร ในระดับปานกลาง 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา ไม่แตกต่างกัน 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา ไม่แตกต่างกัน

2.6 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

- 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน
- 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน
- 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน
- 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน
- 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน
- 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

- 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน
- 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน
- 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน
- 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

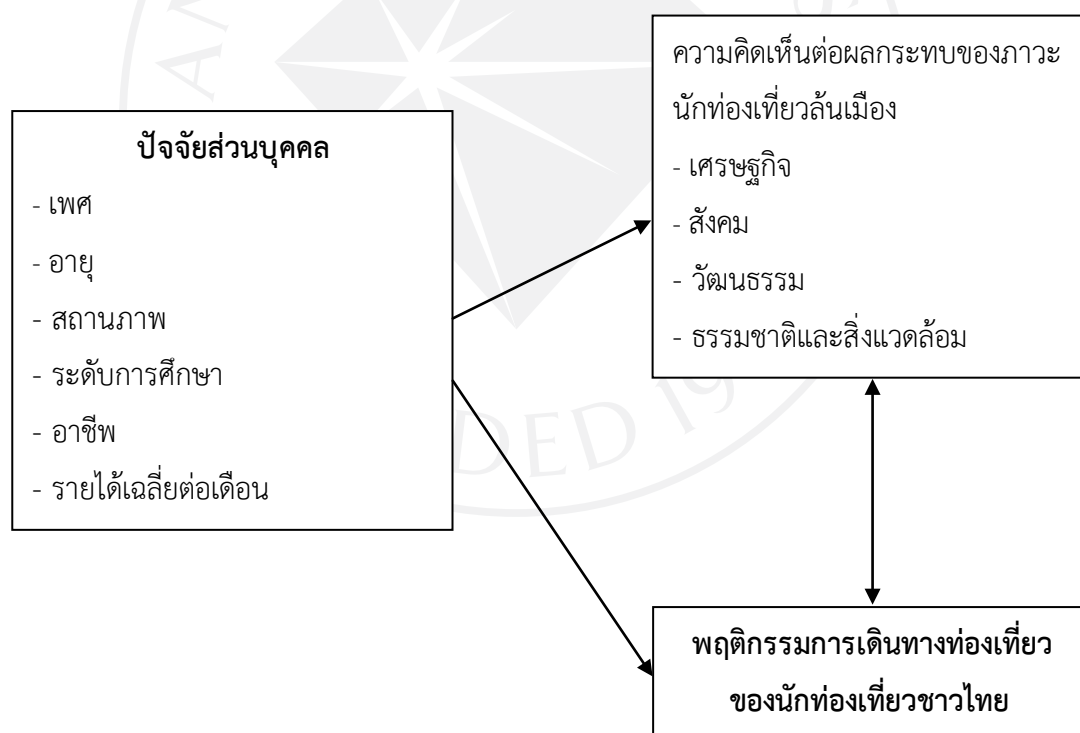
2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

2.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมือง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.7 กรอบแนวความคิดตามทฤษฎี

ภาพที่ 2.2: กรอบแนวความคิดตามทฤษฎี



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะน้ำท่วมที่เกี่ยวเนื่องเมือง และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ” ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาภายใต้หัวข้อ ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 วิธีการทางสถิติ

3.1 ประเภทของงานวิจัย

รูปแบบการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา (Sample Size) โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในปี 2560 จำนวน 31,683,462 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ดังนี้

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการ
 N = จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
 ปี 2560
 e = ความคลาดเคลื่อนเท่าที่จะยอมรับได้ที่ระดับ 0.05

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad \text{แทนค่า } 400 = \frac{31,683,462}{1+31,683,462(0.05)^2}$$

ดังนั้นจึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย เท่ากับ 400 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ผู้วิจัยได้เลือกใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นจากการทบทวน แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยคำถามจะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. คำถามเป็นลักษณะแบบปลายปิด คือ เป็นแบบสอบถามที่ระบุคำตอบไว้แล้ว ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ หรืออาจให้เติมคำหรือข้อความสั้น ๆ เท่านั้น โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

1.2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ จำนวน 4 หัวข้อหลัก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีการกำหนดค่าระดับคะแนนทัศนคติของนักท่องเที่ยว ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

1.3 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับความสำคัญ (Rating Scale) โดยคำถามมีจำนวน 11 ข้อ ซึ่งมีการกำหนดค่าระดับคะแนนทัศนคติของนักท่องเที่ยว ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

2. คำถามเป็นลักษณะแบบปลายเปิด คือ เป็นแบบสอบถามที่ไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ แต่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เขียนข้อเสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

1. ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดจุดหมายและวางแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามด้วยตัวเองโดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างข้อคำถามที่เหมาะสม
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์และครอบคลุมเนื้อหา โดยการทดสอบความตรง (Validity) เป็นการตรวจสอบแบบสอบถามว่ามีความสอดคล้องกับตัวแปรหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบความตรง ในเชิงเนื้อหาและภาษา โดยพิจารณาจากความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ในการศึกษา ค้นคว้า งานวิจัย หรือดัชนีความเหมาะสม (Item-Objective Congruence : IOC) แล้วหาค่าเฉลี่ย โดยผู้เชี่ยวชาญจะให้คะแนนประเมินคำถามแต่ละข้อด้วยคะแนน 3 ระดับ ดังต่อไปนี้คือ +1 (ข้อคำถามนั้นสอดคล้องสามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน) 0 (ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นจะวัดได้) -1 (ข้อคำถามไม่สอดคล้องไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน) ข้อคำถามที่มีความสอดคล้องหรือยอมรับได้ ต้องมีค่า 0.5 - 1.0 ขึ้นไป ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงสูง ถ้าต่ำกว่า 0.5 ต้องปรับปรุงใหม่ และเมื่อนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญแล้วมาแก้ไข ปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์แล้วนำข้อมูลแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยต่อไป
4. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Coefficient) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองเพื่อหาความเชื่อมั่นของข้อคำถามกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 ชุด จากนั้นผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Coefficient) ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1: ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Coefficient)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบัค (Cronbach's Coefficient)
ความคิดเห็นต่อผลกระทบ ของภาวะนักท่องเที่ยวล้น เมือง	ด้านเศรษฐกิจ 0.786
	ด้านสังคม 0.856
	ด้านวัฒนธรรม 0.774
	ด้านสิ่งแวดล้อม 0.712
พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย	0.814

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธี ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยการสุ่มนักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ
2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทุกฉบับที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองตามขอบเขตพื้นที่ที่กำหนดไว้ นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ทุกฉบับ
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปลงรหัสและบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

3.6 วิธีการทางสถิติ

ตารางที่ 3.2: วิธีการทางสถิติ

สมมติฐาน	วิธีการทางสถิติ
1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่าง	Independent Sample t-test, Anova
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน	Independent Sample t-test, Anova
3. ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	Pearson Correlation

บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยขอนำเสนอเป็นหัวข้อ ดังต่อไปนี้

4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสัญชาติ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	155	38.8
หญิง	245	61.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 245 คน ร้อยละ 61.2 และเพศชายจำนวน 155 คน ร้อยละ 38.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	18	4.5
21 - 30 ปี	154	38.5
31 - 40 ปี	136	34.0
41 - 50 ปี	56	14.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
51 - 60 ปี	21	5.2
มากกว่า 60 ปี	15	3.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 154 คน ร้อยละ 38.5 รองลงมาอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 136 คน ร้อยละ 34.0 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 56 คน ร้อยละ 14.0 อายุระหว่าง 51 - 60 ปี จำนวน 21 คน ร้อยละ 5.2 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 จำนวน 18 คน ร้อยละ 4.5 และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 15 คน ร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ

สถานะภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	234	58.5
สมรส	132	38.0
หย่าร้าง	14	3.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 234 คน ร้อยละ 58.5 ถัดมา สถานภาพสมรส จำนวน 132 คน ร้อยละ 38.0 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 14 คน ร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	79	19.8
ปริญญาตรี	291	72.8
สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยุวชนไทย จำแนกตามระดับการศึกษา จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวยุวชนส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 291 คน ร้อยละ 72.8 ถัดมาการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 79 คน ร้อยละ 19.8 จบ และจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 คน ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	30	7.5
ข้าราชการ	47	11.8
พนักงานบริษัทเอกชน	206	51.5
ธุรกิจส่วนตัว	90	22.5
เกษียณอายุ	22	5.5
อื่น ๆ	5	1.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยุวชนไทย จำแนกตามอาชีพ จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวยุวชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 206 คน ร้อยละ 51.5 ถัดมาประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 90 คน ร้อยละ 22.5 ข้าราชการ จำนวน 47 คน ร้อยละ 11.8 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 30 คน ร้อยละ 7.5 เกษียณอายุ จำนวน 22 คน ร้อยละ 5.5 และอื่นๆ จำนวน 5 คน ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	นักท่องเที่ยวชาวไทย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	21	5.2
10,001 - 20,000 บาท	83	20.8
20,001 - 30,000 บาท	129	32.2
30,001 - 40,000 บาท	85	21.2
40,001 - 50,000 บาท	52	13.0
สูงกว่า 50,000 บาท	30	7.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 129 คน ร้อยละ 32.2 มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 85 คน ร้อยละ 21.2 มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 83 คน ร้อยละ 20.8 มีรายได้ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 52 คน ร้อยละ 13.0 มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท จำนวน 30 คน ร้อยละ 7.5 และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 21 คน ร้อยละ 5.2

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ได้แก่ ใน 1 ปีท่านเคยเดินทางไปเที่ยวที่ไหนหรือไม่ ใน 1 ปีท่านเคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหนมาบ้าง ท่านมาจากจังหวัดอะไร และนำเสนอความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในด้านต่าง ๆ จำนวนทั้ง 4 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สามารถนำเสนอได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.7: แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ใน 1 ปีที่ผ่านมา

ใน 1 ปีที่ผ่านเคยเดินทางไป ท่องเที่ยวที่ไหนหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	393	98.2
ไม่เคย	7	1.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ใน 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 400 คน พบว่า ใน 1 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเคยเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 393 คน ร้อยละ 98.2 และไม่เคยเดินทางท่องเที่ยวเลย 7 คน ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.8: แสดง 10 อันดับสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยเดินทางไปเยี่ยมชม ใน 1 ปีที่ผ่านมา

อันดับที่	สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)
1	พัทยา จังหวัดชลบุรี	106
2	จังหวัดภูเก็ต	63
3	หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	49
4	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	32
5	จังหวัดกาญจนบุรี	30
6	จังหวัดเชียงใหม่	27
7	เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี	25
8	เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา	20
9	จังหวัดเชียงราย	15
10	หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	10

จากตารางที่ 4.8 กล่าวถึง 10 สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยเดินทางไปเยี่ยมชม ใน 1 ปีที่ผ่านมา พบว่านักท่องเที่ยวเคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่พหยา จังหวัดชลบุรี เป็นอันดับที่ 1 (106 คน) ถัดมาคือจังหวัดภูเก็ต เป็นลำดับที่ 2 (63 คน) หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นลำดับที่ 3 (49 คน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นลำดับที่ 4 (32 คน) จังหวัดกาญจนบุรี เป็นลำดับที่ 5 (30 คน) จังหวัดเชียงใหม่ เป็นลำดับที่ 6 (27 คน) เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นลำดับที่ 7 (25 คน) เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา เป็นลำดับที่ 8 (20 คน) จังหวัดเชียงราย เป็นลำดับที่ 9 (15 คน) และหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นลำดับที่ 10 (10 คน) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวนและร้อยละของภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จังหวัดกรุงเทพมหานคร	125	31.2
จังหวัดบุรีรัมย์	32	8.0
จังหวัดขอนแก่น	29	7.2
จังหวัดสมุทรสาคร	17	4.2
จังหวัดสมุทรปราการ	16	4.0
จังหวัดนครราชสีมา	16	4.0
จังหวัดเชียงใหม่	14	3.5
จังหวัดชลบุรี	14	3.5
จังหวัดนนทบุรี	12	3.0
จังหวัดสุราษฎร์ธานี	7	1.7
อื่น ๆ	118	29.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของภูมิภานาของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มืภูมิภานามาจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 125 คน ร้อยละ 31.2 จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 32 คน ร้อยละ 8.0 จังหวัดขอนแก่น จำนวน 29 คน ร้อยละ 7.2 จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 17 คน ร้อยละ 4.2 จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 16 คน ร้อยละ 4.0 จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 16 คน ร้อยละ 4.0 จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 14 คน ร้อยละ 3.5 จังหวัดชลบุรี จำนวน 14 คน ร้อยละ 3.5 จังหวัดนนทบุรี จำนวน 12 คน ร้อยละ 3.0 จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 7 คน ร้อยละ 1.7 และจังหวัดอื่น ๆ จำนวน 118 คน ร้อยละ 29.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภานาของนักท่องเที่ยวลันเมืองในประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
1.1 ท่านคิดว่าภานานักท่องเที่ยวลันเมืองทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น	118 (29.5)	155 (38.8)	85 (21.2)	39 (9.8)	3 (0.8)	3.865	0.974	มาก
1.2 ท่านคิดว่าภานานักท่องเที่ยวลันเมืองทำให้ราคาค่าโดยสารเดินทาง (ค่าตัว) เพิ่มขึ้น	101 (25.2)	159 (39.8)	98 (24.5)	40 (10.0)	2 (0.5)	3.792	0.949	มาก
1.3 ท่านคิดว่าภานานักท่องเที่ยวลันเมืองทำให้ราคาที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เพิ่มขึ้น	121 (30.2)	135 (33.8)	102 (25.5)	38 (9.5)	4 (1.0)	3.827	1.000	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
1.4 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ราคาอาหารเพิ่มสูงขึ้น	124 (31.0)	131 (32.8)	107 (26.8)	36 (9.0)	2 (0.5)	3.847	0.980	มาก
1.5 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้มาตรการการเก็บภาษีหรือค่าธรรมเนียมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงขึ้น	112 (28.0)	131 (32.8)	116 (29.0)	39 (9.8)	2 (0.5)	3.780	0.979	มาก
รวม						3.822	0.865	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.822$, S.D. = 0.865)

เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านเศรษฐกิจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้

1. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น ($\bar{x} = 3.865$, S.D. = 0.974) อยู่ในระดับมาก
2. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ราคาอาหารเพิ่มสูงขึ้น ($\bar{x} = 3.847$, S.D. = 0.980) อยู่ในระดับมาก

3. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ราคาที่พัก ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท เพิ่มขึ้น
(\bar{X} = 3.827, S.D. = 1.000) อยู่ในระดับมาก
4. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ราคาค่าโดยสารเดินทาง (ค่าตัว) เพิ่มขึ้น
(\bar{X} = 3.792, S.D. = 0.949) อยู่ในระดับมาก
5. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้มาตรการการเก็บภาษีหรือค่าธรรมเนียม
สำหรับนักท่องเที่ยวสูงขึ้น (\bar{X} = 3.780, S.D. = 0.979) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.11: แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อ
ผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ด้านสังคม

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
2.1 ท่านคิดว่าภาวะ นักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้รบกวนคนในท้องถิ่น	93 (23.2)	188 (47.0)	92 (23.0)	21 (5.2)	6 (1.5)	3.852	0.887	มาก
2.2 ท่านคิดว่าภาวะ นักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้เกิดการเลือนหาย ของอาชีพดั้งเดิมใน ท้องถิ่น	58 (14.5)	172 (43.0)	136 (34.0)	30 (7.5)	4 (1.0)	3.625	0.858	มาก
2.3 ท่านคิดว่าภาวะ นักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้เกิดปัญหา อาชญากรรม	181 (45.2)	145 (36.2)	61 (15.2)	12 (3.0)	1 (0.2)	4.232	0.833	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ด้านสังคม

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
2.4 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว	191 (47.8)	154 (38.5)	48 (12.0)	5 (1.2)	2 (0.5)	4.317	0.770	มากที่สุด
รวม						4.006	0.641	มาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ด้านสังคม ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสังคมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.006$, S.D. = 0.641)

เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ และมาก จำนวน 2 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้

1. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.317$, S.D. = 0.770) อยู่ในระดับมากที่สุด
2. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดปัญหาอาชญากรรม ($\bar{X} = 4.232$, S.D. = 0.833) อยู่ในระดับมากที่สุด
3. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้รบกวนคนในท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.852$, S.D. = 0.887) อยู่ในระดับมาก
4. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดการเลือนหายของอาชีพดั้งเดิมในท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.625$, S.D. = 0.858) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.12: แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ด้านวัฒนธรรม

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
3.1 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้คุณค่าของงานศิลปะลดลง	76 (19.0)	125 (31.2)	154 (38.5)	35 (8.8)	10 (2.5)	3.555	0.976	มาก
3.2 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้วัฒนธรรมประเพณีที่ถูกนำเสนอขายรูปแบบของสินค้าเน้นตอบสนองนักท่องเที่ยว	80 (20.0)	132 (33.0)	162 (40.5)	25 (6.2)	1 (0.2)	3.662	0.874	มาก
3.3 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดภาวะตระหนกและสับสนทางวัฒนธรรม (Culture Shock)	74 (18.5)	148 (37.0)	148 (37.0)	24 (6.0)	6 (1.5)	3.650	0.899	มาก
	รวม					3.622	0.818	มาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ด้านวัฒนธรรม ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.622$, S.D. = 0.818) เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านวัฒนธรรมอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้

1. ท่านคิดว่าภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้วัฒนธรรมประเพณีที่ถูกนำเสนอขายรูปแบบของสินค้าเน้นตอบสนองนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.662$, S.D. = 0.874) อยู่ในระดับมาก
2. ท่านคิดว่าภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดภาวะตระหนกและสับสนทางวัฒนธรรม (Culture Shock) ($\bar{X} = 3.650$, S.D. = 0.899) อยู่ในระดับมาก
3. ท่านคิดว่าภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้คุณค่าของงานศิลปะลดลง ($\bar{X} = 3.555$, S.D. = 0.976) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.13: แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
4.1 ท่านคิดว่าภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้พื้นที่ธรรมชาติบางส่วนถูกทำลาย	153 (38.2)	178 (44.5)	61 (15.2)	7 (1.8)	1 (0.2)	4.187	0.770	มาก
4.2 ท่านคิดว่าการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกอาจส่งผลกระทบต่อภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	143 (35.8)	192 (48.0)	50 (12.5)	13 (3.2)	2 (0.5)	4.152	0.797	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
4.3 ท่านคิดว่าภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดการรบกวนธรรมชาติอันเกิดจากการไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมธรรมชาติ	180 (45.0)	173 (43.2)	40 (10.0)	6 (1.5)	2 (0.5)	4.312	0.732	มากที่สุด
4.4 ท่านคิดว่าการบริหารจัดการภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดสภาพแวดล้อมเป็นพิษ เช่น ขยะมูลฝอย น้ำเน่าเสีย เป็นต้น	195 (48.8)	171 (42.8)	30 (7.5)	4 (1.0)	0 (0.0)	4.392	0.670	มากที่สุด
	รวม					4.261	0.558	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 ผลการสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลของความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ด้านสิ่งแวดล้อม ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า โดยภาพรวม นักท่องเที่ยวมีแนวความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.261, S.D. = 0.558)

เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ และมาก จำนวน 2 ข้อ โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้

1. ท่านคิดว่าการบริหารจัดการภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดสภาพแวดล้อมเป็นพิษ เช่น ขยะมูลฝอย น้ำเน่าเสีย เป็นต้น ($\bar{x} = 4.392$, S.D. = 0.670) อยู่ในระดับมากที่สุด

2. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดการรบกวนธรรมชาติอันเกิดจากการไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.312$, S.D. = 0.732) อยู่ในระดับมากที่สุด

3. ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้พื้นที่ธรรมชาติบางส่วนถูกทำลาย ($\bar{x} = 4.187$, S.D. = 0.770) อยู่ในระดับมาก

4. ท่านคิดว่าการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกอาจส่งผลกระทบต่อภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.152$, S.D. = 0.797) อยู่ในระดับมาก



4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอพฤติกรรมเดินทางของนักท่องเที่ยวไว้ในหลายมุมมอง สามารถนำเสนอได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.14: แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลักหนีความจำเจ	194 (48.5)	168 (42.0)	36 (9.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.385	0.669	มากที่สุด
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสดชื่นและสุขภาพดีขึ้น	164 (41.0)	180 (45.0)	53 (13.2)	1 (0.2)	2 (0.5)	4.257	0.729	มากที่สุด
4. ท่านได้มีมิตรภาพใหม่ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว	110 (27.5)	172 (43.0)	97 (24.2)	19 (4.8)	2 (0.5)	3.922	0.865	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
5. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน	146 (36.5)	181 (45.2)	58 (14.5)	13 (3.2)	2 (0.5)	4.140	0.816	มาก
6. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	144 (36.0)	145 (36.2)	86 (21.5)	21 (5.2)	4 (1.0)	4.010	0.936	มาก
7. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	102 (25.5)	179 (44.8)	85 (21.2)	28 (7.0)	6 (1.5)	3.857	0.929	มาก
8. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	120 (30.0)	161 (40.2)	97 (24.2)	18 (4.5)	4 (1.0)	3.937	0.900	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น					x̄	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
9. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเนื่องจากอสังหาริมทรัพย์ของคนในท้องถิ่น	109 (27.2)	164 (41.0)	93 (23.2)	29 (7.2)	5 (1.2)	3.857	0.943	มาก
10. ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/ เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	203 (50.8)	149 (37.2)	41 (10.2)	7 (1.8)	0 (0.0)	4.370	0.737	มากที่สุด
11. ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์	197 (49.2)	156 (39.0)	36 (9.0)	11 (2.8)	0 (0.0)	4.347	0.757	มากที่สุด
รวม						4.139	0.461	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการการวิเคราะห์ข้อมูลของพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยของกลุ่มตัวอย่างพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.139$, S.D. = 0.461)

เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้

1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก หนีความจำเจ ($\bar{X} = 4.385$, S.D. = 0.669) อยู่ในระดับมากที่สุด
2. ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร / เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.370$, S.D. = 0.737) อยู่ในระดับมากที่สุด
3. ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์ ($\bar{X} = 4.347$, S.D. = 0.757) อยู่ในระดับมากที่สุด
4. การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ($\bar{X} = 4.272$, S.D. = 0.713) อยู่ในระดับมากที่สุด
5. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสดชื่นและสุขภาพดีขึ้น ($\bar{X} = 4.257$, S.D. = 0.729) อยู่ในระดับมากที่สุด
6. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน ($\bar{X} = 4.140$, S.D. = 0.816) อยู่ในระดับมาก
7. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.010$, S.D. = 0.936) อยู่ในระดับมาก
8. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.937$, S.D. = 0.900) อยู่ในระดับมาก
9. ท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.922$, S.D. = 0.865) อยู่ในระดับมาก
10. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.857$, S.D. = 0.900) อยู่ในระดับมาก
11. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากบรรยากาศไม่ตรีของคนในท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.857$, S.D. = 0.943) อยู่ในระดับมาก

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	เพศ	n	\bar{x}	S.D.	t	p
1. ท่านเดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนใจหลักหนีความ จำเจ	ชาย	155	4.271	0.723	-2.732	0.207
	หญิง	245	4.457	0.623		
2. ท่านเดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความ สดชื่นและได้สุขภาพที่ดี ขึ้น	ชาย	155	4.238	0.790	-0.409	0.052
	หญิง	245	4.269	0.690		
3. การเดินทางท่องเที่ยว ทำให้ท่านได้รับ ประสบการณ์ที่แปลก ใหม่	ชาย	155	4.283	0.770	0.253	0.014*
	หญิง	245	4.265	0.676		
4. ท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการ เดินทางท่องเที่ยว	ชาย	155	3.832	0.910	-1.663	0.010*
	หญิง	245	3.979	0.831		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	เพศ	n	\bar{x}	S.D.	t	P
5. ท่านชอบที่จะเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศ	ชาย	155	4.122	0.792		
เนื่องจากมีความสะดวก และไม่ต้องใช้เวลาใน การเดินทางนาน	หญิง	245	4.151	0.833	-0.343	0.882
6. ท่านชอบที่จะเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศ	ชาย	155	3.974	0.959		
เนื่องจากความ หลากหลายของสถานที่ ท่องเที่ยว	หญิง	245	4.032	0.922	-0.608	0.708
7. ท่านชอบที่จะเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศ	ชาย	155	3.838	0.893		
เนื่องจากความปลอดภัย ของสถานที่ท่องเที่ยว	หญิง	245	3.869	0.953	-0.321	0.399
8. ท่านชอบที่จะเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศ	ชาย	155	3.869	0.891		
เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวก ทางการ ท่องเที่ยว	หญิง	245	3.963	0.906	-0.722	0.962
9. ท่านชอบที่จะเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศ	ชาย	155	3.838	0.949		
เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์ ของคนในท้องถิ่น	หญิง	245	3.869	0.940	-0.316	0.824

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	เพศ	n	\bar{x}	S.D.	T	p
10. ท่านเลือกสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/ เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ ระลึก และบริการอื่น ๆ	ชาย	155	4.277	0.734		
	หญิง	245	4.428	0.735		
11. ท่านชอบเดินทาง ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด พักร้อน หรือวันหยุด ปลายสัปดาห์	ชาย	155	4.277	0.785		
	หญิง	245	4.391	0.736		
ภาพรวม	ชาย	155	4.095	0.476		
	หญิง	245	4.168	0.450		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.15 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางระหว่างเพศชายและเพศหญิง ด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test จากผลการวิเคราะห์พบว่า

ข้อความคำถามการเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ พบว่า เพศชายมีค่าเฉลี่ยต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เท่ากับ 4.283 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.265 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างกลับพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 0.253, p = 0.014$)

และข้อความท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว เพศชายมีค่าเฉลี่ยต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เท่ากับ 3.832 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.979 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างกลับพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = -1.633, p = 0.010$)

ส่วนในข้อความอื่น ๆ จากผลการวิเคราะห์พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เท่ากับ 4.095 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.168 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างกลับพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	อายุ	\bar{x}	F	Sig.
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกหนีความจำเจ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.222	2.318	0.043*
	21 - 30 ปี	4.305		
	31 - 40 ปี	4.455		
	41 - 50 ปี	4.535		
	51 - 60 ปี	4.476		
	มากกว่า 60 ปี	4.066		
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้รับความสดชื่น และได้สุขภาพที่ดีขึ้น	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.055	1.037	0.395
	21 - 30 ปี	4.227		
	31 - 40 ปี	4.264		
	41 - 50 ปี	4.428		
	51 - 60 ปี	4.238		
	มากกว่า 60 ปี	4.133		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.16 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเดินทาง					
เดินทาง	อายุ	\bar{x}	F	Sig.	
ท่องเที่ยว					
3. การเดินทาง ท่องเที่ยวทำให้ ท่านได้รับ ประสบการณ์ที่ แปลกใหม่	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.222	0.961	0.441	
	21 - 30 ปี	4.201			
	31 - 40 ปี	4.316			
	41 - 50 ปี	4.410			
	51 - 60 ปี	4.285			
	มากกว่า 60 ปี	4.133			
4. ท่านได้ มิตรภาพใหม่ ได้ เพื่อนใหม่ จาก การเดินทาง ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.944	0.587	0.710	
	21 - 30 ปี	3.928			
	31 - 40 ปี	3.889			
	41 - 50 ปี	4.071			
	51 - 60 ปี	3.809			
	มากกว่า 60 ปี	3.733			
5. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากมีความ สะดวกและไม่ ต้องใช้เวลาในการ เดินทางนาน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.333	1.174	0.321	
	21 - 30 ปี	4.026			
	31 - 40 ปี	4.183			
	41 - 50 ปี	4.267			
	51 - 60 ปี	4.142			
	มากกว่า 60 ปี	4.200			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.16 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเดินทาง		อายุ	\bar{x}	F	Sig.
6. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากความ หลากหลายของ สถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		4.166	3.682	0.003*
	21 - 30 ปี		3.915		
	31 - 40 ปี		3.985		
	41 - 50 ปี		4.375		
	51 - 60 ปี		4.190		
	มากกว่า 60 ปี		3.400		
7. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากความ ปลอดภัยของ สถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		3.833	1.566	0.169
	21 - 30 ปี		3.870		
	31 - 40 ปี		3.838		
	41 - 50 ปี		3.964		
	51 - 60 ปี		4.047		
	มากกว่า 60 ปี		3.266		
8. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากสิ่ง อำนวยความสะดวก สะดวกทางการ ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		3.888	2.340	0.041*
	21 - 30 ปี		3.915		
	31 - 40 ปี		3.948		
	41 - 50 ปี		4.142		
	51 - 60 ปี		4.000		
	มากกว่า 60 ปี		3.266		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.16 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	อายุ	\bar{x}	F	Sig.
9. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.777	1.593	0.161
	21 - 30 ปี	3.883		
	31 - 40 ปี	3.867		
	41 - 50 ปี	4.000		
	51 - 60 ปี	3.714		
เนื่องจากอัยาศัย ไมตรีของคนใน ท้องถิ่น	มากกว่า 60 ปี	3.266		
10. ท่านเลือก สถานที่ท่องเที่ยว ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดครบ วงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถาน บันเทิง ของที่ ระลึก และบริการ อื่น ๆ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.500	2.447	0.033*
	21 - 30 ปี	4.272		
	31 - 40 ปี	4.448		
	41 - 50 ปี	4.553		
	51 - 60 ปี	4.190		
	มากกว่า 60 ปี	4.066		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.16 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

พฤติกรรม					
เดินทาง	อายุ	\bar{x}	F	Sig.	
ท่องเที่ยว					
11. ท่านชอบ เดินทางท่องเที่ยว ในช่วงวันหยุดพัก ร้อน หรือวันหยุด ปลายสัปดาห์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.333	3.554	0.004*	
	21 - 30 ปี	4.337			
	31 - 40 ปี	4.433			
	41 - 50 ปี	4.446			
	51 - 60 ปี	4.095			
	มากกว่า 60 ปี	3.666			
ภาพรวม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.120	4.076	0.001*	
	21 - 30 ปี	4.100			
	31 - 40 ปี	4.161			
	41 - 50 ปี	4.314			
	51 - 60 ปี	4.115			
	มากกว่า 60 ปี	3.761			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ จากผลการวิเคราะห์พบว่า ข้อคำถามท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลัก หนีความจำเจ ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ ท่องเที่ยว ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยว ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพัก ร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์ และภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนข้อ คำถามอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่าง โดยนำค่าเฉลี่ยด้าน สังคมไปเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธี LSD เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่าน
เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลักหนีความจำเจ จำแนกตามอายุ
โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	-	-0.829 (0.616)	-0.233 (0.161)	-0.313 (0.082)	-0.253 (0.234)	-0.155 (0.503)
21 - 30 ปี	-	-	-0.150 (0.054)	-0.230 (0.027)*	-0.171 (0.269)	0.238 (0.185)
31 - 40 ปี	-	-	-	-0.079 (0.449)	-0.020 (0.896)	0.389 (0.032)*
41 - 50 ปี	-	-	-	-	0.059 (0.726)	0.469 (0.016)*
51 - 60 ปี	-	-	-	-	-	0.409 (0.069)
มากกว่า 60 ปี	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อ
คำถามท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลักหนีความจำเจ จำแนกตามอายุ โดย
เปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่า
นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่
มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี และ 51 - 60 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า
60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	-	0.251 (0.275)	0.181 (0.433)	-0.208 (0.404)	-0.023 (0.936)	0.766 (0.018)*
21 - 30 ปี	-	-	-0.069 (0.521)	-0.459 (0.002)*	-0.274 (0.200)	0.515 (0.039)*
31 - 40 ปี	-	-	-	-0.389 (0.008)*	-0.205 (0.343)	0.585 (0.020)*
41 - 50 ปี	-	-	-	-	0.184 (0.434)	0.975 (0.000)*
51 - 60 ปี	-	-	-	-	-	0.790 (0.012)*
มากกว่า 60 ปี	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุระหว่าง 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี และ 31 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.19: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	ต่ำกว่า				มากกว่า 60 ปี	
	หรือ เท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี		51 - 60 ปี
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	-	-0.026 (0.905)	-0.059 (0.790)	-0.253 (0.294)	-0.111 (0.699)	0.622 (0.047)*
21 - 30 ปี	-	-	-0.032 (0.754)	-0.227 (0.104)	-0.084 (0.685)	0.648 (0.008)*
31 - 40 ปี	-	-	-	-0.194 (0.171)	-0.051 (0.806)	0.681 (0.005)*
41 - 50 ปี	-	-	-	-	0.142 (0.532)	0.876 (0.001)*
51 - 60 ปี	-	-	-	-	-	0.733 (0.016)*
มากกว่า 60 ปี	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุระหว่าง 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.20: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	ต่ำกว่า					มากกว่า 60 ปี
	หรือเท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	-	0.227 (0.213)	0.051 (0.779)	-0.053 (0.787)	0.309 (0.188)	0.433 (0.091)
21 - 30 ปี	-	-	-0.175 (0.042)*	-0.280 (0.014)*	0.082 (0.629)	0.206 (0.298)
31 - 40 ปี	-	-	-	-0.105 (0.366)	0.258 (0.133)	0.381 (0.056)
41 - 50 ปี	-	-	-	-	0.363 (0.053)	0.486 (0.023)*
51 - 60 ปี	-	-	-	-	-	0.123 (0.617)
มากกว่า 60 ปี	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.21: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	ต่ำกว่า					มากกว่า 60 ปี
	หรือ เท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	-	-0.004 (0.981)	-0.100 (0.591)	-0.0113 (0.576)	0.238 (0.321)	0.666 (0.011)*
21 - 30 ปี	-	-	-0.096 (0.274)	-0.108 (0.350)	-0.242 (0.163)	0.671 (0.001)*
31 - 40 ปี	-	-	-	-0.012 (0.915)	0.338 (0.053)	0.676 (0.000)*
41 - 50 ปี	-	-	-	-	0.351 (0.066)	0.779 (0.000)*
51 - 60 ปี	-	-	-	-	-	0.428 (0.090)
มากกว่า 60 ปี	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุระหว่าง 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.22: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพรวม จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	-	0.020 (0.857)	-0.040 (0.720)	-0.193 (0.115)	0.005 (0.971)	0.359 (0.024)*
21 - 30 ปี	-	-	-0.061 (0.252)	-0.213 (0.003)*	-0.014 (0.887)	0.339 (0.006)*
31 - 40 ปี	-	-	-	-0.152 (0.034)*	0.046 (0.664)	0.440 (0.001)*
41 - 50 ปี	-	-	-	-	-0.198 (0.087)	0.552 (0.000)*
51 - 60 ปี	-	-	-	-	-	0.353 (0.021)*
มากกว่า 60 ปี	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพรวม จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี และ 31 - 40 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระหว่าง 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานะภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานะภาพ

ตัวแปร	สถานะภาพ	\bar{x}	F	Sig.
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	โสด	4.367	1.121	0.327
	สมรส	4.388		
	หย่าร้าง	4.642		
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้รับความสดชื่น และได้สุขภาพที่ดีขึ้น	โสด	4.226	1.077	0.342
	สมรส	4.282		
	หย่าร้าง	4.500		
3. การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่	โสด	4.209	2.548	0.080
	สมรส	4.375		
	หย่าร้าง	4.214		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม
สถานภาพ

ตัวแปร	สถานะภาพ	\bar{x}	F	Sig.
4. ท่านได้ มิตรภาพใหม่ ได้ เพื่อนใหม่ จาก การเดินทาง ท่องเที่ยว	โสด	3.965	1.196	0.303
	สมรส	3.881		
	หย่าร้าง	3.642		
5. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากมีความ สะดวกและไม่ ต้องใช้เวลาในการ เดินทางนาน	โสด	4.042	5.512	0.004*
	สมรส	4.309		
	หย่าร้าง	3.928		
6. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากความ หลากหลายของ สถานที่ท่องเที่ยว	โสด	4.000	0.037	0.964
	สมรส	4.026		
	หย่าร้าง	4.000		
7. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากความ ปลอดภัยของ สถานที่ท่องเที่ยว	โสด	3.918	1.229	0.294
	สมรส	3.769		
	หย่าร้าง	3.785		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม
สถานภาพ

ตัวแปร	สถานะภาพ	\bar{x}	F	Sig.
8. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ	โสด	3.987		
	สมรส	3.868		
เนื่องจากสิ่ง อำนวยความสะดวก สะดวกทางการ ท่องเที่ยว	หย่าร้าง	3.857	0.859	0.424
9. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ	โสด	3.923		
	สมรส	3.776		
เนื่องจากอัยาศัย ไมตรีของคนใน ท้องถิ่น	หย่าร้าง	3.642	1.495	0.225
10. ท่านเลือก สถานที่ท่องเที่ยว ที่มีสิ่งอำนวย ความสะดวกครบ วงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถาน บันเทิง ของที่ ระลึก และบริการ อื่น ๆ	โสด	4.354		
	สมรส	4.381		
	หย่าร้าง	4.500	0.285	0.752

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปร	สถานะภาพ	\bar{x}	F	Sig.
11. ท่านชอบ เดินทางท่องเที่ยว ในช่วงวันหยุดพัก ร้อน หรือวันหยุด ปลายสัปดาห์	โสด	4.359	0.443	0.642
	สมรส	4.315		
	หย่าร้าง	4.500		
ภาพรวม	โสด	4.137	0.019	0.981
	สมรส	4.144		
	หย่าร้าง	4.125		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียงข้อเดียว ส่วนข้อคำถามอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างโดยนำค่าเฉลี่ยด้านสังคมไปเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธี LSD เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.24: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน จำแนกตามสถานะภาพ โดยเปรียบเทียบรายคู่

สถานะภาพ	โสด	สมรส	หย่าร้าง
โสด	-	-0.266 (0.002)*	0.114 (0.608)
สมรส	-	-	0.380 (0.092)
หย่าร้าง	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน จำแนกตามสถานะภาพ โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า สถานะภาพโสดมีระดับความคิดเห็นมากกว่าสถานะภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ระดับการศึกษา	\bar{x}	F	Sig.
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกหนีความจำเจ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.240	3.116	0.045*
	ปริญญาตรี	4.405		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.566		
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้รับความสดชื่น และได้สุขภาพที่ดีขึ้น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.177	1.355	0.259
	ปริญญาตรี	4.261		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.433		
3. การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.189	0.660	0.517
	ปริญญาตรี	4.292		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.300		
4. ท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.936	0.775	0.462
	ปริญญาตรี	3.938		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.733		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ระดับการศึกษา	\bar{x}	F	Sig.
5. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.316	3.657	0.027*
	ปริญญาตรี	4.120		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.866		
6. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.000	0.280	0.756
	ปริญญาตรี	4.000		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.133		
7. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.746	0.951	0.387
	ปริญญาตรี	3.872		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.000		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ระดับการศึกษา	\bar{x}	F	Sig.
8. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.860	0.395	0.674
	ปริญญาตรี	3.951		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.000		
9. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากอรรถยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.746	0.721	0.487
	ปริญญาตรี	3.879		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.933		
10. ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พักอาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานที่บันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.417	0.967	0.381
	ปริญญาตรี	4.374		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.200		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ระดับการศึกษา	\bar{x}	F	Sig.
11. ท่านชอบ เดินทางท่องเที่ยว ในช่วงวันหยุดพัก ร้อน หรือวันหยุด ปลายสัปดาห์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.265	0.866	0.421
	ปริญญาตรี	4.378		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.266		
ภาพรวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.102	0.343	0.710
	ปริญญาตรี	4.150		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.133		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ข้อคำถามท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกหนีความจำเจ และท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนข้อคำถามอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่าง โดยนำค่าเฉลี่ยด้านสังคมไปเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธี LSD เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.26: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลีกเลี่ยงความจำเจ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-0.164 (0.051)	-0.326 (0.023)*
ปริญญาตรี	-	-	-0.161 (0.208)
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลีกเลี่ยงความจำเจ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.27: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	0.196 (0.057)	0.449 (0.010)*
ปริญญาตรี	-	-	0.253 (0.104)
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	อาชีพ	\bar{x}	F	Sig.
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกหนีความจำเจ	นักเรียน/นักศึกษา	4.300	0.662	0.652
	ข้าราชการ	4.297		
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.412		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.433		
	เกษียณอายุ	4.227		
	อื่น ๆ	4.400		
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้รับความสดชื่น และได้สุขภาพที่ดีขึ้น	นักเรียน/นักศึกษา	4.133	0.745	0.590
	ข้าราชการ	4.148		
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.262		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.322		
	เกษียณอายุ	4.272		
	อื่น ๆ	4.600		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.28 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	อาชีพ	\bar{x}	F	Sig.
3. การเดินทาง ท่องเที่ยวทำให้ ท่านได้รับ ประสบการณ์ที่ แปลกใหม่	นักเรียน/นักศึกษา	4.233	1.218	0.300
	ข้าราชการ	4.127		
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.267		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.355		
	เกษียณอายุ	4.227		
	อื่น ๆ	4.800		
4. ท่านได้ มิตรภาพใหม่ ได้ เพื่อนใหม่ จาก การเดินทาง ท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	3.966	1.990	0.079
	ข้าราชการ	3.978		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.815		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.088		
	เกษียณอายุ	3.909		
	อื่น ๆ	4.600		
5. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากมีความ สะดวกและไม่ ต้องใช้เวลาในการ เดินทางนาน	นักเรียน/นักศึกษา	4.133	2.150	0.059
	ข้าราชการ	3.957		
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.082		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.344		
	เกษียณอายุ	4.136		
	อื่น ๆ	4.600		
6. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากความ หลากหลายของ สถานที่ท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	4.033	0.779	0.565
	ข้าราชการ	3.872		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.975		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.166		
	เกษียณอายุ	3.954		
	อื่น ๆ	4.000		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.28 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	อาชีพ	\bar{x}	F	Sig.
7. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	3.800	2.210	0.053
	ข้าราชการ	3.766		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.854		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.055		
	เกษียณอายุ	3.363		
	อื่น ๆ	3.800		
8. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	3.833	1.975	0.081
	ข้าราชการ	3.787		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.932		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.144		
	เกษียณอายุ	3.590		
	อื่น ๆ	4.000		
9. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากอรรถาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	นักเรียน/นักศึกษา	3.900	1.257	0.282
	ข้าราชการ	3.744		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.868		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.977		
	เกษียณอายุ	3.454		
	อื่น ๆ	3.800		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.28 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	อาชีพ	\bar{x}	F	Sig.
10. ท่านเลือก สถานที่ท่องเที่ยว ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดครบ วงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานที่ บันเทิง ของที่ ระลึก และบริการ อื่น ๆ	นักเรียน/นักศึกษา	4.400	3.607	0.003*
	ข้าราชการ	4.148		
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.330		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.622		
	เกษียณอายุ	4.227		
	อื่น ๆ	4.000		
	รวม			
11. ท่านชอบ เดินทางท่องเที่ยว ในช่วงวันหยุดพัก ผ่อน หรือวันหยุด ปลายสัปดาห์	นักเรียน/นักศึกษา	4.266	2.972	0.012*
	ข้าราชการ	4.212		
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.412		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.433		
	เกษียณอายุ	3.909		
	อื่น ๆ	3.800		
ภาพรวม	นักเรียน/นักศึกษา	4.1028	3.583	0.004*
	ข้าราชการ	4.0142		
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.1303		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.2843		
	เกษียณอายุ	3.9318		
	อื่น ๆ	4.2500		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ข้อคำถามท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์ และภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนข้อคำถามอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่าง โดยนำค่าเฉลี่ยด้านสังคมไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.29: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษียณอายุ	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	-	0.251 (0.140)	0.069 (0.623)	-0.222 (0.147)	0.172 (0.397)	0.400 (0.255)
ข้าราชการ	-	-	-0.181 (0.124)	-0.473 (0.000)*	-0.078 (0.676)	0.148 (0.663)
พนักงาน บริษัทเอกชน	-	-	-	-0.292 (0.002)*	0.102 (0.528)	0.330 (0.316)
ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	0.349 (0.023)*	0.622 (0.063)
เกษียณอายุ	-	-	-	-	-	0.277 (0.528)
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ และพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นมากกว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบอีกว่านักท่องเที่ยว ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่ เกษียณอายุอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ

ตารางที่ 4.30: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบ เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์ จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษียณอายุ	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	-	0.053 (0.758)	-0.145 (0.319)	-0.166 (0.291)	0.357 (0.089)	0.466 (0.197)
ข้าราชการ	-	-	-0.199 (0.099)	-0.220 (0.102)	0.303 (0.117)	0.412 (0.241)
พนักงาน บริษัทเอกชน	-	-	-	-0.020 (0.827)	0.503 (0.003)*	0.612 (0.071)
ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	0.524 (0.003)*	0.633 (0.066)
เกษียณอายุ	-	-	-	-	-	0.109 (0.769)
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อ
คำถามท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์ จำแนกตามอาชีพ
โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจ
ส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.31: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ภาพรวม จำแนกตามอาชีพ
โดยเปรียบเทียบรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษียณอายุ	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	-	0.088 (0.404)	-0.027 (0.757)	-0.181 (0.059)	0.170 (0.180)	-0.147 (0.502)
ข้าราชการ	-	-	-0.116 (0.114)	0.270 (0.001)*	0.082 (0.483)	-0.235 (0.270)
พนักงาน บริษัทเอกชน	-	-	-	-0.154 (0.008)	0.198 (0.052)	-0.119 (0.560)
ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	0.352 (0.001)*	0.034 (0.870)
เกษียณอายุ	-	-	-	-	-	0.318 (0.158)
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ภาพรวม จำแนก
ตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็น
มากกว่าข้าราชการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวพนักงานที่
เกษียณอายุมีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วน ตัวอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติ

1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	F	Sig.
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกหนีความจำเจ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.285	3.620	0.003*
	10,001 - 20,000 บาท	4.192		
	20,001 - 30,000 บาท	4.364		
	30,001 - 40,000 บาท	4.482		
	40,001 - 50,000 บาท	4.423		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.733		
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้รับความสดชื่น และได้สุขภาพที่ดีขึ้น	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.190	2.281	0.046*
	10,001 - 20,000 บาท	4.144		
	20,001 - 30,000 บาท	4.178		
	30,001 - 40,000 บาท	4.400		
	40,001 - 50,000 บาท	4.269		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.533		
3. การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.333	1.798	0.112
	10,001 - 20,000 บาท	4.168		
	20,001 - 30,000 บาท	4.193		
	30,001 - 40,000 บาท	4.329		
	40,001 - 50,000 บาท	4.365		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.533		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.32 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	F	Sig.
4. ท่านได้ มิตรภาพใหม่ ได้ เพื่อนใหม่ จาก การเดินทาง ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.952	0.364	0.873
	10,001 - 20,000 บาท	3.927		
	20,001 - 30,000 บาท	3.930		
	30,001 - 40,000 บาท	3.870		
	40,001 - 50,000 บาท	3.865		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.100		
5. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากมีความ สะดวกและไม่ ต้องใช้เวลาในการ เดินทางนาน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.381	2.346	0.041*
	10,001 - 20,000 บาท	4.036		
	20,001 - 30,000 บาท	4.108		
	30,001 - 40,000 บาท	4.164		
	40,001 - 50,000 บาท	4.019		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.533		
6. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากความ หลากหลายของ สถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.142	1.791	0.114
	10,001 - 20,000 บาท	3.855		
	20,001 - 30,000 บาท	4.062		
	30,001 - 40,000 บาท	3.894		
	40,001 - 50,000 บาท	4.057		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.366		
7. ท่านชอบที่จะ เดินทางท่องเที่ยว ในประเทศ เนื่องจากความ ปลอดภัยของ สถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.857	1.499	0.189
	10,001 - 20,000 บาท	3.734		
	20,001 - 30,000 บาท	3.961		
	30,001 - 40,000 บาท	3.694		
	40,001 - 50,000 บาท	4.019		
	มากกว่า 50,000 บาท	3.933		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.32 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	F	Sig.
8. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทาง การท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.857	1.844	0.103
	10,001 - 20,000 บาท	3.771		
	20,001 - 30,000 บาท	4.007		
	30,001 - 40,000 บาท	3.823		
	40,001 - 50,000 บาท	4.115		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.166		
9. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากอรรถยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.904	0.393	0.854
	10,001 - 20,000 บาท	3.759		
	20,001 - 30,000 บาท	3.891		
	30,001 - 40,000 บาท	3.811		
	40,001 - 50,000 บาท	3.923		
	มากกว่า 50,000 บาท	3.966		
10. ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานที่บันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.523	2.911	0.014*
	10,001 - 20,000 บาท	4.192		
	20,001 - 30,000 บาท	4.286		
	30,001 - 40,000 บาท	4.447		
	40,001 - 50,000 บาท	4.519		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.633		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.32 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	F	Sig.
11. ท่านชอบ เดินทางท่องเที่ยว ในช่วงวันหยุดพัก ร้อน หรือวันหยุด ปลายสัปดาห์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.285	0.849	0.516
	10,001 - 20,000 บาท	4.241		
	20,001 - 30,000 บาท	4.379		
	30,001 - 40,000 บาท	4.341		
	40,001 - 50,000 บาท	4.500		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.300		
ภาพรวม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.162	2.612	0.024*
	10,001 - 20,000 บาท	4.021		
	20,001 - 30,000 บาท	4.142		
	30,001 - 40,000 บาท	4.132		
	40,001 - 50,000 บาท	4.203		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.350		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ข้อคำถามท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนใจหลักหนีความจำเจ ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสดชื่นและได้สุขภาพที่ดีขึ้น ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ และภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนข้อคำถามอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่าง โดยนำค่าเฉลี่ย ด้านสังคมไปเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธี LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังตารางต่อไป

ตารางที่ 4.33: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่าน
เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลักหนีความจำเจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001	20,001	30,001	40,001	มากกว่า 50,000 บาท
		บาท	บาท	บาท	บาท	
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	-	0.092 (0.564)	-0.078 (0.612)	-0.196 (0.221)	-0.137 (0.420)	-0.447 (0.017)*
10,001 - 20,000 บาท	-	-	-0.171 (0.065)	-0.289 (0.005)*	-0.230 (0.049)*	-0.540 (0.000)*
20,001 - 30,000 บาท	-	-	-	-0.118 (0.200)	-0.587 (0.587)	-0.368 (0.006)*
30,001 - 40,000 บาท	-	-	-	-	0.059 (0.069)	-0.250 (0.073)
40,001 - 50,000 บาท	-	-	-	-	-	-0.310 (0.041)*

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.33 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย
 ข้อคำถามท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลักหนีความจำเจ
 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่

	ต่ำกว่า	10,001	20,001	30,001	40,001	มากกว่า
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	หรือ	-	-	-	-	50,000
	เท่ากับ	20,000	30,000	40,000	50,000	บาท
	10,000	บาท	บาท	บาท	บาท	
มากกว่า						
50,000	-	-	-	-	-	-
บาท						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อ
 คำถามท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลักหนีความจำเจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ระหว่าง
 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท และ 40,001 - 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็น
 มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบอีก
 ว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้
 ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท และมีรายได้ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทาง
 สถิติ

ตารางที่ 4.34: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่าน
เดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้รับความสดชื่นและได้สุขภาพที่ดีขึ้น จำแนกตามรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่

	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 บาท	20,001 บาท	30,001 บาท	40,001 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน						
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท		0.045 (0.795)	0.012 (0.943)	-0.209 (0.236)	-0.078 (0.674)	-0.342 (0.097)
10,001 - 20,000 บาท		-	-0.033 (0.741)	-0.255 (0.023)*	-0.124 (0.331)	-0.388 (0.012)*
20,001 - 30,000 บาท		-	-	-0.221 (0.029)*	-0.090 (0.445)	-0.355 (0.016)*
30,001 - 40,000 บาท		-	-	-	0.130 (0.306)	-0.133 (0.386)
40,001 - 50,000 บาท		-	-	-	-	-0.264 (0.112)
มากกว่า 50,000 บาท		-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อ
คำถามท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้รับความสดชื่นและได้สุขภาพที่ดีขึ้น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือนโดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และ
20,001 – 30,000 บาท มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 –
40,000 บาทและมากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.35: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่
จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการ
เดินทางนาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001	20,001	30,001	40,001	มากกว่า 50,000 บาท
		บาท	บาท	บาท	บาท	
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	-	0.344 (0.082)	0.272 (0.154)	0.216 (0.274)	0.361 (0.085)	-0.152 (0.509)
10,001 - 20,000 บาท	-	-	-0.072 (0.526)	-0.128 (0.304)	0.016 (0.906)	-0.497 (0.004)*
20,001 - 30,000 บาท	-	-	-	-0.056 (0.620)	0.089 (0.503)	-0.424 (0.010)*
30,001 - 40,000 บาท	-	-	-	-	0.145 (0.308)	-0.368 (0.033)*

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่

	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 บาท	20,001 บาท	30,001 บาท	40,001 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน						
40,001 - 50,000 บาท	-	-	-	-	-	-0.514 (0.006)*
มากกว่า 50,000 บาท	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท 40,001 - 50,000 บาทมีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.36: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ชาวไทย ข้อคำถามท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001	20,001	30,001	40,001	มากกว่า 50,000 บาท
		บาท	บาท	บาท	บาท	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท		0.331	0.236	0.076	0.004	-0.109
10,001 - 20,000 บาท	-	(0.064)	(0.168)	(0.666)	(0.981)	(0.598)
20,001 - 30,000 บาท	-	-	-0.094	-0.254	-0.326	-0.440
30,001 - 40,000 บาท	-	-	(0.360)	(0.024)*	(0.012)*	(0.005)*
40,001 - 50,000 บาท	-	-	-	-0.160	-0.232	-0.346
มากกว่า 50,000 บาท	-	-	-	(0.117)	(0.053)	(0.020)*
	-	-	-	-	-0.072	-0.186
	-	-	-	-	(0.574)	(0.230)
	-	-	-	-	-	-0.114
	-	-	-	-	-	(0.495)
	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อ
คำถามท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม
นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยเปรียบเทียบ
รายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีระดับความคิดเห็นมากกว่า
นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท และ 40,001 - 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท และ 20,001 -
30,000 บาท มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.37: การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพรวม จำแนกตาม
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001	20,001	30,001	40,001	มากกว่า 50,000 บาท
		บาท	บาท	บาท	บาท	
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	-	0.141 (0.205)	0.019 (0.853)	0.030 (0.785)	-0.040 (0.730)	-0.187 (0.150)
10,001 - 20,000 บาท	-	-	-0.121 (0.059)	-0.111 (0.115)	-0.182 (0.024)*	-0.328 (0.001)*
20,001 - 30,000 บาท	-	-	-	-0.010 (0.870)	-0.060 (0.418)	-0.207 (0.026)*

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.37 (ต่อ): การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพรวม
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ	10,001	20,001	30,001	40,001	มากกว่า 50,000 บาท
		บาท	บาท	บาท	บาท	
30,001 - 40,000 บาท	-	-	-	-	-0.071 (0.377)	-0.217 (0.025)*
40,001 - 50,000 บาท	-	-	-	-	-	-0.146 (0.163)
มากกว่า 50,000 บาท	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพรวม
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 40,001
- 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้
ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวที่มี
รายได้มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 -
30,000 บาท และมีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีแนวความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 4.38: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมือง ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของภาว นักท่องเที่ยวล้นเมือง ต่างกัน	เพศ	n	\bar{x}	S.D.	t	p
ด้านเศรษฐกิจ	ชาย	155	3.725	0.929	t = -1.793	0.020*
	หญิง	245	3.884	0.819		
ด้านสังคม	ชาย	155	3.977	0.665	t = -0.730	0.369
	หญิง	245	4.025	0.626		
ด้านวัฒนธรรม	ชาย	155	3.529	0.859	t = -1.822	0.244
	หญิง	245	3.681	0.787		
ด้านสิ่งแวดล้อม	ชาย	155	4.248	0.550	t = -0.366	0.804
	หญิง	245	4.269	0.563		
ภาพรวม	ชาย	155	3.870	0.548	t = -1.743	0.704
	หญิง	245	3.965	0.521		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองระหว่างเพศชายและเพศหญิงด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test จากผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ในด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง เท่ากับ 3.725 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.884 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างกลับพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 1.793, p = 0.020$)

ในด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง เท่ากับ 3.077 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.025 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างกลับพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองไม่แตกต่างกัน

ในด้านวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง เท่ากับ 3.529 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.681 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างกลับพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองไม่แตกต่างกัน

ในด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง เท่ากับ 4.248 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.269 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างกลับพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองไม่แตกต่างกัน

แต่เมื่อดูในภาพรวมกลับพบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง เท่ากับ 3.870 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.965 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างกลับพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองไม่แตกต่างกัน

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 4.39: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ					
ภาวะ	อายุ	\bar{x}	F	Sig.	
นักท่องเที่ยวล้นเมือง					
ด้านเศรษฐกิจ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.544	1.809	0.110	
	21 - 30 ปี	3.831			
	31 - 40 ปี	3.585			
	41 - 50 ปี	3.889			
	51 - 60 ปี	3.917			
	มากกว่า 60 ปี	3.280			
ด้านสังคม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.833	1.099	0.361	
	21 - 30 ปี	3.978			
	31 - 40 ปี	4.055			
	41 - 50 ปี	4.067			
	51 - 60 ปี	4.071			
	มากกว่า 60 ปี	3.750			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.39 (ต่อ): การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวชนักท่องเที่ยวล้นเมือง
จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อ					
ผลกระทบของ					
ภาวะ	อายุ	\bar{x}	F	Sig.	
นักท่องเที่ยวล้น					
เมือง					
ด้านวัฒนธรรม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.185	2.131	0.061	
	21 - 30 ปี	3.684			
	31 - 40 ปี	3.686			
	41 - 50 ปี	3.577			
	51 - 60 ปี	3.523			
	มากกว่า 60 ปี	3.244			
ด้านสิ่งแวดล้อม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.166	0.436	0.824	
	21 - 30 ปี	4.246			
	31 - 40 ปี	4.251			
	41 - 50 ปี	4.352			
	51 - 60 ปี	4.250			
	มากกว่า 60 ปี	4.283			
ภาพรวม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.682	1.870	0.099	
	21 - 30 ปี	3.935			
	31 - 40 ปี	3.963			
	41 - 50 ปี	3.971			
	51 - 60 ปี	3.954			
	มากกว่า 60 ปี	3.639			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.39 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยว
 ล้นเมือง จำแนกตามอายุ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมี ความคิดเห็นต่อ
 ผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงหมายความว่า
 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมี ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองไม่
 แตกต่างกัน

1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานะภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบ ของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 4.40: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตาม
 สถานภาพ

ความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของ ภาวะ นักท่องเที่ยวล้น เมือง	สถานะภาพ	\bar{x}	F	Sig.
ด้านเศรษฐกิจ	โสด	3.891	2.016	0.135
	สมรส	3.711		
	หย่าร้าง	3.871		
ด้านสังคม	โสด	4.018	3.994	0.019*
	สมรส	4.032		
	หย่าร้าง	3.535		
ด้านวัฒนธรรม	โสด	3.678	1.936	0.146
	สมรส	3.565		
	หย่าร้าง	3.309		
ด้านสิ่งแวดล้อม	โสด	4.237	0.857	0.425
	สมรส	4.305		
	หย่าร้าง	4.178		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.40 (ต่อ): การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง
จำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของ ภาวะ นักท่องเที่ยวล้น เมือง		สถานะภาพ	\bar{x}	F	Sig.
ภาพรวม	โสด		3.956	1.510	0.222
	สมรส		3.904		
	หย่าร้าง		3.928		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.40 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามสถานภาพ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ด้านสังคม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียงด้านเดียว ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่าง โดยนำค่าเฉลี่ยด้านสังคมไปเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธี LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.41: การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามสถานภาพ ด้านสังคม โดยเปรียบเทียบรายคู่

สถานะภาพ	โสด	สมรส	หย่าร้าง
โสด	-	-0.147 (1.000)	0.482 (0.019)*
สมรส	-	-	-0.497 (0.016)*
หย่าร้าง	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยว
 ล้นเมือง จำแนกตามสถานภาพ ด้านสังคม โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ
 หย่าร้างมีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานะภาพโสดและสมรสอย่างมีนัยสำคัญทาง
 สถิติ

2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบ
 ของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 4.42: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตาม
 ระดับการศึกษา

ความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของ ภาวะ นักท่องเที่ยวล้น เมือง	ระดับการศึกษา	\bar{x}	F	Sig.
ด้านเศรษฐกิจ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.5190	6.486	0.002*
	ปริญญาตรี	3.8859		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.0067		
ด้านสังคม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.8829	1.902	0.151
	ปริญญาตรี	4.0412		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.0000		
ด้านวัฒนธรรม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.3291	6.857	0.001*
	ปริญญาตรี	3.7068		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.5778		
ด้านสิ่งแวดล้อม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.2405	0.516	0.597
	ปริญญาตรี	4.2569		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.3583		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.42 (ต่อ): การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง
จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของ ภาวะ นักท่องเที่ยวล้น เมือง		ระดับการศึกษา	\bar{x}	F	Sig.
ภาพรวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี		3.742	6.110	0.002*
	ปริญญาตรี		3.972		
	สูงกว่าปริญญาตรี		3.985		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.42 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม และภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่าง โดยนำค่าเฉลี่ยด้านเศรษฐกิจและด้านวัฒนธรรมไปเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธี LSD เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.43: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-0.366 (0.001)*	-0.487 (0.008)*
ปริญญาตรี	-	-	-0.120 (0.461)
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้านเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.44: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้านเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านวัฒนธรรม โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-0.377 (0.000)*	-0.248 (0.151)
ปริญญาตรี	-	-	0.128 (0.405)
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้านเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านวัฒนธรรม โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.45: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา ภาพรวม โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-0.298 (0.001)*	-0.242 (0.032)*
ปริญญาตรี	-	-	-0.013 (0.898)
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา ภาพรวม โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 4.46: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ		อาชีพ	\bar{x}	F	Sig.
ภาวะ	นักท่องเที่ยวล้นเมือง				
ด้านเศรษฐกิจ		นักเรียน/นักศึกษา	3.5600	1.245	0.287
		ข้าราชการ	3.9149		
		พนักงานบริษัทเอกชน	3.8359		
		ธุรกิจส่วนตัว	3.8822		
		เกษียณอายุ	3.7455		
		อื่น ๆ	3.2400		
ด้านสังคม		นักเรียน/นักศึกษา	3.9083	1.519	0.183
		ข้าราชการ	4.0053		
		พนักงานบริษัทเอกชน	3.9636		
		ธุรกิจส่วนตัว	4.1639		
		เกษียณอายุ	3.9091		
		อื่น ๆ	4.0000		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.46 (ต่อ): การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยว
ล้นเมือง จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นต่อ					
ผลกระทบของ					
ภาวะ	อาชีพ	\bar{x}	F	Sig.	
นักท่องเที่ยวล้น					
เมือง					
ด้านวัฒนธรรม	นักเรียน/นักศึกษา	3.2889	1.871	0.098	
	ข้าราชการ	3.6454			
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.6230			
	ธุรกิจส่วนตัว	3.7704			
	เกษียณอายุ	3.4242			
	อื่น ๆ	3.6000			
ด้านสิ่งแวดล้อม	นักเรียน/นักศึกษา	4.1750	3.148	0.008*	
	ข้าราชการ	4.1011			
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.2209			
	ธุรกิจส่วนตัว	4.4278			
	เกษียณอายุ	4.3636			
	อื่น ๆ	4.5000			
ภาพรวม	นักเรียน/นักศึกษา	3.733	2.099	0.065	
	ข้าราชการ	3.916			
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.910			
	ธุรกิจส่วนตัว	4.061			
	เกษียณอายุ	3.860			
	อื่น ๆ	3.835			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.46 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยว
ล้นเมือง จำแนกตามอาชีพ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมมีความแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติเพียงด้านเดียว ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หา
ความแตกต่าง โดยนำค่าเฉลี่ยด้านสิ่งแวดล้อมไปเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธี LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่
ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.47: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยว ล้นเมือง จำแนกตาม
อาชีพ ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเปรียบเทียบรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษียณอายุ	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	-	0.739 (0.566)	-0.458 (0.670)	-0.252 (0.030)*	-0.188 (0.223)	-0.325 (0.223)
ข้าราชการ	-	-	-0.119 (0.179)	-0.326 (0.001)*	0.262 (0.066)	0.398 (0.124)
พนักงาน บริษัทเอกชน	-	-	-	-0.206 (0.003)*	-0.142 (0.249)	-0.279 (0.264)
ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	0.064 (0.625)	-0.072 (0.776)
เกษียณอายุ	-	-	-	-	-	-0.136 (0.618)
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยว
ล้นเมือง จำแนกตามอาชีพ ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบ
ธุรกิจส่วนตัวมีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา ข้าราชการและ
พนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 4.48: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของ ภาวะ นักท่องเที่ยวล้น เมือง	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	\bar{x}	F	Sig.
ด้านเศรษฐกิจ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.4381	1.784	0.115
	10,001 - 20,000 บาท	3.8386		
	20,001 - 30,000 บาท	3.8946		
	30,001 - 40,000 บาท	3.7788		
	40,001 - 50,000 บาท	3.9731		
	มากกว่า 50,000 บาท	3.6000		
ด้านสังคม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.8929	1.776	0.117
	10,001 - 20,000 บาท	3.8855		
	20,001 - 30,000 บาท	4.0097		
	30,001 - 40,000 บาท	4.0706		
	40,001 - 50,000 บาท	3.9952		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.2500		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.48 (ต่อ): การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวชนักท่องเที่ยว
 ล้นเมือง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นต่อ ผลกระทบของ ภาวชนักท่องเที่ยว ล้นเมือง	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	\bar{x}	F	Sig.
ด้านวัฒนธรรม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.0952	1.994	0.079
	10,001 - 20,000 บาท	3.6466		
	20,001 - 30,000 บาท	3.6925		
	30,001 - 40,000 บาท	3.6431		
	40,001 - 50,000 บาท	3.6090		
	มากกว่า 50,000 บาท	3.5889		
ด้านสิ่งแวดล้อม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.1786	2.673	0.022*
	10,001 - 20,000 บาท	4.1717		
	20,001 - 30,000 บาท	4.2364		
	30,001 - 40,000 บาท	4.2471		
	40,001 - 50,000 บาท	4.3462		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.5667		
ภาพรวม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.651	1.549	0.174
	10,001 - 20,000 บาท	3.885		
	20,001 - 30,000 บาท	3.958		
	30,001 - 40,000 บาท	3.934		
	40,001 - 50,000 บาท	3.980		
	มากกว่า 50,000 บาท	4.001		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.48 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยว
ล้นเมือง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมมีความแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียงด้านเดียว ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์
หาความแตกต่าง โดยนำค่าเฉลี่ยด้านสิ่งแวดล้อมไปเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธี LSD เพื่อหาว่า
ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.49: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตาม
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเปรียบเทียบรายคู่

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ต่ำกว่า	10,001	20,001	30,001	40,001	มากกว่า 50,000 บาท
	หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	-	-0.551 (0.006)*	-0.597 (0.002)*	-0.547 (0.006)*	-0.513 (0.015)*	-0.493 (0.034)*
10,001 - 20,000 บาท	-	-	0.045 (0.689)	0.034 (0.978)	0.037 (0.794)	0.577 (0.739)
20,001 - 30,000 บาท	-	-	-	0.049 (0.664)	0.083 (0.532)	0.103 (0.530)
30,001 - 40,000 บาท	-	-	-	-	0.034 (0.812)	0.054 (0.754)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.49: การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเปรียบเทียบรายคู่

	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 บาท	20,001 บาท	30,001 บาท	40,001 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน						
40,001 - 50,000 บาท	-	-	-	-	-	0.020 (0.914)
มากกว่า 50,000 บาท	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท 40,001 – 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4.50: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการเดินทาง		ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง				
		ด้าน เศรษฐกิจ	ด้าน สังคม	ด้าน วัฒนธรรม	ด้าน สิ่งแวดล้อม	ภาพรวม
1. ท่าน เดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อ พักผ่อนหย่อน ใจหลีกเลี่ยง ความจำเจ	r	0.170	0.141	0.091	0.309	0.227
	Sig (2 tailed)	0.001*	0.005*	0.070	0.000*	0.000*
	ระดับ ความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
2. ท่าน เดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อ จะได้ความสด ชื่นและได้ สุขภาพที่ดีขึ้น	r	0.163	0.079	0.069	0.259	0.184
	Sig (2 tailed)	0.001*	0.114	0.166	0.000*	0.000*
	ระดับ ความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
3. การเดินทาง ท่องเที่ยวทำให้ ท่านได้รับ ประสบการณ์ ที่แปลกใหม่	r	0.074	0.016	0.016	0.247	0.106
	Sig (2 tailed)	0.137	0.743	0.744	0.000*	0.034*
	ระดับ ความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.50 (ต่อ): แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการเดินทาง		ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง				ภาพรวม
		ด้าน เศรษฐกิจ	ด้าน สังคม	ด้าน วัฒนธรรม	ด้าน สิ่งแวดล้อม	
4. ท่านได้ มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่	r	0.138	0.169	0.192	0.099	0.206
	Sig (2 tailed)	0.006*	0.001*	0.000*	0.048*	0.000*
จากการ เดินทาง ท่องเที่ยว	ระดับ ความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
5. ท่านชอบที่ จะเดินทาง ท่องเที่ยวใน ประเทศ เนื่องจากมี ความสะดวก และไม่ต้องใช้ เวลาในการ เดินทางนาน	r	-0.156	0.253	0.095	0.311	0.206
	Sig (2 tailed)	0.002*	0.000*	0.056	0.000*	0.000*
	ระดับ ความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ปานกลาง	ต่ำ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.50 (ต่อ): แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการเดินทาง		ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวณักท่องเที่ยวล้นเมือง				ภาพรวม
		ด้าน เศรษฐกิจ	ด้าน สังคม	ด้าน วัฒนธรรม	ด้าน สิ่งแวดล้อม	
6. ท่านชอบที่	r	0.279	0.092	0.282	0.112	0.278
จะเดินทาง	Sig	0.000*	0.067	0.000*	0.025*	0.000*
ท่องเที่ยวใน	(2 tailed)					
ประเทศ						
เนื่องจากความ	ระดับ					
หลากหลาย	ความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
ของสถานที่						
ท่องเที่ยว						
7. ท่านชอบที่	r	0.429	0.225	0.426	0.100	0.432
จะเดินทาง	Sig	0.000*	0.000*	0.000*	0.046*	0.000*
ท่องเที่ยวใน	(2 tailed)					
ประเทศ						
เนื่องจากความ	ระดับ					
ปลอดภัยของ	ความสัมพันธ์	ปานกลาง	ต่ำ	ปานกลาง	ต่ำ	ปานกลาง
สถานที่						
ท่องเที่ยว						

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.50 (ต่อ): แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวชนักท่องเที่ยวล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการเดินทาง		ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวชนักท่องเที่ยวล้นเมือง				ภาพรวม
		ด้าน เศรษฐกิจ	ด้าน สังคม	ด้าน วัฒนธรรม	ด้าน สิ่งแวดล้อม	
8. ท่านชอบที่	r	0.379	0.156	0.371	0.028	0.350
จะเดินทาง	Sig	0.000*	0.002*	0.000*	0.582	0.000*
ท่องเที่ยวใน	(2 tailed)					
ประเทศ						
เนื่องจากสิ่ง						
อำนวยความสะดวก	ระดับ	ปานกลาง	ต่ำ	ปานกลาง	ต่ำ	ปานกลาง
ทางการ	ความสัมพันธ์					
ท่องเที่ยว						
9. ท่านชอบที่	r	0.373	0.179	0.334	0.046	0.345
จะเดินทาง	Sig	0.000*	0.000*	0.000*	0.360	0.000*
ท่องเที่ยวใน	(2 tailed)					
ประเทศ						
เนื่องจาก						
อัยาศัยไม่ตรี	ระดับ	ปานกลาง	ต่ำ	ปานกลาง	ต่ำ	ปานกลาง
ของคนใน	ความสัมพันธ์					
ท้องถิ่น						

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.50 (ต่อ): แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวชนักท่องเที่ยวล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการเดินทาง		ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวชนักท่องเที่ยวล้นเมือง				ภาพรวม
		ด้าน เศรษฐกิจ	ด้าน สังคม	ด้าน วัฒนธรรม	ด้าน สิ่งแวดล้อม	
10. ท่านเลือก สถานที่ ท่องเที่ยวที่มี สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด ครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/ เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	r	0.120	0.175	0.183	0.227	0.231
	Sig (2 tailed)	0.017*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
	ระดับ ความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
11. ท่านชอบ เดินทาง ท่องเที่ยว ในช่วงวันหยุด พักร้อน หรือ วันหยุดปลาย สัปดาห์	r	0.204	0.143	0.126	0.215	0.230
	Sig (2 tailed)	0.000*	0.004*	0.012*	0.000*	0.000*
	ระดับ ความสัมพันธ์	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.50 (ต่อ): แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวยาวไทย

พฤติกรรมการเดินทาง	ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมือง				ภาพรวม
	ด้าน เศรษฐกิจ	ด้าน สังคม	ด้าน วัฒนธรรม	ด้าน สิ่งแวดล้อม	
r	0.361	0.268	0.370	0.314	0.451
Sig (2 tailed)	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
ระดับ ความสัมพันธ์	ปานกลาง	ต่ำ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวยาวไทย ด้วยค่าสถิติ Pearson's Correlation Coefficient โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 ผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ดังนี้

ข้อความท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลีกเลี่ยงความจำเจ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.170, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 2.89

ข้อความท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลีกเลี่ยงความจำเจ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.141, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 1.98

ข้อความท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลีกเลี่ยงความจำเจ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านวัฒนธรรม

ข้อคำถามการเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.247, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 6.10

ข้อคำถามการเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.106, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 1.12

ข้อคำถามท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.138, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 1.90

ข้อคำถามท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.169, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 2.85

ข้อคำถามท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.192, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 3.68

ข้อคำถามท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.099, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 0.98

ข้อคำถามท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.206, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 4.24

ข้อคำถามท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลานานในการเดินทางนาน มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดเห็นที่มีต่อความคิดเห็นต่อผลกระทบของ

ข้อความท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากอหิวาต์ไครีของคนในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.345$, $p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับปานกลาง ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 11.90

ข้อความท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.120$, $p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 1.44

ข้อความท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.175$, $p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 3.06

ข้อความท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.183$, $p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 3.34

ข้อความท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.227$, $p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 5.15

ข้อความท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.231$, $p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 5.33

ข้อความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.204, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 4.16

ข้อความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.143, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 2.04

ข้อความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.126, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 1.58

ข้อความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.215, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 4.62

ข้อความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.230, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 5.29

ภาพรวมของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.361, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับปานกลาง ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 13.03

ภาพรวมของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.268, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับต่ำ ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 7.18

ภาพรวมของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.370, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับปานกลาง ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 13.69

ภาพรวมของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.314, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับปานกลาง ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 9.85

ภาพรวมของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ด้านสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.451, p < 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับปานกลาง ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ร้อยละ 20.34



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ” สามารถสรุปผลการศึกษได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.2 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ร้อยละ 38.5 สถานะภาพโสด ร้อยละ 58.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 72.8 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 51.5 และมีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 32.2

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อผลกระทบต่อภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า ใน 1 ปีที่ผ่านมานักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 98.2 สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมคือ พัทยา จังหวัดชลบุรี และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนามาจาก จังหวัดกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 31.2

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยต่อผลกระทบของนักท่องเที่ยวล้นเมืองสูงสุด คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.261$) รองลงมา คือ ด้านสังคม ($\bar{X} = 4.006$) ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.822$) และด้านวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.622$)

ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นที่มีผลกระทบต่อภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองสูงสุดด้านสิ่งแวดล้อม คือ ท่านคิดว่าการบริหารจัดการภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดสภาพแวดล้อมเป็นพิษ เช่น ขยะมูลฝอย น้ำเน่าเสีย เป็นต้น ($\bar{X} = 4.392$) รองลงมา คือ ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดการรบกวนธรรมชาติอันเกิดจากการไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.312$) ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้พื้นที่ธรรมชาติบางส่วนถูกทำลาย ($\bar{X} = 4.187$) และท่านคิดว่าการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกอาจส่งผลกระทบต่อภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.152$) ตามลำดับ

ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นที่มีผลกระทบต่อภาวะนักท่องเที่ยว ล้นเมืองสูงสุด ด้านสังคม คือ ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดการลอบกลวงเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.317$) รองลงมา คือ ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดปัญหา อาชญากรรม ($\bar{X} = 4.232$) ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ รบกวนคนในท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.852$) และท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดการเลือนหายของอาชีพดั้งเดิมใน ท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.625$) ตามลำดับ

ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นที่มีผลกระทบต่อภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองสูงสุด ด้านเศรษฐกิจ คือ ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น ($\bar{X} = 3.865$) รองลงมา คือ ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ราคาอาหารเพิ่มสูงขึ้น ($\bar{X} = 3.847$) ท่านคิด ว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ราคาที่พัก ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท เพิ่มสูงขึ้น ($\bar{X} = 3.827$) ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ราคาค่าโดยสารเดินทาง (ค่าตัว) เพิ่มสูงขึ้น ($\bar{X} = 3.792$) และท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้มาตรการการเก็บภาษีหรือค่าธรรมเนียม สำหรับนักท่องเที่ยวสูงขึ้น ($\bar{X} = 3.780$) ตามลำดับ

ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นที่มีผลกระทบต่อภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองสูงสุด ด้านวัฒนธรรม คือ ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้วัฒนธรรมประเพณีที่ถูกนำเสนอขาย รูปแบบของสินค้าเน้นตอบสนองนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.662$) รองลงมา คือ ท่านคิดว่าภาวะ นักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดภาวะตระหนกและสับสนทางวัฒนธรรม (Culture Shock) ($\bar{X} = 3.650$) และท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้คุณค่าของงานศิลปะลดลง ($\bar{X} = 3.555$) ตามลำดับ

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลของพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยของกลุ่ม ตัวอย่าง ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงสุด คือ ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลักนี้ความจำเจ ($\bar{X} = 4.385$) รองลงมา คือ ท่าน เลือกลงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร / เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.370$) ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด พักร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์ ($\bar{X} = 4.347$) การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ ที่แปลกใหม่ ($\bar{X} = 4.272$) ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสดชื่นและสุขภาพดีขึ้น ($\bar{X} = 4.257$) ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทาง นาน ($\bar{X} = 4.140$) ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความหลากหลายของสถานที่

ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.010$) ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.937$) ท่านได้มีรูปภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.922$) ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.857$) และท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากบรรยากาศไม่ตรีของคนที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.857$) ตามลำดับ

5.1.4 การสรุปผลตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.1

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
1.1.1 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกเลี่ยงความจำเจ	ไม่ยอมรับ
1.1.2 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสด ชื่นและได้สุขภาพที่ดีขึ้น	ไม่ยอมรับ
1.1.3 การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่	ยอมรับ
1.1.4 ท่านได้มีรูปภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการ เดินทางท่องเที่ยว	ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.1

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
1.1.5 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการ เดินทางนาน	ไม่ยอมรับ
1.1.6 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.1.7 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.1.8 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.1.9 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากอัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	ไม่ยอมรับ
1.1.10 ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/ เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	ไม่ยอมรับ
1.1.11 ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด พักร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์	ไม่ยอมรับ

1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.2 : การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.2

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
1.2.1 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกเลี่ยงความจำเจ	ยอมรับ
1.2.2 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสด ชื่นและได้สุขภาพที่ดีขึ้น	ไม่ยอมรับ
1.2.3 การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่	ไม่ยอมรับ
1.2.4 ท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการ เดินทางท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.2.5 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการ เดินทางนาน	ไม่ยอมรับ
1.2.6 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ยอมรับ
1.2.7 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.2.8 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยว	ยอมรับ
1.2.9 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากอัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	ไม่ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ): การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.2

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
1.2.10 ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/ เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	ยอมรับ
1.2.11 ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์	ยอมรับ

1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานะภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.3: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.3

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
1.3.1 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกหนีความจำเจ	ไม่ยอมรับ
1.3.2 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสดชื่นและได้สุขภาพที่ดีขึ้น	ไม่ยอมรับ
1.3.3 การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่	ไม่ยอมรับ
1.3.4 ท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.3.5 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน	ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ): การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.3

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
1.3.6 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.3.7 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.3.8 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.3.9 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากอัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	ไม่ยอมรับ
1.3.10 ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/ เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	ไม่ยอมรับ
1.3.11 ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด พักร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์	ไม่ยอมรับ

1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.4: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.4

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
4.1 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกเลี่ยงความจำเจ	ยอมรับ
4.2 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสดชื่น และได้สุขภาพที่ดีขึ้น	ไม่ยอมรับ
4.3 การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่	ไม่ยอมรับ
4.4 ท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการ เดินทางท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
4.5 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการ เดินทางนาน	ยอมรับ
4.6 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
4.7 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
4.8 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
4.9 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากอัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	ไม่ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ): การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.4

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
4.10 ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/ เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	ไม่ยอมรับ
4.11 ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์	ไม่ยอมรับ

1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.5: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.5

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
1.5.1 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกหนีความจำเจ	ไม่ยอมรับ
1.5.2 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสดชื่นและได้สุขภาพที่ดีขึ้น	ไม่ยอมรับ
1.5.3 การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่	ไม่ยอมรับ
1.5.4 ท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.5.5 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน	ไม่ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ): การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.5

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
1.5.6 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.5.7 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.5.8 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.5.9 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากอัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	ไม่ยอมรับ
1.5.10 ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/ เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	ยอมรับ
1.5.11 ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด พักร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์	ยอมรับ

1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.6: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.6

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
1.6.1 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกเลี่ยงความจำเจ	ยอมรับ
1.6.2 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสด ชื่นและได้สุขภาพที่ดีขึ้น	ยอมรับ
1.6.3 การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่	ไม่ยอมรับ
1.6.4 ท่านได้มีมิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการ เดินทางท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.6.5 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการ เดินทางนาน	ยอมรับ
1.6.6 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.6.7 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.6.8 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยว	ไม่ยอมรับ
1.6.9 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากอัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	ไม่ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.6 (ต่อ): การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.6

พฤติกรรมการเดินทาง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
1.6.10 ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/ เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	ยอมรับ
1.6.11 ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์	ไม่ยอมรับ

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมี ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมี ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 5.7: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.1

ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมือง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2.1.1 ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
2.1.2 ด้านสังคม	ไม่ยอมรับ
2.1.3 ด้านวัฒนธรรม	ไม่ยอมรับ
2.1.4 ด้านสิ่งแวดล้อม	ไม่ยอมรับ

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยว ยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 5.8: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.2

ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวะนักท่องเที่ยวยวล้นเมือง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2.2.1 ด้านเศรษฐกิจ	ไม่ยอมรับ
2.2.2 ด้านสังคม	ไม่ยอมรับ
2.2.3 ด้านวัฒนธรรม	ไม่ยอมรับ
2.2.4 ด้านสิ่งแวดล้อม	ไม่ยอมรับ

2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานะภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 5.9: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.3

ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวะนักท่องเที่ยวยวล้นเมือง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2.3.1 ด้านเศรษฐกิจ	ไม่ยอมรับ
2.3.2 ด้านสังคม	ยอมรับ
2.3.3 ด้านวัฒนธรรม	ไม่ยอมรับ
2.3.4 ด้านสิ่งแวดล้อม	ไม่ยอมรับ

2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาว
 นักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 5.10: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.4

ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวักท่องเที่ยวล้นเมือง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2.4.1 ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
2.4.2 ด้านสังคม	ไม่ยอมรับ
2.4.3 ด้านวัฒนธรรม	ยอมรับ
2.4.4 ด้านสิ่งแวดล้อม	ไม่ยอมรับ

2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวักท่องเที่ยว
 ล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 5.11: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.5

ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวักท่องเที่ยวล้นเมือง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2.5.1 ด้านเศรษฐกิจ	ไม่ยอมรับ
2.5.2 ด้านสังคม	ไม่ยอมรับ
2.5.3 ด้านวัฒนธรรม	ไม่ยอมรับ
2.5.4 ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ

2.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองต่างกัน

ตารางที่ 5.12: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2.6

ความคิดเห็นต่อผลกระทบของ ภาวณักท่องเที่ยวล้นเมือง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2.6.1 ด้านเศรษฐกิจ	ไม่ยอมรับ
2.6.2 ด้านสังคม	ไม่ยอมรับ
2.6.3 ด้านวัฒนธรรม	ไม่ยอมรับ
2.6.4 ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมือง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 5.13: การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 3

พฤติกรรมการเดินทาง	ความคิดเห็นต่อผลกระทบ ของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมือง	
	ด้านเศรษฐกิจ	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3.1 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลักหนีความจำเจ	ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
	ด้านสังคม	ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ไม่ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ
3.2 ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะ ได้ความสดชื่นและได้สุขภาพที่ดี ขึ้น	ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
	ด้านสังคม	ไม่ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ไม่ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.13 (ต่อ): การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 3

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ความคิดเห็นต่อผลกระทบ	
	ของภาวະนักท่องเที่ยวล้นเมือง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3.3 การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่	ด้านเศรษฐกิจ	ไม่ยอมรับ
	ด้านสังคม	ไม่ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ไม่ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ
3.4 ท่านได้มีรูปภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการเดินทางท่องเที่ยว	ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
	ด้านสังคม	ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ
3.5 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน	ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
	ด้านสังคม	ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ไม่ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ
3.6 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
	ด้านสังคม	ไม่ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ
3.7 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
	ด้านสังคม	ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ
3.8 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
	ด้านสังคม	ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ไม่ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.13 (ต่อ): การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน สมมติฐานที่ 3

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ความคิดเห็นต่อผลกระทบ	
	ของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3.9 ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเนื่องจาก ทัศนคติไม่ตรีของคนในท้องถิ่น	ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
	ด้านสังคม	ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ไม่ยอมรับ
3.10 ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ	ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
	ด้านสังคม	ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ
3.11 ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์	ด้านเศรษฐกิจ	ยอมรับ
	ด้านสังคม	ยอมรับ
	ด้านวัฒนธรรม	ยอมรับ
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ยอมรับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวชนักท่องเที่ยวล้นเมืองและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ” ข้างต้น สามารถเขียนอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. จากการศึกษาความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ในด้านเพศ พบว่าความแตกต่างนักท่องเที่ยวเพศหญิงและเพศชายส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริวัสสา นารินคำ, สุดสันต์ สุทธิพิศาล และเฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว (2557) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากเพศหญิงและเพศชายมีความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวเพศชายบางคนอาจจะชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบเดินทางคนเดียวหรือกลุ่มเล็ก ๆ แต่นักท่องเที่ยวเพศหญิงส่วนใหญ่จะชอบการเดินทางท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ เป็นต้น ซึ่งขัดแย้งกับ กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) ที่พบว่า เพศไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ในด้านอายุผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีระดับความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี และ 51 – 60 ปี ซึ่งคนในกลุ่มนี้อยู่ในช่วงของวัยผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ และเน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คำนึงถึงความคุ้มค่าในให้การบริการทางการท่องเที่ยว เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มากยิ่งขึ้นให้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มช่วงอายุนี้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากกลุ่มช่วงอายุอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) ที่พบว่า อายุส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยว ในประเด็นบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้เนื่องจากอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม

ในด้านอาชีพ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวประกอบธุรกิจส่วนตัวซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายที่มากเนื่องจากบางธุรกิจมีกำไรสูง และสามารถเดินทางท่องเที่ยวเมื่อไหร่ก็ได้ จึงแตกต่างกับนักท่องเที่ยวกลุ่มประกอบอาชีพข้าราชการที่ทำงานทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้แค่เฉพาะวันหยุดเสาร์อาทิตย์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์เท่านั้น อีกทั้งยังมีรายรับรายจ่ายที่ค่อนข้างจำกัดด้วยจึงส่งผลให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพส่วนตัว ทั้งนี้

เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุราชการมีเวลาท่องเที่ยวมากกว่าเพราะไม่ต้องทำงานหรือประกอบอาชีพ สามารถเดินทางท่องเที่ยวเมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูติกานต์ ยินดีสุข (2559) ที่พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน เนื่องจากรายได้ถือเป็นปัจจัยสำคัญ ต่อรูปแบบในการท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยก็จะมีรูปแบบท่องเที่ยวที่ไม่เน้นสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวมากกว่านักเน้นความประหยัดเป็นหลัก ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีที่มีรายได้สูงก็จะเน้นสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว มากกว่า ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ที่กล่าวว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลต่อความถี่ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย การเลือกสถานที่ ระยะเวลาในการท่องเที่ยว งบประมาณที่ใช้ในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปันญา สิริรุ่งโรจน์กนก (2559) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม ในเรื่องค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

2. จากการศึกษาความแตกต่างของ ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยว ล้นเมืองในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ สถานะภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านเพศส่งผลต่อแนวความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากเพศหญิงและเพศชายถูกปลูกฝังทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ และค่านิยมมาแตกต่างกัน จึงทำให้เกิดความคิดเห็นที่ต่างกัน ซึ่งสังเกตได้ว่าเพศหญิงจะมีความคิดที่รอบคอบและไตร่ตรองดีกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐรุช บุคเนตร (2557) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมนแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับ วีรพงศ์ รัตนศรี (2554) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวถ้ำลอด อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน แตกต่างกัน

และยังพบอีกว่าระดับการศึกษาส่งผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย ซึ่งระดับการศึกษามีส่วนสำคัญในการแสดงความคิดเห็น เพราะการศึกษาทำให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงก็จะตระหนักถึงความสำคัญและปัญหา มากกว่า ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็น ต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐรุช บุคเนตร (2557) ที่พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมน แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีช่วงมีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน และยังพบว่าสอดคล้องกับ วีรพงศ์ รัตนศรี (2554) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวถ้ำลอด แตกต่างกัน

3. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมืองกับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมือง พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับความคิดเห็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่อผลกระทบของภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมือง คือ ด้านสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมสูงสุด เนื่องจาก ภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว กล่าวคือเมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากย่อมส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว เช่น พื้นที่ธรรมชาติบางส่วนถูกทำลายเพื่อการสร้างที่พักในแหล่งธรรมชาติ กิจกรรมนันทนาการบางประเภทมีผลกระทบต่อธรรมชาติ อาทิ การตั้งแคมป์ไฟ การตัดต้นไม้ การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลกระทบต่อภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือแม้กระทั่งน้ำเน่าเสียจากผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับ อารยา จันทร์สกุล (2561) ที่กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเสื่อมโทรมหากนักท่องเที่ยวมากเกินไป ความสามารถในการรองรับของทรัพยากรธรรมชาติ ย่อมทำให้เกิดการเสื่อมโทรม นอกจากนี้ ผลต่อเนื่อง จากการจัดการของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพอาจทำให้ แหล่งน้ำเสื่อมโทรมและขาดแคลนน้ำสะอาด

ในขณะที่ผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน สำหรับข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลักนี้ความจำใจ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเลือกเดินทางเพื่อสันทนาการจากความเบื่อหน่ายในสิ่งที่ต้องพบเจอทุกวัน เช่น การทำงาน ปัญหาโรคติด การท่องเที่ยวที่อยู่แต่ในห้างสรรพสินค้า โรงหนัง พิพิธภัณฑ์ สถานบันเทิงต่าง ๆ ฯลฯ

แต่เมื่อมองถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมืองกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวonenักท่องเที่ยวล้นเมืองทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางบวกกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย สอดคล้องกับ ชุตติกานต์ ยินดีสุข (2559) ที่พบว่าทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้

อาจเป็นเพราะเมื่อนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองแล้วยอมส่งผลไปถึงพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาและข้อควรพิจารณาผลกระทบของภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทยพบว่าประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือประเด็นผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมคือ ขยะมูลฝอยตกค้างในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากระบบการกำจัดขยะไม่เพียงพอ ดังนั้น ภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน รวมถึงนักท่องเที่ยว จะต้องร่วมมือแก้ปัญหาขยะพลาสติกในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะขยะพลาสติกในทะเล พร้อมกับพิจารณาแนวทางจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ เพื่อไม่ให้มีปัญหกระทบสิ่งแวดล้อมเช่นที่ผ่านมา เพราะตอนนี้เรื่องท่องเที่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อมแยกจากกันไม่ได้ มากไปกว่านั้นพิจารณาไปถึงการเพิ่มค่าธรรมเนียมการเข้าพื้นที่อุทยานด้วย รวมทั้งจะมีการพิจารณาถึงค่าธรรมเนียมเข้าประเทศหรือค่าเหยียบแผ่นดินกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือเมื่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับความนิยมนสูงมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว ต้องใช้มาตรการขั้นเด็ดขาด โดยการปิดแหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ

อย่างไรก็ตาม ปัญหานักท่องเที่ยวล้นเกินขีดความสามารถในการรองรับได้เกิดขึ้นกับเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งในต่างประเทศมาแล้ว ดังนั้นการศึกษาและประยุกต์วิธีแก้ปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวจากกรณีในต่างประเทศให้เข้ากับปัญหาที่เกิดขึ้นในไทยจะทำให้การจัดการผลกระทบทำได้ตรงจุดมากขึ้น ภาครัฐและภาคเอกชนต้องร่วมมือกันและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันเพื่อรับรู้สภาพปัญหาที่แท้จริง มีการวางแผนและกำหนดมาตรการแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ศึกษาในมุมมองความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.4.2 ศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อภาวณักท่องเที่ยวล้นเมือง

5.4.3 ศึกษาภาวณักท่องเที่ยวล้นเมืองที่เกิดขึ้นในช่วงวันหยุดยาว เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น ว่ามีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างไร

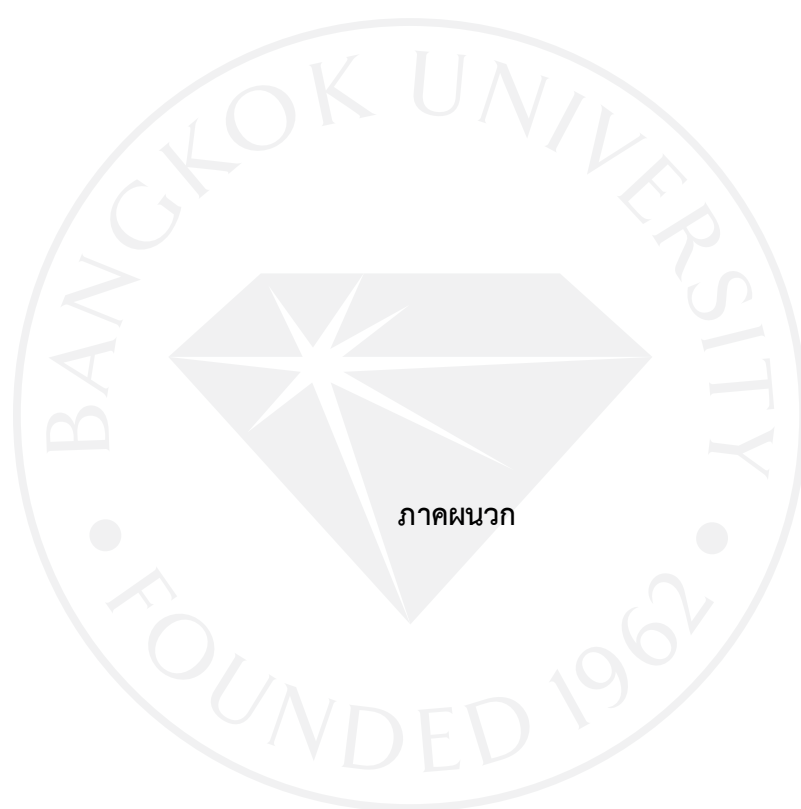
บรรณานุกรม

- กมลชนก คำอ่อน. (2561). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่มีต่ออุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 10(1), 127-133.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยปี 2560. สืบค้นจาก <http://infocraftic.com/international-tourist-thailand-2017/>.
- กอบกาญจน์ เหริญทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม.
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของวัดโสธรวรารามวิหารจังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://touristbehaviour.wordpress.com>.
- ชุติกานต์ ยินดีสุข. (2559). ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชุตินา ชัยมุสิก. (2550). ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา สังคมไทยที่มีผลกระทบต่อการศึกษาอาชีวศึกษา. สืบค้นจาก <http://www.ipad.edupolice.org/knowledge/docSup57/chutimaSup57.doc>.
- ณัฐพงศ์ เลิศวุฒิรักษ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่. สืบค้นจาก <https://today.line.me/th/pc/article/ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่-k7Qr1o>.
- ณัฐรุจ บุคเนตร. (2557). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมน ตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). ปี 2560 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 35.38 ล้านคน อดฯท่องเที่ยวสร้างรายได้รวม 2.75 ล้านล้านบาท. สืบค้นจาก <http://www.362degree.com/2018/01/16/ปี-2560-ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยว/>.
- ธฤชวรรณ มาตกุล. (2556). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสาน กรณีศึกษา วัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ (รายงานผลการวิจัย). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธิดา ชูทวี. (2550). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2550). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญพา คำวิเศษณ์. (2554). *ข้อมูลพื้นฐานที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาชุมชนหมู่บ้านวัดเขา ตำบลโคกกลอย อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ซี.พี.บุ๊ก สแตนดาร์ด.
- ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำ อัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พลอยจันทร์ สุขคง. (2561). *หรือเราควรหยุดเที่ยว? ไขปัญหาภาวะ ‘นักท่องเที่ยวล้นเมือง’ ทั่วทุกมุมโลก*. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/overtourism/>.
- มณฑนา โพธิ์แก้ว. (2550). *ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. *มันใจกลยุทธ์เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เข้าเป้าแน่นอน*. (2561). *Marketeer*. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/93819>.
- วรภัทร วรรังษฤษฎ์. (2553). *ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของงานทะเบียน สำนักปลัด เทศบาลตำบลเสม็ด อำเภอเมืองชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรรณมน จันทดิษฐ์. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษาระดับตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรทยา พรหมสุนทร. (2555). *ความคิดเห็นของเด็กและเยาวชนต่อความสำคัญของปัญหาสังคม : ศึกษาเฉพาะกรณีเด็กและเยาวชนในจังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- วิคิเนีย มาร์ยอ. (2555). การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วีรพงศ์ รัตนศรี. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวถ้ำลอด อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (Tourism Element). สืบค้นจาก http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=218:tourism-element&catid=25:the-project&Itemid=72.
- สมรรถชัย คันธมาทน. (2556). ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนตามหลักสูตรของสถาบันการพลศึกษาในเขตภาคใต้ ปีการศึกษา 2555. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). ความหมายของการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). ประเภทของนักท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <http://touristbehaviour.wordpress.com>.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุริวัสสา นารินคำ, สุดสันต์ สุทธิพิศาล และเฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. (2557). พฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 9(1), 61-79.
- สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุกใส. (2552). นักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรสา หนูกระแสร. (2557). ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขาจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อารยา จันท์สกุล. (2561). Overtourism ผลกระทบและแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืน. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ReasearchPaper/Overtourism.pdf>.
- อารายา อินคชสาร. (2554). การประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัมพาพร นพรัตน์. (2558). ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีผลต่อการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรของสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตยะลา ปีการศึกษา 2556. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- BBC News ประเทศไทย. (2561). มาตรการจัดการ "ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง" รอบโลก. สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/international-45184725>.
- Douglas Foster. (1985). *Travel and tourism management*. London: Macmillan.
- Durband. (2018). *The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2018*. Retrieved from https://www.responsibletravel.org/docs/The_Case_for_Responsible_Travel_2018_FINAL_FOR_WEB.pdf.
- Kakis. (2018). *In Amsterdam, Even The Tourists Say There Are Too Many Tourists*. Retrieved from <https://www.npr.org/2018/08/07/632012775/in-amsterdam-even-the-tourists-say-there-are-too-many-tourists>.



ตัวอย่างเครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง *

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนำไปประกอบการศึกษาค้นคว้าวิจัยระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเป็นจริง โดยแบบสอบถามสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แนวความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ขอพระคุณเป็นอย่างสูง
จิราภรณ์ วงศ์อนุ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี
 41-50 ปี 51-60 ปี มากกว่า 60 ปี

3. สถานะภาพ

- โสด สมรส หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว เกษียณอายุ อื่น ๆ _____

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท
 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท
 40,001-50,000 บาท สูงกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 แนวความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบของภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย

ตอนที่ 1 คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านและเติมคำตอบลงในช่องว่างที่กำหนดให้

1. ใน 1 ปี ท่านเคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหนหรือไม่

เคย

ไม่เคย

2. ใน 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหนมาบ้าง _____

3. ท่านมาจากจังหวัดอะไร _____

ตอนที่ 2 คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดย

กำหนดให้ค่าระดับคะแนน คือ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 หมายถึง เห็นด้วย 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

แนวความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบของภาวะ นักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. เศรษฐกิจ					
1.1 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น					
1.2 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ราคาค่าโดยสารเดินทาง (ค่าตัว) เพิ่มสูงขึ้น					
1.3 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ราคาที่พัก ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท เพิ่มสูงขึ้น					
1.4 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ราคาอาหารที่เพิ่มสูงขึ้น					
1.5 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้มาตรการเก็บภาษีหรือค่าธรรมเนียมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงขึ้น					

(ตารางมีต่อ)

ตอนที่ 2 คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยกำหนดให้ค่าระดับคะแนน คือ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 หมายถึง เห็นด้วย 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

แนวความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบของภาวะ นักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2. สังคม					
2.1 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำให้ รับกวนคนในท้องถิ่น					
2.2 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้เกิดการเลือนหายของอาชีพดั้งเดิมใน ท้องถิ่น					
2.3 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้เกิดปัญหาอาชญากรรม					
2.4 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้ปัญหาการล้นของเอารถเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว					
3. วัฒนธรรม					
3.1 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้คุณค่าของงานศิลปะลดลง					
3.2 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้วัฒนธรรมประเพณีที่ถูกละเลยใน รูปแบบของสินค้าเน้นตอบสนองนักท่องเที่ยว					
3.4 ท่านคิดว่าภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้เกิดภาวะตระหนกและสับสนทาง วัฒนธรรม (Culture Shock)					

(ตารางมีต่อ)

ตอนที่ 2 คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยกำหนดให้ค่าระดับคะแนน คือ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 หมายถึง เห็นด้วย 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

แนวความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบของภาว ะหนักท่องเที่ยวล้นเมืองในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. สิ่งแวดล้อม					
4.1 ท่านคิดว่าภาวะหนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้พื้นที่ธรรมชาติบางส่วนถูกทำลายเพื่อการ					
4.2 ท่านคิดว่าการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก อาจส่งผลกระทบต่อภูมิทัศน์ของแหล่ง ท่องเที่ยวธรรมชาติ					
4.3 ท่านคิดว่าภาวะหนักท่องเที่ยวล้นเมืองทำ ให้เกิดการรบกวนธรรมชาติอันเกิดจากการไม่ จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชม ธรรมชาติ					
4.4 ท่านคิดว่าการบริหารจัดการภาว ะหนักท่องเที่ยวล้นเมืองที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิด สภาพแวดล้อมเป็นพิษ เช่น ขยะมูลฝอย น้ำ เน่าเสีย เป็นต้น					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยกำหนดให้ค่าระดับคะแนน คือ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 หมายถึง เห็นด้วย 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกเลี่ยงความจำเจ					
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจะได้ความสด ชื่นและได้สุขภาพที่ดีขึ้น					
3. การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่					
4. ท่านได้มิตรภาพใหม่ ได้เพื่อนใหม่ จากการ เดินทางท่องเที่ยว					
5. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาใน การเดินทางนาน					
6. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความหลากหลายของสถานที่ ท่องเที่ยว					
7. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว					
8. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยว					
9. ท่านชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากอภัยภัยไมตรีของคนในท้องถิ่น					

(ตารางมีต่อ)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยกำหนดให้ค่าระดับคะแนน คือ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 หมายถึง เห็นด้วย 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

พฤติกรรมกรเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
10. ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ที่พัก อาหาร/ เครื่องดื่ม นวดสปา สถานบันเทิง ของที่ระลึกและบริการอื่น ๆ					
11. ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักร้อน หรือวันหยุดปลายสัปดาห์					
12. ท่านมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศอยู่ในระดับใด					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	จิราภรณ์ วงศ์อนุ	
อีเมล	jiraporn.wonga@bumail.net, jirapornkae12@gmail.com	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2553	ปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
	พ.ศ.2551	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ เทคนิคบริหารกรุงเทพ
	พ.ศ.2548	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาการโรงแรม โรงเรียนเทคนิควิมลบริหารธุรกิจ
	พ.ศ.2561 - ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายอิสระ บริษัท พีเอสเอ็มเอส จำกัด
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ.2559 - 2561	ผู้จัดการทั่วไป บริษัท พีเอสเอ็มเอส จำกัด
	พ.ศ.2554 - 2559	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
	พ.ศ.2549 - 2551	พนักงานต้อนรับในห้องอาหาร โรงแรมไดนาสตี อินน์ แกรนด์

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 30 เดือน กันยายน พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) น.ส. จิราภรณ์ อรุณย์ อยู่บ้านเลขที่ 144/713
ขอ ถนน บรรณวิถิต 1 ตำบล/แขวง คลองจั่น
อำเภอ/เขต พระโขนง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 74110
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7580500671
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
คณะ มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ความสัมพันธ์ระหว่าง ความคิดเห็นต่อผลกระทบของมลภาวะ
นักทัศนาวิทย์ สันเขี้ยว และพฤติกรรมการเดินทางของนักทัศนาวิทย์
ชาวไทย


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า "สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์")


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอันใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น


สัญญาฯนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฯนี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

๒๕๕๒

ลงชื่อ...  ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวจิภาวรรณ วงษ์อินทร์)

ลงชื่อ...  ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อัญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ...  พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ...  พยาน
(ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร