

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้ดังนี้

2.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว

“อุปสงค์ของการท่องเที่ยว” หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวของตนโดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวที่กำหนดในเวลานั้น ๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย (คู้ย ชุมสาย, 2518 และ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2546)

อุปสงค์การท่องเที่ยวมีความสำคัญ เนื่องจากอุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น และความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นนี้จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางด้ยรายได้ และรายได้จากการท่องเที่ยวนี้สามารถกระจายไปสู่ผู้ประกอบการอาชีพธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ (Multiplier Effect) ก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวได้แก่

1) **ปัจจัยผลักดัน** ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยเพิ่มอุปสงค์การท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

2) **ปัจจัยดึงดูด** ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาของการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เมื่อปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็จะมีความต้องการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้อุปสงค์ของการท่องเที่ยวสูงขึ้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและการประชาสัมพันธ์ สำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้
แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาดด้วยหลัก 8 P's (รัชเชต วิสพีญ, 2547) คือ

1) **องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Elements)** หมายถึง สินค้าและบริการท่องเที่ยว (Tourism Product) ทุกอย่างที่เสนอขายแก่นักท่องเที่ยว ในทางทฤษฎีจะแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 อย่าง คือ ผลิตภัณฑ์หลักกับผลิตภัณฑ์เสริม ยกตัวอย่าง รีสอร์ท ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ห้องพักที่สะอาด ผลิตภัณฑ์เสริม คือ การจัดสวน ร้านอาหาร ชายหาดสวยงาม สปานวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า

2) **ช่องทางจำหน่ายและการตรงต่อเวลา (Place and Time)** ช่องทางจำหน่ายหมายถึง กระบวนการหรือช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการท่องเที่ยวไปให้นักท่องเที่ยว โดยรวดเร็วและสะดวกที่สุด ส่วนการตรงต่อเวลา คือ การทำอะไรให้ตรง

3) **กระบวนการ (Process)** หมายถึงการศึกษาข้อมูลทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยว และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

4) **ผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Quality)** หมายถึงการบริการนักท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐาน การบริการที่ดีและสร้างความประทับใจ บางคนเน้นผลผลิตอย่างเดียวผลิตออกมาปริมาณมากที่สุดแต่ลืมเรื่องคุณภาพ การมีพนักงานบริการมาก ๆ บางครั้งก็ดีแต่ถ้าอบรมไม่ดีก็จบแทนที่จะดีในเชิงการบริการ กลับทำให้ดูแลพนักงานได้ไม่ทั่วถึง เมื่อมีผลผลิตมากก็ต้องควบคู่กับคุณภาพต้องอบรมคนเรื่องการบริการเป็นหัวใจ

5) **คน (People)** หมายถึงการมีบุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ความสามารถในการอำนวยความสะดวกได้อย่างรวดเร็วไม่ผิดพลาด

6) การส่งเสริมการตลาด (Promotion and Education Promotion) หมายถึงวิธีการที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว ต้องการซื้อสินค้าและบริการเร็วขึ้น ซื้อจำนวนมากขึ้น ในทางทฤษฎีมีอยู่ 6 วิธี คือ

6.1) การโฆษณา (Advertising) คือ การสร้างแรงจูงใจให้คนคล้อยตามและเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ของเราดี น่าสนใจพอที่เขาจะมาใช้บริการ

6.2) การประชาสัมพันธ์ (Information) คือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดต่อผลิตภัณฑ์และองค์กร เช่น แลงข่าวจัดงานการกุศลเพื่อนำเงินไปช่วยเหลือเด็ก

6.3) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หรือภาษาชาวบ้านเรียกว่าลดแลกแจกแถม

6.4) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) คือ ลูกค้าเข้ามาแล้ว เราสามารถปิดการขายได้ไหม ยกตัวอย่างเวลาคนเข้ามาที่รีสอร์ทของเรา แสดงว่าโอกาสเป็นของเรา 90% อยู่แล้วถ้าทำไม่ได้ต้องไปหาวิธีที่ดีกว่านี้บางครั้งลูกค้าอาจจะมาสู้บราคาก็ได้

6.5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการสื่อสารไปยังผู้บริโภคโดยตรงเช่น สื่อสารทาง Internet, โทรศัพท์, Magazine เป็นต้น

6.6) การให้ศึกษา (Education) คือ ธุรกิจในการบริการจะสมบูรณ์ที่สุดเมื่อผู้ให้บริการกับผู้รับบริการเข้าใจในผลิตภัณฑ์ไปทิศทางเดียวกัน

7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง บรรยากาศขณะซื้อขายสินค้าและบริการ และขณะที่นักท่องเที่ยวบริโภคสินค้า ซึ่งจะสามารถสร้างความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจได้ในทันที เช่น ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสัมผัส ร้านกาแฟ Starbucks กำเนิดที่อเมริกา ขณะนี้เป็นร้านอันดับ 1 ของโลกมี Franchise ทั่วโลกแล้วละ 80 – 90 บาท แต่คนแห่ไปดื่มกัน ถามว่าทำไม Starbucks จึงขายได้ ถามว่าลูกค้ากินอะไรเขาไปกินบรรยากาศ ภาษากลางเขาเรียกว่า Experience marketing หรือการตลาดเชิงประสบการณ์ คือการดื่มด่ำกับบรรยากาศ ขณะนี้เวลาขายสินค้าเราไม่ได้ขายเฉพาะที่พัก ขายทะเล แต่เป็นการขายให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าในขณะที่นอนในที่พักของเรานั้น มีอะไรที่เขาเสพบรรยากาศแล้วต่างจากที่พักอื่น

8) ราคา (Price and Cost) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่เสนอขายแก่นักท่องเที่ยว มีองค์ประกอบ 3 ประการ ที่ต้องคำนึงถึงในเรื่องการตั้งราคา คือ

8.1) ต้นทุน

8.2) คู่แข่งขัน หากเราตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง เราก็เหนื่อย ต้องคำนึงถึงผลของการแข่งเรื่องการตั้งราคา เพราะเสียทั้งคู่

8.3) คุณค่าที่ให้กับลูกค้า ถ้าเราบอกว่าคุณค่าของเราดี เราอาจจะบวกราคาที่เราให้คุณค่าสินค้าได้

2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ (2540) ศึกษาเรื่อง โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บท การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการใช้จ่ายสำหรับการเดินทาง และการท่องเที่ยวของครัวเรือนไทย ปีวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของ ครัวเรือน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธี Tobit Regression สามารถสรุปผลการศึกษา ได้ว่า รายได้เป็นตัวแปรสำคัญและมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ถ้าครัวเรือนมี รายได้มากขึ้นค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของครัวเรือนจะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ส่วนการศึกษาที่ สูงขึ้นมีผลทำให้ครัวเรือนใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น สำหรับอายุไม่ค่อยมีผลต่อการใช้จ่ายมาก นัก ผลการประมาณค่าในระดับประเทศพบว่า เมื่อรายได้ของครัวเรือนเพิ่มขึ้น 100 บาท จะมีการใช้ ใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 5 บาท ในขณะที่เมื่อการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 ปี จะทำ ให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 284 บาทต่อคนต่อปี คนในเมืองใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว มากกว่าคนในชนบท 5,891 บาทต่อคนต่อปี หัวหน้าครัวเรือนที่แต่งงานแล้วใช้จ่ายเพื่อการ ท่องเที่ยวมากกว่าหัวหน้าครัวเรือนที่ยังไม่ได้แต่งงาน 2,244 บาทต่อคนต่อปี และลูกจ้างเอกชนใช้ ใช้จ่ายมากกว่าผู้ไม่ทำงานหรือว่างงาน 1,314 บาทต่อคนต่อปี และเมื่อรายได้ของคนกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้น 100 บาท จะทำให้มีการใช้จ่ายท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 8 บาท ในขณะที่อายุของหัวหน้าครัวเรือนที่มากขึ้น มีผลทำให้การใช้จ่ายของครัวเรือนเพื่อการท่องเที่ยวลดลง

ปวีณา โทณแก้ว (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ภายในประเทศของคนไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่าย ในการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่าย ในการท่องเที่ยวกับตัวแปรอิสระ 7 ตัว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 900 ตัวอย่าง โดย ทำการสุ่มตัวอย่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีรายได้จากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงสุด 6 อันดับแรก ของประเทศ ซึ่งได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ หาดใหญ่ นครราชสีมา กาญจนบุรี และพัทยา ตามลำดับ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา และเชิงปริมาณแบบการคำนวณถดถอยพหุ แล้วทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และค่าคงที่ โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary least square : OLS) จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยกับตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัวดังกล่าวพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มี 5 ตัวดังนี้คือ เพศของ นักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมี

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากกว่าเพศชาย อายุของนักท่องเที่ยว จากค่าสถิติพบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว หมายความว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุมากขึ้นจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น การศึกษาของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรีจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ อาชีพของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและอาชีพแม่บ้าน/ทำงานในครอบครัว จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ และรายได้ของนักท่องเที่ยวพบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นเขาจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย

สุระภี แพรสกุล (2542) ศึกษาเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อโครงการปีรณรงค์ท่องเที่ยวไทย ปี 2541-2542 ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาว่านักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับใด ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยออกเป็น 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน และบุคลากรปฏิบัติตามนโยบายการรณรงค์ส่งเสริมปีท่องเที่ยวไทย ระดับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานจำนวน 120 คน และในระดับผู้บริหารของหน่วยงาน จำนวน 30 คน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าโคสแควร์ และนำมาวิเคราะห์กับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มีผลการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและจังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้เดินทางมาเนื่องจากเนื่องจากการประกาศเป็นปีรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ปี 2541-2542 นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากเป็นกลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทยและจังหวัดเชียงใหม่มาก่อนแล้ว โดยระดับความพึงพอใจโดยรวม ต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม ประเพณีชนพื้นเมืองชาวไทยภูเขา สิ่งอุปโภคบริโภค ตลอดจนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของไทยในขณะที่มาท่องเที่ยวอยู่ในระดับความพึงพอใจอย่างมาก สำหรับกลุ่มบุคลากรที่ปฏิบัติงานในกิจการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่เห็นด้วยกับนโยบายและมีความพร้อมต่อการปฏิบัติตามนโยบายรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ปี 2541-2542 อยู่ในระดับมาก

ฉัตรชัย พัฒนานุภาพ (2547) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาศาสนาบันราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม ข้อมูลส่วนบุคคลและเหตุผลในการท่องเที่ยวของนักศึกษาศาสนาบันราชภัฏเชียงราย ใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามในการ

เก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างโดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย จำนวน 200 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวปีละ 1-2 ครั้ง นิยมท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ จุดประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเดินทางไปกับเพื่อนหรือไปเป็นหมู่คณะ ไม่เคยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวแต่สนใจจะใช้บริการ เนื่องจากมีความสะดวกสบายไม่ต้องจัดการเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงปิดภาคเรียนระยะเวลา 3-4 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งละ 1,000-3,000 บาท โดยค่าใช้จ่ายที่จ่ายเป็นอันดับหนึ่งได้แก่ ค่ายานพาหนะ อันดับสองคือค่าที่พัก และอันดับสามคือค่าอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนตัว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากการสอบถามจากเพื่อนและคนรู้จักมาเป็นอันดับหนึ่ง สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นอันดับสอง และจากนิตยสาร วารสารต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นอันดับสามตามลำดับ ในด้านที่พักส่วนใหญ่จะพักบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน สำหรับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอันดับหนึ่งคือความปลอดภัย อันดับสองคือความสะดวก และอันดับสามคือทำเลที่ตั้งมีความสะดวกสบายต่อการเดินทาง

พรอมา หาระบุตร (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาประเทศสิงคโปร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ทักษะคติ และเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศสิงคโปร์ และปัจจัยในระดับภาคที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางไปประเทศสิงคโปร์ เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ โดยที่ข้อมูลปฐมภูมิใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างโดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศสิงคโปร์ จำนวน 400 ตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และเก็บข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลรายไตรมาส ในช่วงปี 2539 – 2546 ทำการศึกษาด้วยการสร้างสมการถดถอยเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศสิงคโปร์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์มากกว่า 2 ครั้งต่อปี ระยะเวลาเฉลี่ย 3-7 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 30,000 บาท / ครั้ง / คน เปลี่ยนแปลงไปตามระดับรายได้ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน โดยมีเหตุผลหลักว่าประเทศสิงคโปร์เป็นแหล่งจับจ่ายที่มีคุณภาพ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์และแหล่งจับจ่ายใช้สอยที่ดีกว่าประเทศไทย ในส่วนของอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศไทยและประเทศสิงคโปร์ ถ้าค่าเงินบาทสูงขึ้น จะมีผลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์เพิ่มมากขึ้น

เอกลักษณ์ อริยวัจน์ (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีของนักท่องเที่ยวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและทัศนคติที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี และศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้เครื่องมือ คือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างโดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (logit model) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 58.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละ 55.25 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยคิดเป็นร้อยละ 34 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยคือ 31.27 ปี และมีรายได้เฉลี่ยคือ 19,620 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ น้อยกว่า 4 วัน และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยคิดเป็นร้อยละ 50 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าราคาค่าตั๋วเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีที่เก็บในปัจจุบันสูงเกินไป โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เสนอว่าควรเก็บค่าตั๋วเข้าชมของเด็กต่ำกว่า 51 บาท และค่าตั๋วเข้าชมของผู้ใหญ่ควรเก็บในช่วง 51 – 100 บาท จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 18.75 ที่เคยไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี มีนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 7.5 ที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีในการท่องเที่ยวครั้งนี้ สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านการศึกษา ปัจจัยด้านระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความนิยมความชอบในการท่องเที่ยวธรรมชาติ ปัจจัยด้านการเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะเป็นกลุ่มหรือมากับครอบครัว และปัจจัยด้านความเห็นว่าราคาค่าตั๋วเข้าชมเหมาะสม