

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งผลการศึกษาได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ปัญหาที่พบในเรื่องการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษา

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 5 ข้อจำกัดในการศึกษา

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.7 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.7 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 32.3 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.3 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมารับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 12.7 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.0

ผู้ที่ตัดสินใจเลือกรายการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาครอบครัว 32.0 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งส่วนใหญ่ 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 33.7 ช่วงเวลาที่ชอบไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 34.7 จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่มากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมา 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.7 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งส่วนใหญ่ 3,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมาต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.3 รูปแบบบริการนำเที่ยวส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวเอง คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมารายการนำเที่ยวตามประสงค์ คิดเป็นร้อยละ 30.3 การเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไปกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาไปกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 41.3 พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมารถโดยสารไม่ประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 18.8 แหล่งข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการบอกต่อจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 28.9 รองลงมาเป็นโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 22.4 สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมาบังกะโล คิดเป็นร้อยละ 21.8 มากกว่าด้านอื่น

จากการศึกษายังพบว่าแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยไปคือ น้ำตก คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาภูเขา คิดเป็นร้อยละ 71.7 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ไปประจำส่วนใหญ่คือ ชายทะเล คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ น้ำตก คิดเป็นร้อยละ 14.0 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่คิดจะไปส่วนใหญ่คือ เดินป่า คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมาคือล่องแพ คิดเป็นร้อยละ 13.7 แหล่งให้ความบันเทิงที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยไป สวนสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือ สวนสนุก คิดเป็นร้อยละ 69.7 แหล่งให้ความบันเทิงที่ไปประจำคือ สวนสนุก คิดเป็นร้อยละ 6.3 แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน โบราณวัตถุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยไปคือ วัด คิดเป็นร้อยละ 75.0 และไปเป็นประจำคือ วัด คิดเป็นร้อยละ 17.7 แต่ที่คิดจะไปคือ ปราสาทราชวัง 18.0 แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมประเพณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยไปและไปประจำ คือ วัฒนธรรมพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา คือ วิถีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 33.7 แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมประเพณีที่คิดจะไปส่วนใหญ่ คือ วิถีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 51.0 มากกว่าด้านอื่น

จากการศึกษาคั้งนี้พบว่าภาคต่าง ๆ ในประเทศไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยว ได้แก่ ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาคือ ภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 75.3 ส่วนภาคที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดจะไป ได้แก่ ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 32.0

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ (4.29) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (4.28) ปัจจัยด้านพนักงานให้บริการ (4.25) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4.03) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.93) ปัจจัยด้านราคา (3.81) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (3.53)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (3.93) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย (4.21) บริการยานพาหนะเดินทาง (4.17) บริการข้อมูลข่าวสาร (4.15) บริการสถานที่พักผ่อน (4.09) บริการภัตตาคารร้านอาหาร (3.72) มีโปรแกรมให้เลือก (3.64) มีบริการครบวงจร (3.53) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ บริการยานพาหนะการเดินทาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ที่เพศหญิงให้ความสำคัญคือ บริการคุ้มครองความปลอดภัย

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก มีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญคือบริการยานพาหนะเดินทาง อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญในด้านบริการยานพาหนะและบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย และ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในด้านบริการข้อมูลข่าวสารมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก มีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่มอาชีพอาชีพรับราชการ รับจ้างทั่วไป พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญ คือบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญในด้านบริการยานพาหนะเดินทาง และบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย อาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญในด้านบริการข้อมูลข่าวสาร อาชีพเกษียณให้ความสำคัญในด้านบริการยานพาหนะเดินทาง อาชีพแม่บ้านให้ความสำคัญในด้านบริการยานพาหนะเดินทางและบริการข้อมูลข่าวสารและอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญในด้านยานพาหนะเดินทางและบริการข้อมูลข่าวสารมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 15,001-20,000 บาทและ 25,001-30,000 บาท คือให้

ความสำคัญในด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย รายได้ 10,001-15,000 บาทให้ความสำคัญคือ ต่อบริการข้อมูลข่าวสาร รายได้ 20,001-25,000 บาทให้ความสำคัญคือ บริการยานพาหนะเดินทางและบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย และรายได้มากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญคือ บริการยานพาหนะเดินทางมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ค่าที่พักแรม (4.05) ค่าอาหาร (3.96) ค่าใช้จ่ายรวม(3.96) ค่ายานพาหนะ(3.88) ค่าเข้าชมสถานที่ (3.88) มีหลายราคาให้เลือก(3.73) ตามลำดับ ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านสามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้ (3.22) ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญในด้านปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ค่าใช้จ่ายรวมและเพศหญิง ให้ความสำคัญในด้านปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ค่าที่พักแรม

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญคือ ด้านค่าอาหารและค่าใช้จ่ายรวม อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญคือ ด้านค่าใช้จ่ายรวมอายุ 31-50 ปี ให้ความสำคัญในด้าน ด้านค่าที่พักแรม อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านค่าอาหารสอบถามอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญคือค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายรวม สามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้ และมีหลายราคาให้เลือก

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของอาชีพรับราชการให้ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านค่าที่พักแรม อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพรับจ้างทั่วไปให้ความสำคัญคือค่าเข้าชมสถานที่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญคือที่พักแรม อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญคือค่าที่พักแรม อาชีพเกษียณให้ความสำคัญคือค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายรวมและสามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้ อาชีพรับแม่บ้านให้ความสำคัญคือสามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้ และมีหลายราคาให้เลือก อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญคือค่าที่พักแรม ค่าอาหารและค่าใช้จ่ายรวม

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทให้ความสำคัญคือค่าเข้าชมสถานที่ รายได้ 5,000-10,000 บาทให้ความสำคัญคือ ค่าใช้จ่ายรวม รายได้ 10,001-15,000 บาทให้ความสำคัญคือค่าที่พักแรม รายได้ 15,001-20,000

บาทให้ความสำคัญคือค่าที่พักแรม รายได้ 20,001-25,000 บาทให้ความสำคัญคือค่าที่พักแรม รายได้ 25,001-30,000 บาทให้ความสำคัญคือค่าที่พักแรม และค่าใช้จ่ายรวม รายได้มากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญในด้านค่าที่พักแรม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าในระดับมาก(3.53)ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยในระดับค่าเฉลี่ยสำคัญมาก ได้แก่ การโฆษณาทางสื่อ เช่น หนังสือ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (4.07) การลดราคาแพ็คเกจทัวร์ (3.72) การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทั่วไป(3.64) จัดทำข้อมูลท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต (3.55) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการให้บริการเสริม เช่น มีบริการรับ ส่งจากที่พักไปสนามบิน เป็นต้น (3.48) จัดรายการส่งเสริมการขายตามโอกาส เช่น การสะสมแต้ม เป็นต้น(3.14) และการขาย โดยพนักงานขาย(3.13) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญในด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการโฆษณาทางสื่อ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ ให้ความสำคัญในด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการ โฆษณาทางสื่อ

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่มอาชีพรับราชการ รับจ้างทั่วไป พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้านให้ความสำคัญคือ การโฆษณาทางสื่อ โฆษณาทางสื่อ เช่น หนังสือ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญคือ การลดราคาแพ็คเกจทัวร์ อาชีพเกษียณให้ความสำคัญคือการโฆษณาทางสื่อและการจัดทำข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตในระดับเท่ากัน อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญคือการโฆษณาทางสื่อเช่น หนังสือ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น และการจัดทำข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่มรายได้รายได้ที่ต่ำกว่า 25,000 บาทให้ความสำคัญคือการโฆษณาทางสื่อ รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญคือ การลดราคาแพ็คเกจทัวร์ และ รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญคือการโฆษณาทางสื่อ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.03) ซึ่งมีรายละเอียดของปัจจัยย่อยในระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง (4.30) มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.18) และมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (3.62) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านมีความสะดวกในการเดินทาง

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าสูงสุดของอายุ 20-30 ปี อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญคือ ด้านความสะดวกในการเดินทาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญคือ ด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ และที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญในด้านความสะดวกในการเดินทางและมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ในลำดับเท่ากัน

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าสูงสุดของกลุ่มอาชีพรับราชการ เกษียณ และแม่บ้าน ให้ความสำคัญคือ ด้านมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ส่วนอาชีพรับจ้างทั่วไป พนักงานบริษัทเอกชนและธุรกิจส่วนตัวและนักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญคือ ด้านความสะดวกในการเดินทาง ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญคือ ด้านมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์และมีความสะดวกในการเดินทาง

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าสูงสุดของรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญคือ ด้านมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ส่วนผู้มีรายได้ 5,000-20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญในด้านมีความสะดวกในการเดินทาง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก(4.28) ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยในระดับค่าเฉลี่ยสำคัญมาก ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว (4.37) ให้บริการที่สะดวก ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (4.32) และให้บริการตรงเวลาและตรงตามโปรแกรม(4.17) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านให้บริการรวดเร็ว และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านให้บริการรวดเร็ว

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 51-60 ปี ด้านให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม ส่วนกลุ่ม อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปีและ อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านให้บริการรวดเร็ว อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ ปัจจัยย่อยด้านให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของอาชีพรับราชการและ อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญคือ ด้านให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและ ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ คือด้านให้บริการรวดเร็ว และด้านให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ส่วนกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไป พนักงานบริษัทเอกชน เกษียณ แม่บ้าน ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านให้บริการรวดเร็ว

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท คือ ด้านให้บริการรวดเร็วและกลุ่มรายได้ 5,000-10,000 บาท 25,001-30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการโดยรวมระดับความสำคัญมาก (4.25) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านบุคลิกภาพดี อีซยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.47) ด้านสุภาพ มีมารยาทจริงใจ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.43) ด้านพนักงานมีความรับผิดชอบ และเต็มใจให้บริการอย่างเสมอภาคกัน โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.35) ด้านรู้ข้อมูล ให้คำแนะนำได้ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.33) ด้านมีพนักงานบริการ

เพียงพอในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.22) ด้านพนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.07) ด้านมีพนักงานนำเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.89)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านบุคลิกภาพดี อธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ และเพศหญิง โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญคือ สุขภาพ มีมารยาท จริงใจ และรู้ข้อมูลให้คำแนะนำได้ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี 31-40 ปี ให้ความสำคัญคือ ด้านบุคลิกภาพดี อธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของ อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ คือ ด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของ อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญคือ ด้านมีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการ และที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญ คือด้านบุคลิกภาพดี อธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ และสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญคือ มีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญคือ มีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการและ สุขภาพ มีมารยาท จริงใจ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ของอาชีพรับจ้างทั่วไป และพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ คือบุคลิกภาพดี อธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ คือ มีพนักงานนำเที่ยว ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของ อาชีพเกษียณ ให้ความสำคัญ คือ บุคลิกภาพดี อธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์และด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของ อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญ คือด้านบุคลิกภาพดี อธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ อาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ คือ ด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทและรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญคือ สุขภาพ มีมารยาท จริงใจ รายได้5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ คือ บุคลิกภาพดี อธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ คือ บุคลิกภาพดี อธยาศัยดี มีมนุษย

สัมพันธและด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ และรายได้20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ คือ รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำได้ รายได้25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ คือด้านบุคลิกภาพดี อธิษาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ ด้านรู้ข้อมูล ให้คำแนะนำได้ และด้าน มีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการ รายได้มากกว่า30,000 บาท ให้ความสำคัญ คือ บุคลิกภาพดี อธิษาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (4.29) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านมีบรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด (4.65) ด้านมีป้ายและให้ข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.35) ด้านสถานที่มีความแปลกใหม่ ดึงตา ดึงใจ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.33) - ด้านสถานที่ได้รับความนิยม และ มีชื่อเสียง โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.86)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่เพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญคือ มีบรรยากาศ และความสวยงาม

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญ คือ มีบรรยากาศ และความสวยงาม และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อวยุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ สถานที่แปลกใหม่ ดึงตา ดึงใจ

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ของกลุ่มอาชีพอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และ เกษียณ ให้ความสำคัญคือมีบรรยากาศ และความสวย อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญคือมีป้ายให้ข้อมูลในพื้นที่อย่างชัดเจน และอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ คือสถานที่แปลกใหม่ ดึงตา ดึงใจ

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญคือ มีบรรยากาศและความสวยงาม

ปัจจัยอื่น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยด้านอื่น ๆ มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.88) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด (4.31) ด้านความแออัดในกรุงเทพฯ ทำให้ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.06) ด้านเศรษฐกิจดีทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.96) ด้านวัฒนธรรมของบุคคลเปลี่ยนไปทำให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.80) ด้านรัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.71) ด้านสังคมนิยมการท่องเที่ยว (ทำตามสังคมนิยม) โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.49)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญ คือ ความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่มอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวและเดินทาง ส่วน อายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญคือ สังคมนิยมการท่องเที่ยว

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่มอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญคือ มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ คือมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางและด้านรัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว อาชีพเกษียณ ให้ความสำคัญ คือสังคมนิยมการท่องเที่ยวและด้านความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญ คือ รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญคือ ความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่มรายได้ รายได้ 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท

20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ คือ ความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้มากกว่า 30,000บาท ให้ความสำคัญ คือ รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

ปัญหาที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญปัญหาส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ในด้านปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (3.80) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.77) ปัจจัยด้านราคา (3.73) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ (3.65) และปัจจัยด้านพนักงานให้บริการ (3.57) ตามลำดับ แต่ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.49) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (3.41)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.49) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านไม่มีความปลอดภัย เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.73) ด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสารและด้านบริการยานพาหนะไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.66) ด้านสถานที่พักผ่อนไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.51) ด้านไม่มีบริการอาหาร โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.40) ด้านไม่มีโปรแกรมให้เลือกและด้านบริการไม่ครบวงจร โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.22)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย โดยปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ไม่มีความปลอดภัย เพศหญิงให้ความสำคัญ คือ ไม่มีความปลอดภัย

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย โดยปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี 31-40 ปี ให้ความสำคัญคือไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ คือ บริการยานพาหนะไม่ดี อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ คือไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร ปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของ อายุ 41-50 ปีและ อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ คือ ด้านไม่มีความปลอดภัย อายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ คือ ไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสารและบริการยานพาหนะไม่ดี

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.45) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสารในระดับมาก (3.72) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดย

รวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.26) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านบริการยานพาหนะไม่ดี ในระดับมาก (3.50) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.58) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อที่พิกไม่ดี ในระดับมาก (3.70) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.54) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อไม่มีความ ในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.53) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีความปลอดภัยในระดับมาก (4.36) เป็นอันดับแรก เกษียณให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.21) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีความปลอดภัยและบริการยานพาหนะไม่ดี ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(4.40) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสารในระดับมาก (3.80) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.68) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสารในระดับมาก (4.13) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.29) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (3.55) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.47) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (3.68) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.60) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (3.81) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.65) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก (3.92) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.59) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.61) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านบริการยานพาหนะไม่ดี ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.69) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก(4.18) เป็นอันดับแรก

ปัญหาด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาด้านราคา มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.73) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาข้อเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านค่าที่พักแรมราคาแพง โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.07) ด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.99) ด้านค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับ

ความสำคัญมาก (3.90) ด้านค่าเข้าชมสถานที่ไม่เหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.64) ด้านไม่มีราคาให้เลือก โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.45) ด้านรับเฉพาะเงินสด โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.32)

เมื่อจำแนกตามเพศ เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.78) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านด้านค่าที่พักแรมราคาแพงและค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.06) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.08) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.89) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.29) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.74) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพงและค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล ในระดับมาก (4.13) เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพงและรับเฉพาะเงินสด ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.83) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพงในระดับมาก (4.15) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง และค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล ในระดับมาก (3.90) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.81) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยมีค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.04) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.07) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.93) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.36) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.08) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง และรับเฉพาะเงินสด ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.70) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง และรับเฉพาะเงินสด ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง และค่าอาหารไม่สมเหตุสมผลในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.89) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.27) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก (3.73) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.13) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.84) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.09) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.79) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านค่าที่พักแรมราคาแพง และด้านค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล ในระดับมาก (3.92) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.78) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.15) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.74) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านค่าที่พักแรมราคาแพง และด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.84) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก(4.10) เป็นอันดับแรก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมในระดับความสำคัญน้อยดังนี้ ด้านไม่มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ ด้านไม่มีส่วนลดราคา แพ็กเกจทัวร์ ด้านไม่มีการจัดงานมหกรรมการท่องเที่ยว ด้านไม่มีข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ทั่วประเทศ และด้านไม่มีการส่งเสริมการขายให้เลือก เช่น การสะสมแต้ม การชิงโชค ยกเว้นด้านไม่ เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ มีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (3.94) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.16) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.51) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีการโฆษณาตามสื่อ ในระดับมาก (3.75) เป็นอันดับแรก อายุ20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.42) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.85) เป็นอันดับแรก

อายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.49) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.92) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (4.29) เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.83) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมากที่สุด (4.67) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.97) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.13) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.70) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.53) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.67) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.46) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.81) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.30) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (4.07) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.17) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ และไม่มีการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.23) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ในระดับมาก (3.80) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.61) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.87) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.56) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.67) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.37) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.69) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.52) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.90) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.56) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.91) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ

น้อย (3.42) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.93) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.51) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.92) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.59) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก(4.36) เป็นอันดับแรก

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมและปัจจัยย่อยในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก เรียงลำดับได้แก่ ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และไม่มีความสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.40) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.68) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.89) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.81) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.82) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.84) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.69) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.97) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.02) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.86) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ และด้านไม่มีความสะดวกในการการเดินทาง ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.98) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.12) เป็นอันดับ

แรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.80) มีค่าเฉลี่ยของปัญหา
 ย่อยด้านไม่มีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (3.90) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ
 โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวก
 รวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.16) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน
 ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.74) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความ
 สะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.78) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว
 ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (4.29) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความสะดวก
 ในการเดินทาง ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย
 ในระดับมาก (3.75) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก
 (4.00) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.40) มีค่าเฉลี่ย
 ของปัญหาย่อยด้านไม่มีความสะดวกในการเดินทางในระดับมาก (3.60) เป็นอันดับแรก - นักเรียน
 หรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่
 ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.87) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000
 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.56) มี
 ค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.67) เป็นอันดับแรก รายได้
 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.37) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อย
 ด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.69) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท
 ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.52) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตาม
 ที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.90) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดย
 รวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.56) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ใน
 ระดับมาก (3.91) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยใน
 ระดับน้อย (3.42) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.93) เป็น
 อันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.51) มี
 ค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.92) เป็นอันดับแรก รายได้
 มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.59) มีค่าเฉลี่ยของปัญหา
 ย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (4.36) เป็นอันดับแรก

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้าน
 กระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.80) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่

รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน ในระดับมาก (3.85) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.84) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.91) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.83) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (3.94) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.88) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.71) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.78) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.96) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (4.06) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.86) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อนและด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (3.86) เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยให้บริการล่าช้า ด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน และด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (3.67) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.91) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.70) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน และด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (3.70) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.96) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.81) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.85) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (4.29) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน ในระดับมาก (4.43) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน และด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.13) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า และด้านไม่ได้รับความสะดวก

ยุ่งยาก ซับซ้อน ในระดับน้อย (3.20) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.96) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซับซ้อน และด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้าน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.69) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.73) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.87) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้าและไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซับซ้อน ในระดับมาก (3.91) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.86) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้าน ให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.89) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.08) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้าน ให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (4.19) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.91) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.03) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซับซ้อน ในระดับมาก(4.18) เป็นอันดับแรก

ปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.55) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.69) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ ในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.94) เป็นอันดับแรก อายุ20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ ในระดับมาก (3.78) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.59) เป็นอันดับแรก อายุ41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.68) มีค่าเฉลี่ยของ

ปัญหาย่อยไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับมาก (3.86) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.17) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.71) เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.71) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ด้านมีพนักงานบริการไม่เพียงพอ และด้าน ไม่มีความรับผิดชอบไม่เต็มใจบริการ ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อ ปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.46) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อย ด้านมีพนักงานบริการไม่เพียงพอ ในระดับมาก (3.68) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.36) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับมาก (3.70) เป็นอันดับแรก ว่างงานให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.75) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านพนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ในระดับมาก (3.80) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.63) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.73) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.78) มีค่าเฉลี่ยของปัญหา ย่อยด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับมาก (4.29) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.07) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ด้านมีพนักงานบริการไม่เพียงพอและด้านไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.14) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก(3.60) เป็นอันดับแรก นักเรียน หรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.83) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้าน บุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (4.13) เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.38) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ และด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับ น้อย (3.41) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก (3.52) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านมีพนักงานบริการไม่เพียงพอ ในระดับมาก (3.68) เป็น อันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.62) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.69) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.81) มีค่าเฉลี่ยของปัญหา ย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (4.03) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000

บาทให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.86) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ ในระดับมาก (4.08) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาทให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.80) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับมาก (4.09) เป็นอันดับแรก

ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยลำดับแรก ด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยลำดับแรก ด้านที่พักไม่สะอาด

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุ 20-30 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยลำดับแรก ด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ส่วนกลุ่มอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากต่อปัญหาย่อยลำดับแรก ด้านที่พักไม่สะอาดในระดับมาก ส่วนกลุ่มอายุ 51-60 ปี และ อายุ 60 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยลำดับแรก สองอย่างคือ ด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านที่พักไม่สะอาด

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นกลุ่มแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย โดยผู้มีอาชีพรับราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยลำดับแรกด้านที่พักไม่สะอาด

ส่วนผู้มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยลำดับแรกด้านไม่มีการให้ข้อมูลในพื้นที่ท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้านและ นักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยลำดับแรกด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ยกเว้นกลุ่มผู้เกษียณ ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยลำดับแรกเหมือนกันสองปัจจัยคือ ด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านที่พักไม่สะอาด

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยลำดับแรก ด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยลำดับแรก ด้านด้านที่พักไม่

สะอาด ในระดับมาก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อจำกัดด้านแรกด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระดับมาก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อจำกัดด้านแรกด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระดับมาก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อจำกัดด้านแรกที่พิกไม่สะอาด รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อจำกัดด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านที่พิกไม่สะอาด ในระดับมาก

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลจากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จะอภิปรายผลโดยใช้ทฤษฎีการเร้าและตอบสนองในรูปแบบของพฤติกรรมของผู้บริโภคและแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของ Phillip Kotler (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542) มีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่าให้เกิดความพึงพอใจ จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย บริการยานพาหนะเดินทาง บริการข้อมูลข่าวสาร บริการสถานที่พักผ่อน บริการภัตตาคารร้านอาหาร มีโปรแกรมให้เลือก มีบริการครบวงจร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฉันทิช วรรณธอม (2544) ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความปลอดภัยในทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านราคา หมายถึง สิ่งคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เป็นต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการรวมถึงเวลา การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากลูกค้า จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ค่าที่พักแรม ค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายรวม ค่ายานพาหนะ ค่าเข้าชมสถานที่ มีหลายราคาให้เลือก ซึ่งผลการศึกษายังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพิชญ วัชวุฒิ (2542) ที่พบว่าด้านราคานักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาค่าบริการได้อย่างเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารการตลาดระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ และสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ การโฆษณา สัมภาษณ์ การให้ความพยายามของพนักงาน การลดแลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลทั่วไป จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมากโดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ การโฆษณาทางสื่อ เช่น หนังสือ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ การลดราคา แพคเกจทัวร์ การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทั่วไป จัดทำข้อมูลท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต ซึ่งผลการศึกษายังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิษณุ วัลวุฒิ (2542) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแผ่นพับ และคู่มือการท่องเที่ยว และรูปแบบการขายบริการนำเที่ยวโดยมีพนักงานขาย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ และสิ่งกระตุ้นการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง การจัดสถานที่เพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมากโดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ มีความสะดวกในการเดินทาง มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งผลการศึกษายังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิษณุ วัลวุฒิ (2542) ที่พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการซึ่งจะต้องถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมากโดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ให้บริการรวดเร็ว ให้บริการที่สะดวก ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน และให้บริการตรงเวลาและตรงตามโปรแกรม

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ หมายถึง บุคคลที่ให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมากโดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ สุภาพ มีมารยาท จริงใจ พนักงานมีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการอย่างเสมอภาคกัน รู้ข้อมูลให้คำแนะนำได้ มีพนักงานบริการเพียงพอในการให้บริการ พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ และมีพนักงานนำเที่ยว

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์การ การออกแบบตกแต่ง รวมถึงอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่างๆที่ใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า จากการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมากโดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ มีบรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายและให้ข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างชัดเจน สถานที่ที่มีความแปลกใหม่ ตื่นตา ตื่นใจ และสถานที่ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง

ปัจจัยอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมายและการเมือง และวัฒนธรรม จากการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่น ๆ ในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมากโดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ความแออัดในกรุงเทพฯ ทำให้ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เศรษฐกิจดีทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น วัฒนธรรมของบุคคลเปลี่ยนไปทำให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้น รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษายังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของฉันทิช วรรณถนอม (2544) ที่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ งบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อม ระยะเวลา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความปลอดภัยในทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีข้อค้นพบดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไปท่องเที่ยวไม่เกิน 2 วัน ช่วงเวลาที่ไปน้อยคือวันธรรมดากับวันหยุดนักขัตฤกษ์ ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสนใจรูปแบบการนำเที่ยวแบบรายการนำเที่ยวสำเร็จรูป และรายการนำเที่ยวตามประสงค์น้อยกว่าประเภทอื่นๆ แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่เข้าถึงผู้ตอบแบบสอบถามน้อยคือ วิทยุ อินเทอร์เน็ต โฆษณาประชาสัมพันธ์ และบริษัทนำเที่ยวผ่านโทรศัพท์มือถือ สถานที่ท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติที่ไปเป็นประจำน้อยกว่าแหล่งอื่น คือ น้ำตก เกาะ ล่องแพ เดินป่า และสถานที่ที่คิดจะไปมากที่สุดคือ เดิน

ป่า แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆที่คิดจะไปได้แก่สวนสนุก ประสาทราชวัง วิถีชีวิต สำหรับภาคที่จะไปท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ภาคเหนือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านมีบริการครบวงจร ที่มีความสำคัญลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านราคา พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านสามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้ ที่มีความสำคัญลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านการขายโดยพนักงานขาย การจัดรายการส่งเสริมการขายตามโอกาส เช่น การสะสมแต้ม และ ให้บริการเสริม เช่น มีบริการรับส่งจากที่พักไปสนามบินฟรี ที่มีความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต ที่มีความสำคัญลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านให้บริการตรงเวลาและตรงตามโปรแกรมที่มีความสำคัญลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านมีพนักงานนำเที่ยวที่มีความสำคัญลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านสถานที่ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง ที่มีความสำคัญลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 97 แสดงระดับความสำคัญและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	ปัจจัยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก	ปัญหาที่พบอันดับแรก
ด้านผลิตภัณฑ์	บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย	ไม่มีความปลอดภัย
ด้านราคา	ค่าที่พักแรม	ค่าที่พักแรมราคาแพง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาทางสื่อ เช่น หนังสือ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความสะดวกในการเดินทาง	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ (โทรยาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการล่าช้า
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์	ไม่มีความรับผิดชอบและไม่เต็มใจให้บริการ
ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	มีบรรยากาศและความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	-ไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน -สถานที่พักผ่อนไม่สะอาด

ตารางที่ 98 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญอันดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	บริการยานพาหนะเดินทาง (4.33)	บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย (4.32)
ด้านราคา	ค่าใช้จ่ายรวม (4.04)	ค่าอาหาร (4.07)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาทางสื่อ (4.25)	การโฆษณาทางสื่อ (4.25)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.34)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.34)
ด้านกระบวนการให้บริการ	ให้บริการรวดเร็ว (4.42)	ให้บริการรวดเร็ว (4.42)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.48)	สุภาพมีมารยาทจริงใจ (4.49)
ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.71)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.65)
ปัจจัยอื่นๆ	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.38)	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.33)

ตารางที่ 99 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการท่องเที่ยว อันดับแรก
จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่มีความปลอดภัย (3.71)	ไม่มีความปลอดภัย (3.80)
ด้านราคา	ค่าที่พักแรมราคาแพง (3.94)	ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.16)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีการโฆษณาทางสื่อ (3.60)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (3.89)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.71) -ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง (3.71)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.90)
ด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซับซ้อน (3.85)	ให้บริการล่าช้า (3.91)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	บุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (3.69)	ไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ (3.77)
ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (3.86)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (3.90)

ตารางที่ 100 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุพบว่ามีผลตอบแบบสอบถามให้ความ
สำคัญสูงสุดอันดับแรกต่างกัน

ปัจจัย	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
ด้านผลิตภัณฑ์	บริการยานพาหนะ เดินทาง (3.94)	บริการยานพาหนะ เดินทาง (4.24) -บริการคุ้มครองรักษา ความปลอดภัย (4.24)	-บริการคุ้มครองรักษา ความปลอดภัย (4.47)	-บริการคุ้มครองรักษา ความปลอดภัย (4.31)	บริการยานพาหนะเดิน ทาง (4.63)	บริการยานพาหนะเดิน ทาง (4.33)
ด้านราคา	-ค่าอาหาร (4.06) -ค่าใช้จ่ายรวม (4.06)	-ค่าใช้จ่ายรวม (4.05)	-ค่าที่พักแรม (4.26)	-ค่าที่พักแรม (4.21)	ค่าอาหาร (4.63)	-ค่าอาหาร (3.67) -ค่าใช้จ่ายรวม (3.67) -ชำระผ่านบัตรเครดิต ได้ (3.67)
ด้านการส่งเสริมการ ตลาด	การโฆษณาทางสื่อ (4.00)	การโฆษณาทางสื่อ (4.07)	การโฆษณาทางสื่อ (4.19)	การโฆษณาทางสื่อ (4.30)	การโฆษณาทางสื่อ (4.50)	การโฆษณาทางสื่อ (4.33)
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	มีความสะดวกใน การติดต่อทาง โทรศัพท์ (4.06)	มีความสะดวกในการ เดินทาง (4.40)	มีความสะดวกในการ ติดต่อทางโทรศัพท์ (4.35)	มีความสะดวกในการ เดินทาง (4.31)	-มีความสะดวกในการ ติดต่อทางโทรศัพท์ (4.25) -มีความสะดวกในการ เดินทาง (4.25)	มีความสะดวกในการ ติดต่อทางโทรศัพท์ (4.67)

ตารางที่ 100 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว จำนวนตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดอันดับแรก ต่างกัน

(ต่อ)

ปัจจัย	อายุ					มากกว่า 60 ปี
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	
ด้านกระบวนการให้บริการ	-ให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม (4.31)	ให้บริการรวดเร็ว (4.40)	ให้บริการรวดเร็ว (4.43)	ให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยากซับซ้อน (4.45)	ให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม (4.71)	ให้บริการรวดเร็ว (4.67)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	-สุภาพมีมารยาทจริงใจ (4.31) -รู้ข้อมูลให้คำแนะนำได้ (4.31)	-สุภาพมีมารยาทจริงใจ (4.46)	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.51)	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.47)	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.50)	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ (5.00)
ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.50)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.72)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.64)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.60)	สถานที่แปลกใหม่ตื่นตาตื่นใจ (4.75)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (5.00)
ปัจจัยอื่นๆ	ความแออัดในกรุงเทพมหานครต้องการพักผ่อน (4.31)	รัฐมนตรีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (4.03)	มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวและเดินทาง (4.39)	รัฐมนตรีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (4.10)	มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวและเดินทาง (4.56)	ความแออัดในกรุงเทพมหานครต้องการพักผ่อน (4.67)

ตารางที่ 101 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบสูงสุดอันดับแรก ต่างกัน

ปัญหา	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่มีบริการข้อมูล ข่าวสาร (3.75)	ไม่มีความปลอดภัย (3.75)	ไม่มีบริการข้อมูล ข่าวสาร (3.75)	ไม่มีความปลอดภัย (3.94)	ไม่มีความปลอดภัย (4.00)	-สถานที่พักไม่มีดี (4.00) -ไม่มีบริการอาหาร (4.00) -ไม่มีความปลอดภัย (4.00)
ด้านราคา	-ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.06)	-ค่าใช้จ่ายรวมแพง (4.06)	ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.00)	ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.29)	-ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.13) -ค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล (4.13)	-ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.06) -รับเฉพาะเงินสด (4.00)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีการโฆษณาทางสื่อ (3.75)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (3.77)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (3.85)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (3.92)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (4.29)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (4.67)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.81)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.84)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.69)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.02)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.00)	-ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.00) -ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง (4.00)

ตารางที่ 101 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสูงสุดอันดับแรกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัย	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
ด้านกระบวนการให้บริการ	ให้บริการไม่ตรงเวลาไม่ตรงตามโปรแกรม (3.94)	ให้บริการล่าช้า (3.88)	ให้บริการล่าช้า (3.78)	ให้บริการล่าช้า (4.06)	ให้บริการล่าช้า (3.86) -ไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซับซ้อน (3.86) -ให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม (3.86)	ให้บริการล่าช้า (3.67) -ไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซับซ้อน (3.67) -ให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม (3.67)
ด้านพนักงานผู้ใช้บริการ	บุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (3.94)	ไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ (3.78)	บุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (3.59)	ไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท (3.86)	บุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (3.71)	ไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท (4.00) -มีพนักงานบริการไม่เพียงพอ (4.00) -ไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ (4.00)
ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (3.81)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (3.93)	ที่พักไม่สะอาด (3.79)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (4.02)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (3.67)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (4.00) -ที่พักไม่สะอาด (4.00)

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามพบสูงสุดอันดับแรกต่างกัน

ปัจจัย	อาชีพ									
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณ	แม่บ้าน	นักเรียนนักศึกษา		
ด้านผลิตภัณฑ์	บริการข้อมูลข่าวสาร (4.30)	-บริการขนพาหนะเดินทาง (4.30) -บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย (4.30)	-บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย (4.04)	-บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย (4.31)	บริการข้อมูลข่าวสาร (4.50)	-บริการขนพาหนะเดินทาง (4.00) ๆ	-บริการข้อมูลข่าวสาร (4.60) -บริการขนพาหนะเดินทาง (4.60)	-บริการขนพาหนะเดินทาง (4.27) -บริการสถานที่พักแรม (4.27)		
ด้านราคา	ค่าที่พักแรม (4.19)	ค่าเข้าชมสถานที่ (4.10)	ค่าอาหาร (4.33)	ค่าที่พักแรม (4.18)	ค่าที่พักแรม (4.07)	ค่าใช้จ่ายรวม (3.50)	มีหลายราคาให้เด็ก (4.20)	-ค่าที่พักแรม (4.07) -ค่าอาหาร (4.07) -ค่าใช้จ่ายรวม (4.07)		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาทางสื่อ (4.19)	ลดราคาแพ็คเกจทัวร์ (4.10)	การโฆษณาทางสื่อ (4.04)	การโฆษณาทางสื่อ (4.17)	การโฆษณาทางสื่อ (3.93)	-การโฆษณาทางสื่อ (4.00) -ทำข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต (4.00)	การโฆษณาทางสื่อ (4.40)	-การโฆษณาทางสื่อ (4.13) -ทำข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต (4.13)		

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวข้ามแดนตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามพบสูง
สุดอันดับแรก ดังกัน(ต่อ)

อาชีพ									
ปัจจัย	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณ	แม่บ้าน	นักเรียนนักศึกษา	นักเรียน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.21)	-มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ -มีความสะดวกในการเดินทาง (4.20)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.24)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.41)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.57)	มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.50)	มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.60)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.20)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.20)
ด้านการบริการ	ให้บริการตรงต่อเวลา และตรงตามโปรแกรม (4.41)	ให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม (4.30)	ให้บริการรวดเร็ว (4.48)	ให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยากซับซ้อน (4.36)	-ให้บริการรวดเร็ว -ให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยากซับซ้อน (4.57)	ให้บริการรวดเร็ว (4.50)	ให้บริการรวดเร็ว (4.40)	ให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม (4.47)	ให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม (4.47)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	มีความรับผิดชอบ และเต็มใจให้บริการ (4.44)	-สุภาพมีมารยาทจริงใจ -มีความรับผิดชอบ และเต็มใจให้บริการ (4.50)	สุภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.52)	สุภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.50)	มีพนักงานน่ารัก (4.57)	สุภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ (5.00)	สุภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.60)	สุภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.40)	สุภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.40)

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบสูงสุดอันดับแรกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณ	แม่บ้าน	นักเรียนนักศึกษา
คุณภาพผลิตภัณฑ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.62)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.70)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.75)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.68)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.71)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (5.00)	มีป้ายให้ข้อมูลในพื้นที่อย่างชัดเจน (4.80)	สถานที่แปลกใหม่ตื่นตาตื่นใจ (4.47)
ปัจจัยอื่นๆ	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.54)	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.40)	รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว -มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว (4.25)	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.31)	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.64)	-สังคมนิยมการท่องเที่ยว -ความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน (5.00)	รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (4.60)	ความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน (4.33)

ตารางที่ 103 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหา จำนวนคำถามอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบอันดับแรกต่างกัน

ปัจจัย	อาชีพ									
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณ	แม่บ้าน	นักเรียนนักศึกษา		
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร (3.72)	บริการขนพาหนะไม่ดี (3.50)	ไม่มีความปลอดภัย (3.84)	ไม่มีความปลอดภัย (3.77)	ไม่มีความปลอดภัย (4.36)	-ไม่มีการซื้อ บุคลากร -บริการขนพาหนะไม่ดี -ไม่มีการอาหาร -ไม่มีความปลอดภัย (4.50)	ไม่มีการซื้อบุคลากร (3.80)	ไม่มีการซื้อบุคลากร (4.13)		
ด้านราคา	ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.15)	-ค่าที่พักแรมราคาแพง -ค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล (3.90)	ค่าใช้จ่ายรวมแพง (4.04)	ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.07)	ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.29)	-ค่าที่พักแรมราคาแพง -รับเฉพาะเงินสด (4.50)	-ค่าใช้จ่ายรวมแพง -รับเฉพาะเงินสด (4.00)	ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.00)		

ตารางที่ 103 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหา จำนวนตามอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบอันดับแรกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ									
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณ	แม่บ้าน	นักเรียนนักศึกษา		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-ไม่มีการจัดมหรหกรรมการท่องเที่ยว -ไม่มีส่วนลดราคาแพ็คเกจทัวร์ (3.88)	ไม่มีการจัดมหรหกรรมการท่องเที่ยว (3.20)	ไม่เป็นที่ไปตามที่โฆษณาไว้ (3.67)	ไม่เป็นที่ไปตามที่โฆษณาไว้ (3.81)	ไม่เป็นที่ไปตามที่โฆษณาไว้ (4.07)	-ไม่มีการโฆษณาทางสื่อ -ไม่เป็นที่ไปตามที่โฆษณาไว้ -ไม่มีการส่งเสริมการขาย (4.50)	ไม่มีข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต (3.80)	ไม่มีบริการโฆษณาทางสื่อ (3.80)		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.12)	ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง (3.90)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.16)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.78)	ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง (4.50)	ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง (4.00)	ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง (3.60)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.87)		

ตารางที่ 103 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัญหา จำนวนคำถามอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบอันดับแรกต่างกัน (ต่อ)

อาชีพ									
ปัจจัย	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณ	แม่บ้าน	นักเรียนนักศึกษา	นักเรียนนักศึกษา
ด้านกระบวนการให้บริการ	ให้บริการล่าช้า (4.00)	-ให้บริการล่าช้า -ไม่ได้รับความสะดวกยุ่งยากซับซ้อน -ให้บริการไม่ตรงตามโปรแกรม (3.70)	ให้บริการล่าช้า (3.96)	ให้บริการล่าช้า (3.85)	-ไม่ได้รับความสะดวกยุ่งยากซับซ้อน (4.43)	-ให้บริการล่าช้า -ไม่ได้รับความสะดวกยุ่งยากซับซ้อน (3.20)	-ให้บริการล่าช้า -ไม่ได้รับความสะดวกยุ่งยากซับซ้อน (3.20)	ไม่ได้รับความสะดวกยุ่งยากซับซ้อน -ให้บริการไม่ตรงตามโปรแกรม (4.00)	ไม่ได้รับความสะดวกยุ่งยากซับซ้อน -ให้บริการไม่ตรงตามโปรแกรม (4.00)
ด้านพนักงานให้บริการ	มีพนักงานบริการไม่เพียงพอ (3.68)	ไม่สุภาพไม่มีมารยาท (3.70)	พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ (3.80)	บุคลิกไม่ดีไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (3.73)	ไม่สุภาพไม่มีมารยาท (4.29)	-ไม่สุภาพไม่มีมารยาท -มีพนักงานบริการไม่เพียงพอ -ไม่มีความรับผิดชอบ (4.50)	บุคลิกไม่ดีไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (3.60)	บุคลิกไม่ดีไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (4.13)	บุคลิกไม่ดีไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (4.13)

ตารางที่ 103 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัญหา จำนวนตามอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบอันดับแรก ต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ									
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณ	แม่บ้าน	นักเรียนนักศึกษา		
ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ที่พักไม่สะอาด (3.87) ที่พักไม่สะอาด	-ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิน -ที่พักไม่สะอาด (3.90)	ไม่ให้บริการให้ข้อมูลในพื้นที่ท่องเที่ยว (4.12)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทรัพย์สิน (3.89)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิน (4.36)	-ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิน -ที่พักไม่สะอาด (4.50)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิน (3.60)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิน (4.13)		

ตารางที่ 104 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว จำนวนตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดอันดับแรก ต่างกัน

ปัจจัย	รายได้							
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
ด้านผลิตภัณฑ์	บริการคุ้มครอง รักษาความปลอดภัย (4.18)	บริการคุ้มครอง รักษาความปลอดภัย (4.18)	บริการข้อมูลข่าวสาร (4.30)	บริการคุ้มครอง รักษาความปลอดภัย (4.44)	-บริการยานพาหนะ เดินทาง (4.56) บริการคุ้มครอง รักษาความปลอดภัย (4.56)	บริการคุ้มครอง รักษาความปลอดภัย (4.50)	บริการยานพาหนะ เดินทาง (4.55)	
ด้านราคา	ค่าเข้าชมสถานที่ (4.14)	ค่าใช้จ่ายรวม (3.88)	ค่าที่พักแรม (4.27)	ค่าที่พักแรม (4.36)	ค่าที่พักแรม (4.52)	ค่าที่พักแรม (4.31)	ค่าที่พักแรม (3.91)	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณา (4.00)	การโฆษณา (4.14)	การโฆษณา (4.18)	การโฆษณา (4.17)	การโฆษณา (3.89)	ลดราคาแพ็คเกจ ทัวร์ (4.25)	การโฆษณาทางสื่อ (4.18)	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.10)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.29)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.33)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.58)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.25)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.46)	มีความสะดวกในการเดินทาง (4.64)	

ตารางที่ 104 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว จำนวนตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดอันดับแรก ต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านกระบวนการให้บริการ	ให้บริการรวดเร็ว (4.35)	ให้บริการที่สะดวก ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (4.25)	ให้บริการรวดเร็ว (4.38)	ให้บริการรวดเร็ว (4.61)	ให้บริการรวดเร็ว (4.52)	ให้บริการที่สะดวก ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (4.64)	ให้บริการที่สะดวก ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (4.55)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	สุภาพมีมารยาทจริงใจ (4.33)	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.49)	สุภาพมีมารยาทจริงใจ (4.42)	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.64)	รู้ข้อมูลให้คำแนะนำ (4.54)	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ () -สุภาพมีมารยาทจริงใจ -รู้ข้อมูลให้คำแนะนำได้ -มีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการ (4.50)	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ (4.45)

ตารางที่ 104 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว จำนวนตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดอันดับแรก ต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้							
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.45)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.66)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.68)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.64)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.89)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.71)	มีบรรยากาศและความสวยงาม (4.73)	
ปัจจัยอื่นๆ	ความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน (4.26)	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.28)	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.33)	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.42)	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.43)	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.57)	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง (4.57)	รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (4.57)



ตารางที่ 105 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว จำนวนตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความ
สำคัญสูงสุดอันดับแรก ต่างกัน

ปัจจัย	รายได้							
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่มีความปลอดภัย (3.55) ค่าใช้จ่ายรวมแพง (4.27)	ไม่มีความปลอดภัย (3.68) ค่าใช้จ่ายรวมแพง (4.02)	ไม่มีความปลอดภัย (3.81) ค่าใช้จ่ายรวมแพง (4.07)	ไม่มีการบริการซื้อ นุดข่าวสาร (3.92) ค่าที่พักแรมราคาแพง (3.92)	ไม่มีความปลอดภัย (4.00) ค่าที่พักแรมราคาแพง (4.15)	ไม่มีความปลอดภัย (3.85) ค่าที่พักแรมราคาแพง (3.85) ค่าใช้จ่ายรวมแพง (3.85)	ไม่มีการบริการซื้อ นุดข่าวสาร (4.18) ค่าใช้จ่ายรวมแพง (4.18)	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (3.67)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (3.69)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (3.90)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (3.91)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (3.93)	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (3.92)	ไม่มีการโฆษณาทางสื่อ (3.82)	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.77)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.74)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.93)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.91)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.81)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (3.93)	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ (4.27)	

ตารางที่ 105 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ
สำคัญสูงสุดอันดับแรกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้							มากกว่า 30,000 บาท
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	บาท	
ด้านกระบวนการให้บริการ	ให้บริการล่าช้า (3.77)	ให้บริการล่าช้า (3.77)	-ไม่ให้บริการล่าช้า -ไม่ได้รับความสะดวกยุ่งยาก ซ้ำซ้อน (3.91)	ให้บริการล่าช้า (3.89)	ให้บริการล่าช้า (4.19)	ให้บริการล่าช้า (4.00)	ไม่ได้รับความสะดวกยุ่งยาก ซ้ำซ้อน (4.18)	
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	มีพนักงานบริการไม่เพียงพอ (3.43)	มีพนักงานบริการไม่เพียงพอ (3.68)	ไม่มีความรับผิดชอบไม่เต็มใจ บริการ (3.72)	บุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (4.03)	ไม่มีความรับผิดชอบไม่เต็มใจ บริการ (4.08)	ไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท (4.00)	ไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท (4.09)	
ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (3.67)	ที่พักไม่สะอาด (3.79)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (3.93)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (4.00)	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (4.19)	ที่พักไม่สะอาด (4.07)	-ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน -ที่พักไม่สะอาด (4.00)	

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทท่องเที่ยว/นำท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการและควรมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

และควรให้ความสนใจเกี่ยวกับยานพาหนะ ตลอดจนสถานที่พักจัดหาที่พักที่คำนึงถึงความปลอดภัย และจัดให้มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ครบวงจรให้เลือกมากขึ้น โดยการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการ หรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น จัดโปรแกรมท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวทางเดินประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีบริการด้านข่าวสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในประเทศ ควรปรับปรุงข้อมูลนำเที่ยวให้มีความทันสมัย

ด้านราคา ระดับราคาไม่ควรจะสูงเกินไปนัก ควรจะดูราคาด้านที่พัก ด้านเข้าชมสถานที่ด้านอาหาร และด้านค่าใช้จ่ายอื่นๆ ให้มีราคาที่เหมาะสม หรือมีหลายราคาให้เลือก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจัดให้มีสื่อประเภทต่างๆ เช่น แผ่นพับ โบว์ชัวร์ เพื่อแนะนำโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างๆ และควรจัดให้มีพนักงานขายเข้าไปแนะนำกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง นอกจากนี้ควรมีโปรแกรมพิเศษในช่วงฤดูกาลต่างๆ รวมถึงมีการส่งเสริมการขาย เช่น การสะสมแต้ม หรือชิงโชค หรือถ้าเป็นไปได้ควรมีข้อมูลแนะนำโปรแกรมการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตด้วย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายควรให้ความสะดวกรวดเร็ว และติดต่อได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นทางโทรศัพท์ หรือทางอินเทอร์เน็ต เวลาเปิดปิดสำนักงาน ควรคำนึงถึงช่วงเวลา สร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะในการเดินทางท่องเที่ยว

ด้านกระบวนการให้บริการ ควรให้บริการรวดเร็ว ถูกต้องไม่ยุ่งยาก และเป็นไปตามโปรแกรมที่โฆษณาไว้ โดยเฉพาะในเรื่องการเดินทาง กระบวนการในการให้บริการ ควรจะมุ่งเน้นการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะทำให้เกิดการบอกเล่าต่อไปยังบุคคลที่รู้จัก นอกจากนี้ในกระบวนการให้บริการควรส่งเสริมด้วยการให้ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการและสร้างความแตกต่างในการบริการจากคู่แข่งขั้นในธุรกิจอีกด้วย

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรับผิดชอบ เต็มใจให้บริการ และมีมารยาทที่ดี สามารถให้คำแนะนำแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ และสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการได้ ผู้ประกอบการควรจัดหาบุคลากรที่มีความรับผิดชอบด้านการให้บริการที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี บุคลิกท่าทางแจ่มใส และมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นอย่างดี

ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ควรเลือกสถานที่พักในการเดินทางที่สะอาด ปลอดภัย มีบริการครบถ้วน เช่น อาหารเช้า น้ำอุ่น เป็นต้น

นอกจากนั้นควรให้ความสนใจรูปแบบการนำเที่ยว แหล่งข่าวสารการท่องเที่ยว ที่จะเข้าถึงผู้บริโภคได้มากทางโทรทัศน์ หรือเป็นใบปลิวแผ่นพับ แหล่งสถานที่ที่คนส่วนใหญ่จะไปก็คือ เดินป่า โดยเฉพาะทางภาคเหนือ ควรจะจัดโปรแกรมที่น่าสนใจ เช่น การท่องเที่ยวไม่เกิน 3 วัน ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท ที่เป็นราคาที่น่านักท่องเที่ยวสนใจ นอกจากนั้นอาจมีตู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศ ควรจะรักษาเรื่องความสะอาด ความสวยงาม และความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น