

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ได้ดังนี้

2.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่ง เพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวที่กำหนดในเวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2546)

อุปสงค์การท่องเที่ยวมีความสำคัญ เนื่องจากอุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าโดยทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น และความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นจะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างพยายามให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางด้านรายได้ และรายได้จากการท่องเที่ยวนี้สามารถกระจายไปสู่ผู้ประกอบการธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ ก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การมีรายได้และระดับความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น การพัฒนาทางด้านคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะช่วยเพิ่มอุปสงค์การท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาของการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เมื่อปัจจัยต่างๆเหล่านี้เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็จะมีความต้องการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้อุปสงค์ของการท่องเที่ยวสูงขึ้น

2.2 อุปทานของการท่องเที่ยว

หม่อมหลวง คุ้ย ชุมสาย (2527) ได้นิยามไว้ว่า อุปทานของการท่องเที่ยวหมายถึง สินค้าและบริการทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มีเพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ เป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นนามธรรมหรือรูปธรรม สิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิต เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดขึ้นมา อุปทานนี้เองจะเป็นตัวการสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ

ลักษณะของอุปทานการท่องเที่ยว

1. เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ผลผลิตสุดท้ายจะเป็นการตกลงล่วงหน้า ไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพได้เหมือนกับการซื้อขายสินค้าอย่างอื่น
2. เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ไร้ร่องรอย ในการขายสินค้าและบริการจะไม่มีตัวคนสินค้า ไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเดินทางไปยังแหล่งผลิตสินค้าเอง
3. ความไม่แน่นอนของสินค้าและบริการ เนื่องจากการท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสาน สินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภทเข้าด้วยกัน เนื่องจากมีปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ การจราจร สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น
4. ปริมาณคุณภาพและกรรมสิทธิ์ ในส่วนของปริมาณและคุณภาพของสินค้าและบริการ จะไม่ลดลงตามจำนวนที่ขายแต่จะคงสภาพและปริมาณเท่าเดิม หากมีการจัดการ การพัฒนาและการอนุรักษ์ที่เหมาะสม ส่วนของกรรมสิทธิ์จะไม่ถูกเปลี่ยนมือไปเป็นของผู้ซื้อเหมือนสินค้าชนิดอื่นๆ
5. ผลผลิตไม่สามารถเก็บกักไว้ใช้ต่างเวลาได้ เช่น ปริมาณจำนวนห้องพักและแรงงานจะมีปริมาณคงที่ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น ไม่สามารถสะสมจำนวนห้องพักและแรงงานที่เหลือนำไปใช้ในช่วงเวลาอื่นได้ ดังนั้นการคาดคะเนแนวโน้มจึงเป็นวิธีที่จะช่วยให้การจัดเตรียมสินค้าและบริการอยู่ในระดับที่เหมาะสม จะนำไปสู่คุณภาพที่อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวเท่ากัน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและการประชาสัมพันธ์ สำหรับธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สำหรับธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้แนวความคิดการตลาดด้วยหลัก 8 P's (รัชเขต วิสเพ็ญ, 2547) คือ

1. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Element) หมายถึง สินค้าและบริการท่องเที่ยว (Tourism Product) ทุกอย่างี่เสนอขายแก่นักท่องเที่ยว ในทางทฤษฎีจะแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 อย่างคือ ผลิตภัณฑ์หลักกับผลิตภัณฑ์เสริม ยกตัวอย่าง รีสอร์ท ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ห้องพักที่สะอาด ผลิตภัณฑ์เสริม คือ การจัดสวน ร้านอาหาร ชายหาดสวยงาม สปานวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า

2. ช่องทางการจำหน่ายและการตรงต่อเวลา (Place and Time) ช่องทางจำหน่าย หมายถึง กระบวนการหรือช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการท่องเที่ยวไปให้นักท่องเที่ยวโดยรวดเร็ว และสะดวกที่สุด ส่วนการตรงต่อเวลา คือ การทำกิจกรรมใดก็ตามได้เสร็จตามกำหนดเวลา

3. กระบวนการ (Process) หมายถึง การศึกษาข้อมูลทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยว และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

4. ผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Quality) หมายถึง การบริการนักท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐาน การบริการที่ดีและสร้างความประทับใจ ใส่ใจในเรื่องของคุณภาพในการผลิต

5. คน (People) หมายถึง การมีบุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ความสามารถในการอำนวยความสะดวกได้อย่างรวดเร็วไม่ผิดพลาด

6. การส่งเสริมการตลาด (Promotion and Education Promotion) หมายถึง วิธีการที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว ต้องการซื้อสินค้าและบริการเร็วขึ้น ซื้อจำนวนมากขึ้น ในทางทฤษฎีมีอยู่ 6 วิธีคือ

6.1 การโฆษณา (Advertising) คือ การสร้างแรงจูงใจให้คนคล้อยตามและเชื่อว่าผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีและน่าสนใจที่จะเข้ามาใช้บริการ

6.2 การประชาสัมพันธ์ (Information) คือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดต่อผลิตภัณฑ์และองค์กร เช่น แลงข่าวการจัดงานการกุศลเพื่อนำเงินไปช่วยเหลือเด็ก

6.3 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

6.4 การขายโดยพนักงาน (Personal Selling)

6.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการสื่อสารไปยังผู้บริโภคโดยตรง เช่น สื่อสารทางโทรศัพท์ Internet Magazine เป็นต้น

6.6 การให้การศึกษา (Education) คือ ธุรกิจในเชิงการบริการจะสมบูรณ์ที่สุดเมื่อผู้ให้บริการกับผู้รับบริการเข้าใจผลิตภัณฑ์ไปในทิศทางเดียวกัน

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง บรรยากาศขณะซื้อขายสินค้าและบริการ และขณะที่นักท่องเที่ยวบริโภคสินค้า ซึ่งจะสามารถสร้างความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจได้ในทันที

8. ราคา (Price) หมายถึง ราคาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่เสนอขายแก่นักท่องเที่ยว มีองค์ประกอบ 3 ประการที่ต้องคำนึงถึงในเรื่องการตั้งราคาคือ

- 8.1. ต้นทุน
- 8.2. คู่แข่งขัน
- 8.3. คุณค่าที่ให้กับลูกค้า

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ

จิตินันท์ เดชะคุปต์ (2529 : 23) ให้นิยามถึงความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ภาวะทางอารมณ์หรือความรู้สึกทางบวกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบ สิ่งทีบุคคลได้รับจริงในระดับที่สอดคล้องกับสิ่งที่บุคคลคาดหวังเอาไว้ในสถานการณ์บริการ ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อผู้ให้และรับบริการ และบ่งชี้ถึงความสำเร็จของงานบริการ รวมทั้งทำให้ผู้บริการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จากการพัฒนาบริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความพอใจและใช้บริการต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้แก่

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ จะเกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการและคุณภาพบริการ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความพอใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพการบริการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการ ได้สะดวกเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อบริการ ท่าเลที่ตั้ง และการกระจายสถานที่ให้บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

4. การส่งเสริมการแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวถึงคุณภาพการบริการในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการ ให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการ ควรคำนึงถึงความสำคัญของผู้รับบริการเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริการให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ประสิทธิภาพของการจัดระบบบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ผู้รับบริการมีความคล่องตัว และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540) ทำการศึกษาโครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ Tobit Regression สามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่า รายได้เป็นตัวแปรสำคัญและมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ถ้าครัวเรือนมีรายได้มากขึ้นค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของครัวเรือนจะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ส่วนการศึกษาที่สูงขึ้นมีผลทำให้ครัวเรือนใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ผลการประมาณค่าในระดับประเทศพบว่า เมื่อรายได้ของครัวเรือนเพิ่มขึ้น 100 บาทจะมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 5 บาทในขณะที่เมื่อการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 ปี จะทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 284 บาทต่อคนต่อปี คนในเมืองใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนในชนบท 5,891 บาทต่อคนต่อปี หัวหน้าครัวเรือนที่แต่งงานแล้วใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าหัวหน้าครัวเรือนที่ยังไม่ได้แต่งงาน 2,244 บาทต่อคนต่อปี และลูกจ้างเอกชนใช้จ่ายมากกว่าผู้ไม่ทำงานหรือว่างงาน 1,314 บาทต่อคนต่อปี และเมื่อรายได้ของคนกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้น 100 บาท จะทำให้มีการใช้จ่ายท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 8 บาท

ปริฉัตร โทณแก้ว (2542) ทำการ ศึกษาปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย โดยทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับตัวแปรอิสระ 7 ตัว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาอาชีพ รายได้ และระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 900 ตัวอย่าง โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีรายได้จากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงสุด 6 อันดับแรกของประเทศ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ หาดใหญ่ นครราชสีมา กาญจนบุรี และพัทยา ตามลำดับ ทำการ

วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS) จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัวดังกล่าวพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับนัยสำคัญ 0.05 มี 5 ตัวดังนี้คือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวมีอายุมากขึ้นจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรีจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง /พนักงานเอกชน อาชีพข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและอาชีพแม่บ้าน /ทำงานในครอบครัว จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ และ เมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย

กรรวิ กันเงิน (2550) ทำการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยเสริม ลักษณะการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภูมิลำเนาอื่นๆ และนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 384 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 5,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท นิยมพักรีสอร์ท ท ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เมื่อพิจารณา ในด้านต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี เมื่อจำแนกตามสถานที่พัก และการพักผ่อน ไม่แตกต่างกัน คือ มีความพอใจในระดับปานกลาง แต่เมื่อจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว อายุ 61 ปี มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา มีความพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมาก ส่วนระดับการศึกษาอื่นมีความพอใจในระดับปานกลาง อาชีพพนักงานบริษัทมีความพอใจในระดับมาก ส่วนอาชีพอื่น ๆ มีความพอใจในระดับปานกลาง รายได้ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท มีความพอใจในระดับมาก ส่วนรายได้ระดับอื่นมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง จำนวนครั้งในการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเดือนละครั้ง ปีละครั้งมีความพอใจในระดับมาก ส่วนจำนวนครั้งในการเดินทางอื่นๆมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2552) ทำการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2552 (ภาคตะวันตก) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีทั้งหมด 4,122 คน แบ่งเป็นชาวไทย 3,807 คนและชาวต่างประเทศ 315 คน ภูมิฐานะของผู้เดินทางท่องเที่ยวชาวไทยมาจากภาคกลางร้อยละ 30.1 กรุงเทพมหานครร้อยละ 28.7 ภาคตะวันออกร้อยละ 24.4 ภาคเหนือร้อยละ 4.9 ภาคใต้ร้อยละ 2.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 3.8 และชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป เพศของผู้เดินทางท่องเที่ยวชาวไทยจะเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย ส่วนผู้เดินทางท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศจะเป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง ชาวไทยและชาวต่างประเทศอายุส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน อาชีพผู้เดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่คือ พนักงานบริษัท ส่วนชาวต่างชาติอาชีพส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน นักศึกษา สถานที่พักผ่อนนักเดินทางชาวไทยนิยมพักที่โรงแรม ชาวต่างประเทศนิยมพักที่เกสต์เฮาส์ วันพักผ่อนเฉลี่ยนักเดินทางชาวไทยมีวันพักผ่อนเฉลี่ย 1.71 วัน ชาวต่างประเทศมีวันพักผ่อนเฉลี่ย 6.03 วัน นักทัศนกรชาวไทยที่มีการจัดการเดินทางเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 990.51 บาทต่อวัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการจัดการเดินทางเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,516.86 บาทต่อวัน นักทัศนกรชาวไทยที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 685.47 บาทต่อวัน นักทัศนกรชาวไทยที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,397.93 บาทต่อวัน นักทัศนกรชาวต่างประเทศที่มีการจัดการเดินทางเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,354.05 บาทต่อวัน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีการจัดการเดินทางเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,752.95 บาทต่อวัน นักทัศนกรชาวต่างประเทศที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,090.00 บาทต่อวัน นักทัศนกรชาวต่างประเทศที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,118.47 บาทต่อวัน

ชูเกียรติ ไชยวุฒิ (2554) ทำศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการโฮมสเตย์ของกลุ่มท่องเที่ยวตำบลห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี การศึกษาใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มโฮมสเตย์และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโฮมสเตย์ และใช้แบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโฮมสเตย์จำนวน 165 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักโฮมสเตย์ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26-35ปีเป็นนักเรียน นักศึกษา ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน และเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ วัตถุประสงค์ที่เลือกมาท่องเที่ยวในตำบล ห้วยเขย่งครั้งนี้คือ พักค้างโฮมสเตย์ ล่องแพ และชมวิถีชีวิต และจากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโฮมสเตย์และกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มท่องเที่ยวตำบลห้วยเขย่ง พบว่าโดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมากได้แก่ด้านการจัดการ ด้านที่พัก ด้านการบริการและวิถีชีวิตของโฮมสเตย์ ด้านสถานที่ ดำเนินที่ตั้งของโฮมสเตย์ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวนอกชุมชน ด้านราคา และด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามแม่

จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้าน แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านจะเห็นว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่องอัยาศัยไมตรีของชาวบ้านและเจ้าของบ้าน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved