

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีภาวะมีการแข่งขันกันสูง รวมทั้งลักษณะ (Characteristics) ของนักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มเปลี่ยนไปจากการแสวงหาความบันเทิงมาเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มีคุณค่า และต้องการสร้างมูลค่าให้นักท่องเที่ยว อีกทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐที่พยายามจะผลักดันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลัก เพื่อส่งเสริมให้มีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม ที่ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีแผนการตลาดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เกิดการกระจายจำนวนและการกระจายรายได้ไปยังทุกภูมิภาคของประเทศอย่างทั่วถึงและตลอดทั้งปี อีกทั้งความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดให้มีโครงการต่าง ๆ เช่น การจัดมหกรรมเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน Unseen Thailand เที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา Unseen Paradise เป็นต้น ทั้งหมดนี้เป็นมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้คนไทยเที่ยวเมืองไทย ไปได้ทุกที่ และทุกเวลา ยังมุ่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยให้แข็งแกร่ง สะท้อนภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ ภายใต้แนวคิด Thailand Unforgettable หรือการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงผ่านตาแล้วผ่านไป แต่จำไว้ในใจไม่รู้ลืม และแนวคิดท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ซึ่งจากการพิจารณาสถิติของคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2546 – 2550 พบว่าจำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี อีกทั้งรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2546 – 2550 ก็เพิ่มขึ้นด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

ตารางแสดงสถิติจำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย และรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2546 – 2550

ปี	ผู้เยี่ยมเยือนคนไทย		รายได้	
	ล้านคน / ครั้ง	△ %	ล้านบาท	△ %
2546	69.36	+ 12.20	289,986.81	+ 23.22
2547	74.80	+ 7.84	317,224.62	+ 9.39
2548	79.53	+ 6.33	334,716.79	+ 5.51
2549	81.49	+ 2.46	365,276.28	+ 9.13
2550	83.23	+ 2.14	380,417.10	+ 4.14

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550)

คนทำงานในกรุงเทพมหานครในปัจจุบันส่วนใหญ่ต้องรวดเร็ว กระชับ ถูกต้อง ทันต่อเหตุการณ์และมีสภาวะการแข่งขันสูง (เด็กคิดออคคอม, 2550) ดังนั้นย่อมต้องมีภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบค่อนข้างสูง เพื่อให้ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน แต่สิ่งที่จะตามมาพร้อม ๆ กับการทำงาน นั่นคือความเครียด ความเมื่อยล้าและท้อแท้ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ผ่อนคลายที่ดีที่สุด อีกทั้งคนวัยทำงานเป็นช่วงวัยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันนั้นจะมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน (นฤมล ก้องเกียรติศักดิ์, 2549)

ธุรกิจการท่องเที่ยวได้มีการขยายตัวและกำหนดกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน ดังตัวอย่างทั่วไปเช่นการจัดแพคเกจทัวร์และโปรแกรมทัวร์ในช่วงฤดูกาลต่าง ๆ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีการวางแผนโปรแกรม กำหนดวันเวลาเดินทาง รวมถึงอัตราค่าบริการไว้แล้ว (หนุ่มสาวทัวร์, 2550) แต่การท่องเที่ยวของคนวัยทำงานนั้นอาจขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการเดินทางในแต่ละครั้ง ดังนั้นควรมีศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจและจะได้กลับมาเที่ยวอีกครั้ง

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการการศึกษาทัศนคติของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อศึกษาทัศนคติของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งในการศึกษาจะครอบคลุมทัศนคติในด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาทัศนคติของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศ

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศ
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำแผนการส่งเสริมตลาดและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับตลาดกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

### นิยามศัพท์

**ทัศนคติ** หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศ  
**คนวัยทำงาน** หมายถึง คนที่มีอายุระหว่าง 15-59 ปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547) ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร

**รูปแบบการท่องเที่ยว** หมายถึง การท่องเที่ยวภายในประเทศของคนวัยทำงานตามรูปแบบดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสภาพชีวิตประจำวันที่จำเจ และเร่งรีบของนักท่องเที่ยว ก่อปรกับความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่แปลกใหม่ไปจากสภาพเดิม ๆ ของนักท่องเที่ยว
2. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่ มักจะเดินทาง เพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลักที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน
3. การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นและการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา