

## บทที่ 2

### กรอบแนวคิดทางทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

#### ทฤษฎีความพึงพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ไว้ดังนี้ Kotler (2000) กล่าวว่า ความพึงพอใจคือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของแต่ละบุคคล ก่อนที่จะใช้หรือได้รับสินค้า และบริการนั้น ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541:37) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า หรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับการคาดหวังของลูกค้าหรือบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (Expectation) ระดับความพึงพอใจของลูกค้า เกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนี้เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของแต่ละบุคคล ฉะนั้น สิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ให้บริการประสบความสำเร็จก็คือ การเสนอบริการที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) เกิดจากการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ โดยยึดหลักการที่แตกต่างจากคู่แข่ง และความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า

จากแนวความคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนอง เมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการก็จะทำให้เกิดความรู้สึก ดี ชอบ และสบายใจ หากสอดคล้องกับความคาดหวัง หรือมากกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะมีความรู้สึกพึงพอใจ หากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังก็จะมีความรู้สึกไม่พึงพอใจ

**แนวความคิดคุณภาพของการบริการ (Service Quality)** (Parasuraman, Zeitham and Berry, 1994 อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) กล่าวว่า ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับเรียกว่า คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบ “บริการที่ได้รับ” (Perceived Services) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้วกับ “ความคาดหวังต่อบริการที่จะได้รับ” (Expected Services) โดยกำหนดเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพของการให้บริการ โดยเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของการบริการประกอบด้วยรูปลักษณะ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และการตอบสนอง (Responsiveness) ผู้ศึกษาจึงได้ใช้แนวความคิดนี้ในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

#### **แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ**

Holloway (1995) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึงการเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่น ในระยะเวลาสั้น ๆ และทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเชื่อมญาติมิตร หรือพักผ่อนท่องเที่ยว

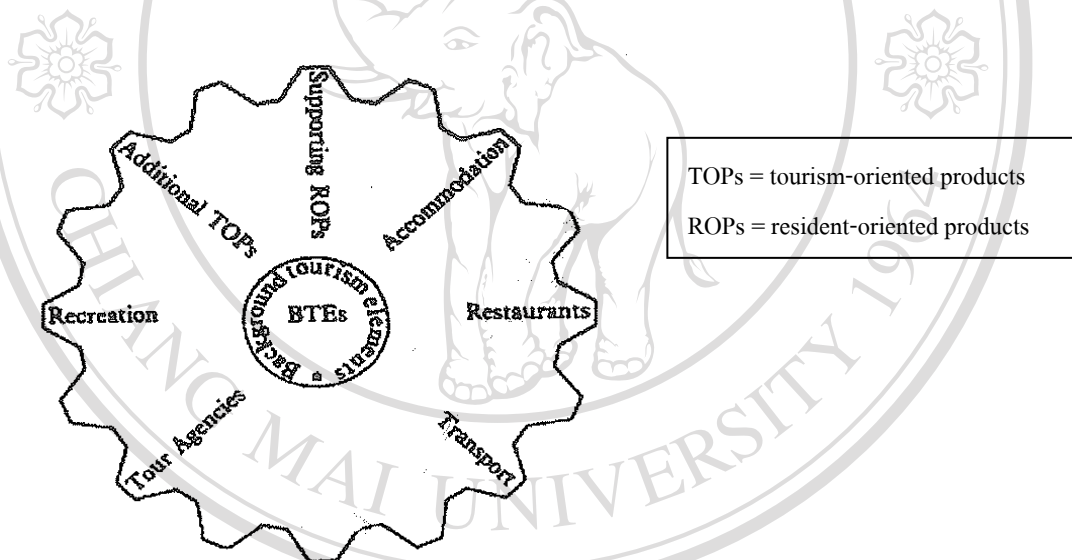
Lawson and Baud Bovy (1998) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลากลางที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว

**อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึงอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทน และหมายรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีความมุ่งหมาย เพื่อชักจูงหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว (พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2522)

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เชื่อมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552: ออนไลน์)

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Witt and Moutinho, 1995 อ้างถึงใน บุคเลิส เปเรร่า, 2543)

Witt and Moutinho ได้เปรียบเทียบองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นดัง “ตะกร้าสินค้าและบริการของตลาดการท่องเที่ยว” (Tourism Market Basket of Goods and Services) การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปยังสถานที่ใด พวกเขาจะเลือกตะกร้าที่ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจหรือองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Background Tourism Elements: MTEs) ที่เขาต้องการ และพวกเขาจะซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Products) ต่าง ๆ นามาวางไว้ในตะกร้า นั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือในตะกร้าสินค้าและบริการนั้นจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถพิจารณาจากแบบจำลองต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 แบบจำลองของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ที่มา: Witt and Moutinho, Tourism Marketing and Management Handbook 1995. Coventry

แบบจำลองของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้ ได้แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (Tourism-oriented Products: TOPs) ได้แก่ โรงแรมที่พัก ร้านอาหารภัตตาคารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ร้านจำหน่าย สินค้าและของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และสิ่ง ดึงดูดใจ เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ หรือองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Background Tourism Elements: BTEs) สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทดังต่อไปนี้

- องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural BTEs) หมายถึง ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติต่าง ๆ เช่น แหล่งน้ำ (ได้แก่ ทะเล ทะเลสาบ น้ำตก) สภาพดินฟ้าอากาศ ป่าไม้ ภูเขา ฯลฯ

- องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural BTEs) หมายถึง โครงสร้าง และวิถีทางสังคม ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา และการเมือง เป็นต้น

- องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made BTEs) หมายถึง สิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ โบราณสถานอนุสาวรีย์ หรือแม้แต่สถาปัตยกรรมสมัยใหม่ต่าง ๆ

ทั้งนี้ไม่มีความจำเป็นที่องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวจะต้องจำกัดอยู่ในประเภทใดประเภทหนึ่ง ในความเป็นจริงแล้วมีการผสมผสานกันอยู่ในองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภท

**2. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (Resident-oriented Products: ROPs)** ได้แก่ ระบบโครงสร้างพื้นฐาน การจราจร การคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร โทรคมนาคม ไฟฟ้า ประปา การให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐ ตำรวจ โรงพยาบาล ความปลอดภัย ฯลฯ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่สามารถดำเนินอยู่ได้ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (TOPs) แต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (ROPs) มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับที่ต่าง ๆ กัน อันที่จริงแล้วการด้อยคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (ROPs) จะส่งผลให้ความน่าสนใจในการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นลดลงด้วย

อย่างไรก็ตาม เราไม่สามารถลากเส้นแบ่งที่ชัดเจนได้ว่าสินค้าหรือบริการใดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (TOPs) หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อผู้อยู่ประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (ROPs) ได้ แต่ที่จริงแล้วทั้งผลิตภัณฑ์ทั้งสองกลุ่มในหลาย ๆ กรณีมีความผสมผสานกันอยู่ และอาจถูกบริโภคโดยทั้งนักท่องเที่ยวหรือประชาชนที่อยู่อาศัยก็ได้

## ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิสิษฐ์ สุขสวัสดิ์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “แบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน” โดยศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยี่ยมชมและพักค้างคืนในเขตอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนอย่างน้อย 1 คืน จำนวน 200 คน โดยพิจารณาการใช้จ่ายต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในเขตอำเภอปาย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหาร รวมถึงค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก ตลอดระยะเวลาที่พำนักอยู่ในเขตอำเภอปาย มีการใช้แบบสอบถามในการศึกษา การสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ซึ่งสามารถจำแนกการศึกษาได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง และแบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยในส่วนของการศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะวิเคราะห์ผลโดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ซึ่งจะแสดงในรูปของตารางความถี่ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดแบบแผนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว จะใช้การวิเคราะห์การจำแนกเชิงพหุ (Multiple Classification Analysis: MCA) เพื่อพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่ถูกกำหนดในรูปแบบจำลอง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 56.5 ต่อ 43.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ร้อยละ 62.0 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี เกือบทั้งหมด ร้อยละ 81.0 มีสถานภาพเป็นโสด ทางด้านระดับการศึกษา สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า และต่ำกว่าปริญญาตรี ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 53.5 ต่อ 46.5 ตามลำดับ และร้อยละ 52.5 ประกอบอาชีพอิสระรวมทั้งเป็นเจ้าของกิจการ นักท่องเที่ยวร้อยละ 69.5 ถือสัญชาติของประเทศในทวีปยุโรป ระยะเวลาในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 40.5 และนักท่องเที่ยวร้อยละ 40.0 ได้รับข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว

ทางด้านสิ่งจูงใจของแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอปาย แม่ฮ่องสอน ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 68.0 ระบุว่า แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อาทิ ถ้ำวนอุทยาน น้ำตก หรือป่าเขา เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอำเภอปาย ร้อยละ 85.5 มาเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่อำเภอปายต่ำกว่า 1 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 82.0 และมีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 500-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.5

สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อบริการในเขตอำเภอปาย เรียงตามลำดับ คือ บริการด้านอาหาร บริการที่พักอาศัย การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การจราจร ไฟฟ้า ประปา การคมนาคมขนส่ง การให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐ และการสื่อสาร



โทรคมนาคม ส่วนความประทับใจโดยรวมทั้งบริการและสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวระบุว่ามีความพึงพอใจในระดับสูง ส่วนปัจจัยที่บั่นทอนความน่าสนใจของการท่องเที่ยวในเขตอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านมลพิษของสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมา คือความพอเพียงของสาธารณูปโภคพื้นฐาน

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 90% ขึ้นไป ได้แก่ ตัวแปรสัญชาติของนักท่องเที่ยว และอาชีพของนักท่องเที่ยว ส่วนตัวแปรทางด้านประชากร คือ เพศ และอายุ รวมถึงตัวแปรด้านระดับการศึกษา ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับดังกล่าวแต่อย่างใด ผลการวิเคราะห์โดยใช้การจำแนกเชิงพหุ (MCA) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.085 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยเท่ากับ 2,364.40 บาท

ผลกระทบของตัวแปรทางด้านสัญชาติของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่ถือสัญชาติของประเทศในทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ ออสเตรเลีย และทวีปอื่น ๆ นอกเหนือจากยุโรป อเมริกาเหนือ และออสเตรเลีย มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 2,692.50 บาท 1,443.07 บาท 2,374.11 บาท และ 1,550.14 บาท ตามลำดับ ส่วนผลกระทบของตัวแปรด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างของรัฐ พนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน ประกอบอาชีพอิสระรวมถึงเจ้าของกิจการ และพนักงานที่เกษียณอายุ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 3,461.90 บาท 1,677.66 บาท 2,118.66 บาท และ 5,269.26 บาท ตามลำดับ

บุญเลิศ เปเรธา (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่” โดยศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และพักค้างแรมในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างน้อย 1 คืน จำนวน 200 คน การศึกษาทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษาถึงความสำคัญขององค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัญหาและข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด โรงแรมที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและแหล่งจับจ่ายใช้สอย บริษัทนำเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐานสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการนำเสนอเป็นตาราง ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ในส่วนของแบบสอบถามใช้คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating

Scale) ในการประมาณค่า โดยแยกเป็นสองส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 สอบถามระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้ใช้คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบให้คำจำกัดความ (Itemized Rating Scale) โดยมีระดับคะแนน 5 ระดับ คือสำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด และไม่สำคัญเลย ส่วนที่ 2 สอบถามระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยต่าง ๆ ได้ใช้คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบกราฟฟิก (Graphic Rating Scale) โดยมีระดับคะแนน 10 ระดับ ตั้งแต่ 1-10 ซึ่งผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยต่อองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูงสุดในระดับ “สำคัญมาก” ต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ โรงแรมที่พัก โครงสร้างพื้นฐาน บริษัทนำเที่ยว และภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวยามราตรี

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมาก” ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและอสังหาริมทรัพย์ของประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ และอนุภูมิภาค และสภาพอากาศ

ด้านโรงแรมที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านคุณภาพและรสชาติของอาหาร

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้าพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมาก” ต่อคุณภาพของสินค้า ราคาสินค้า ความหลากหลายของสินค้า ร้านค้าและการตกแต่ง และพนักงาน

ด้านบริษัทนำเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านมัคคุเทศก์และพนักงาน

ด้านโครงสร้างพื้นฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต่อการกำจัดขยะมูลฝอย

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านบริษัทนำเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท วิถีชีวิตและอัยาศัยของประชาชน

ด้านโรงแรมที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านพนักงาน

ด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี และ ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้าพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจ” ต่อทุกองค์ประกอบ

ด้านบริษัทนำเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้าน มัคคุเทศก์และพนักงานรายกาน่าเที่ยวมาสนใจ และความหลากหลายของรายการนำเที่ยว

ด้านโครงสร้างพื้นฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านระบบไฟฟ้า

ส่วนด้านปัญหาที่พบบกันักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่ ปัญหาความไม่สะอาดของจังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาความไม่พอเพียงของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม และปัญหาค่าบริการต่าง ๆ ของโรงแรมมีราคาค่อนข้างแพง

สาวิตรี แก่นพลอย (2546) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย” โดยศึกษาจากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยตั้งแต่ปี 2530-2544 ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อวันต่อคนและค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคน จำนวนพักเฉลี่ย ดัชนีค่าเงินที่แท้จริง อัตราเงินเฟ้อ GDP per capital อัตราการว่างงาน และปริมาณเงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำ การศึกษานี้ศึกษาตามแบบจำลองทางเศรษฐมิติต่อ มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ในระยะยาวด้วยเทคนิคของ Johansen และหาการปรับตัวในระยะสั้นโดยวิธี Error Correction Mechanism โดยผลการศึกษาพบว่า ดัชนีค่าเงินเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันเพิ่มขึ้น 64.65 บาท แต่ดัชนีค่าเงินบาทมีทิศทางตรงข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวไทย ค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคน และจำนวนวันพักเฉลี่ย คือเมื่อดัชนีเงินบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 797,064 คน ค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคนลดลง 2,647.20 บาท และจำนวนวันพักเฉลี่ยลดลง 0.79 วัน อัตราเงินเฟ้อจะมีทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวไทย แต่จะมีทิศทางตรงข้ามกับ ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อปี และจำนวนวันพักเฉลี่ย คือเมื่ออัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อวันต่อคนลดลง 48.21 บาท



ค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคนลดลง 279.38 บาท และจำนวนวันพักเฉลี่ยลดลง 0.43 วัน อัตราการว่างงานมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงข้ามกับ ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อปี และจำนวนวันพักเฉลี่ย ส่วนปริมาณเงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำจะมีทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวไทย ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อปี และจำนวนวันพักเฉลี่ย คือเมื่อปริมาณเงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำเพิ่มขึ้น 1 ล้านบาท ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น 56,804 คน ค่าใช้จ่ายต่อวันต่อคนเพิ่มขึ้น 2.11 บาท ค่าใช้จ่ายต่อปีต่อคนเพิ่มขึ้น 309.37 บาท และจำนวนวันพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 0.07 วัน

ผลการศึกษาคาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้วางนโยบายการท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปที่สนใจให้เข้าใจถึงอิทธิพลของตัวแปรทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอีกมากมายที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย เช่น รายได้ของนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น ซึ่งควรนำมาพิจารณาในการศึกษาครั้งต่อไป

สุคนธ์ธาร สุระเดชพิภพ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่” โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกชุดแบบสอบถามเพื่อทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบวิธีการสุ่มอย่างง่าย เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้รับเลือกด้วยความน่าจะเป็นที่เท่ากัน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในกรณีที่นักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่ม ซึ่งจะเก็บเพียง 1 ตัวอย่างจากแต่ละกลุ่ม เพื่อหลีกเลี่ยงการได้ข้อมูลซ้ำ และใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิควิธีการวิเคราะห์ความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์โดยวิธี Marginal effect เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.75 มีอายุเฉลี่ย 21-40 ปี ร้อยละ 53.50 สถานภาพโสด ร้อยละ 53.25 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.75 ระดับรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ร้อยละ 48.25 และมาเป็นครั้งแรก

ร้อยละ 55.25 ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่จากคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูง ร้อยละ 29.75 เหตุที่เดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากเพื่อนและครอบครัวชักชวน ร้อยละ 37.25 ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 2-4 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันต่ำกว่า 500 บาท และนักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าฤดูกาลมีผลต่อการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่มากถึงร้อยละ 75.50

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 1 ( $\alpha = 0.01$ ) ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก และด้านบทบาทของภาครัฐ ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 5 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้แก่ ด้านราคาสินค้าและบริการ (X<sub>7</sub>) และปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 10 ( $\alpha = 0.10$ ) ได้แก่ รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ซึ่งไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved