

เอกสารวิชาเขตฯ
ห้ามนำออกจากห้องสมุด
ใช้เฉพาะ ชั้น 5 เท่านั้น



รายงานการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ในกรุงเทพมหานคร

Factors influencing Tourism Industry in Bangkok

ผู้วิจัย

ลิชัย ปัญญาวงศ์งาม

RMUTK - CARIT



โครงการวิจัยทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมนครกรุงเทพ

ปีงบประมาณผลประโยชน์ประจำปี พ.ศ.2553

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมนครกรุงเทพ



รายงานการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในกรุงเทพมหานคร

Factors influencing Tourism Industry in Bangkok

ผู้วิจัย

ลีชัย ปัญญาวงศ์งาม

RMUTK - CARIT



โครงการวิจัยทุนสนับ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมณฑลกรุงเทพ

ปีงบประมาณผลประโยชน์ประจำปี พ.ศ.2553

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมณฑลกรุงเทพ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากคณบดี ผู้บริหาร คณาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.สาธิต พุทธชัยขงค์ อธิการบดี และ ดร.จิราภรณ์ สัทพานนท์ รอง อธิการบดี ผศ. ปราโมทย์ อนันต์วรพงศ์ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่กรุณาจัดสรรทุนวิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครู อาจารย์ที่อบรมสั่งสอนให้ความรู้ทั้งด้านวิชาการ จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพครู ทำให้ผู้วิจัยมีความอดุสาหะ เพียรพยายามให้งานวิจัยนี้สำเร็จและมี คุณภาพ มีประโยชน์ต่อองค์กรของมหาวิทยาลัยฯ

สำหรับการศึกษาครั้งนี้และขอกราบขอบพระคุณบุพการีที่เป็นแรงบันดาลใจ เป็นกำลังใจ ให้ มีมานะอดทน ขอขอบคุณเพื่อนๆและลูกศิษย์ทุกคนที่เป็นกำลังใจจนสามารถทำงานวิจัยชิ้นนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดี

ลิขิต ปัญญาवासังาม

27 มกราคม 2554

ชื่อเรื่อง: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย: ลิขัย ปัญญาวงศ์งาม

ปีที่ทำวิจัย: พ.ศ. 2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 700 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 700 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถาม 2 ชุด คือ แบบสอบถามความคิดเห็น (ภาษาไทย 350 ชุด และ ภาษาอังกฤษ 350 ชุด) และแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (ภาษาไทย 350 ชุด และ ภาษาอังกฤษ 350 ชุด) ในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนมิถุนายน 2553 ณ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร คือ เกาะรัตนโกสินทร์ วัดพระแก้ว วัดอรุณราชวรารามวรวิหาร ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดนัดจตุจักร ศูนย์การค้ามาบุญครอง สีลม และ ถนนข้าวสาร โดยศึกษาปัจจัยสำคัญ 5 ด้าน คือ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

ผลการศึกษาพบว่า 1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทั้ง 5 ด้านเรียงลำดับจากสูงสุดไปน้อยสุดได้ดังนี้คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม และ ปัจจัยด้านอาหาร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทั้ง 5 ด้านเรียงลำดับจากสูงสุดไปน้อยสุดได้ดังนี้คือปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านบรรยากาศการท่องเที่ยว 2. นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน แหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านอาหาร ด้านที่พัก ด้านบริการ และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน ด้านแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบริการ ด้านอาหาร ด้านที่พัก และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ สรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญทั้ง 5 ด้านที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเล็งเห็นความสำคัญและพึงพอใจต่อปัจจัยทั้งหมด ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเล็งเห็นความสำคัญและพึงพอใจต่อปัจจัยต่างๆ ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ ปัจจัย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

Research Title: Factors influencing Tourism Industry in Bangkok
Researcher: Leechai Panyawong-ngam
Research Year: 2009

Abstract

The Study project of factors influencing tourism industry in Bangkok was aimed at 1) To study vital factors influencing tourism industry in Bangkok 2) To study satisfaction of Thai tourists and foreign tourists during their visit Bangkok. Sampling data was employed through specific sampling and accidental sampling. 700 Thai tourists and 700 foreign tourists were studied via 2 types of questionnaires; Perception survey and Satisfaction survey (350 for Thai version and 350 for English version) during March- June of 2010 at various outstanding tourist spots in Bangkok namely Rattanakosin island, The Emerald Buddha Temple, Temple of Dawn, Taling Chan floating market, Weekend market, MBK center, Silom and Kaosan road. The following five vital factors were considered namely Accommodation, Food, Services, Tourist attraction, and Climate.

The findings revealed that 1. Thai tourists' perception was found and ranked from the first to the last as follows; Tourist attraction, Services, Accommodation, and Climate respectively whereas foreign tourists' perception were found as follows; Tourist attraction, Food, Services, Accommodation and Climate respectively. 2. Thai tourists' satisfaction was observed from the highest to the least rank orders namely Tourist attraction, Food, Accommodation, Services and Climate respectively while foreign tourists' satisfaction was observed as follows; Tourist attraction, Services, Food, Accommodation, and Climate respectively. It could be concluded that the five vital factors influenced both Thai and foreign tourists, however, foreign tourists perceived and were satisfied with all factors whereas Thai tourists perceived and were satisfied with all factors at moderate level.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	i
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ii
กิตติกรรมประกาศ	iii
สารบัญ	
สารบัญตาราง	
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญของปัญหาในการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของ โครงการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	8
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎี กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย	9
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ระเบียบวิธีการวิจัย	20
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	20
เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา	20
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	23
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	24
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	78

อภิปรายผล	89
ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาหลักสูตรให้ที่ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	97
ข้อเสนอแนะสำหรับทำวิจัยต่อไป	98

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทยในกรุงเทพมหานคร
แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร
แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวไทยในกรุงเทพมหานคร
แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

สารบัญตาราง

	หน้าที่
ตารางที่ 4.1-4.5	24
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	
ตารางที่ 4.6-4.14	26
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย	
ตารางที่ 4.15-4.19	32
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย	
ตารางที่ 4.20-4.25	37
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
ตารางที่ 4.26-4.34	40
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
ตารางที่ 4.35-4.39	46
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
ตารางที่ 4.40-4.44	51
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	
ตารางที่ 4.45-4.53	53
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย	
ตารางที่ 4.54-4.58	59
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย	
ตารางที่ 4.59-4.64	64
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
ตารางที่ 4.65-4.72	67
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
ตารางที่ 4.73-4.77	73
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 5.1 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย	81
แผนภูมิที่ 5.2 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	83
แผนภูมิที่ 5.3 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	86
แผนภูมิที่ 5.4 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	89
แผนภูมิที่ 5.5 สรุปแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	93
แผนภูมิที่ 5.6 สรุปแสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	95

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้แก่ประเทศไทยอย่างมากมาจากรายได้จากนักท่องเที่ยวซึ่งกระตุ้นเศรษฐกิจไทยอย่างมากซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมอันดับที่ 4 ของอุตสาหกรรมหลักของไทยที่มีมูลค่ามากกว่าประเทศอื่นๆ ใน ASEAN นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวประเทศไทยมาด้วยเหตุผลต่างกันไป เช่น ส่วนใหญ่มาชายหาดเพื่อพักผ่อน ถึงแม้ว่าเพิ่งจะเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติทางภาคใต้ก็ตาม

กรุงเทพมหานครมีการเติบโตทางการท่องเที่ยวอย่างมากเมื่อ 4 ปีที่แล้วมาด้วยการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันสร้างรายได้แก่เศรษฐกิจไทยอย่างมากมาจนถึงแม้ว่าเงินบาทจะแข็งตัวในปี พ.ศ. 2550 ก็ตาม รายได้ที่ได้จากนักท่องเที่ยวท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีมูลค่ามากกว่า 900 ล้านบาท และคาดว่าจะรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้จะเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวมีมูลค่า 6 เปอร์เซ็นต์ของเศรษฐกิจไทยและมีการจ้างงานกว่าล้านคน สำหรับรับผิดชอบผู้โดยสาร 45 ล้านคนจากสนามบินสุวรรณภูมิ และ 3 ล้านคนจากการขนส่งทางอากาศในแต่ละปี

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงทางด้านประวัติศาสตร์ที่น่าประทับใจ มันมีค่าและมีวัฒนธรรมที่มีชีวิตชีวา หาดทรายสวยงาม ธรรมชาติน่าดึงดูดใจ และผู้คนมีความสุภาพ อ่อนโยน และเป็นมิตรอย่างแท้จริง การศึกษาการท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2533-2534 จากบริษัททัวร์ 1, 450 บริษัท 40 เมือง 26 ประเทศ พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศแรกที่จัดอยู่ในประเทศที่มีความอบอุ่น และเป็นมิตร มีที่พักราคาปานกลาง และมีแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่น่าดึงดูดใจ นอกจากนี้ยังถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 4 ในประเภทของอาหารยอดเยี่ยม รองจากฝรั่งเศส อิตาลีและฮ่องกงอีกด้วย ไทยไม่เคยปรากฏอยู่ในรายชื่อของประเทศเอเชีย 14 ประเทศและประเทศแถบแปซิฟิกในเรื่องของทัศนียภาพความสวยงามเลย แต่ถูกจัดให้เป็นอันดับที่ 2 รองจากออสเตรเลียในเรื่องของเสน่ห์ดึงดูดในด้านภาพรวม แต่เป็นที่น่าเศร้าใจว่าไทยถูกจัดให้เป็นอันดับ 2 ในเรื่องของมลพิษและไม่ถูกสุขลักษณะรองจากอินเดีย

การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนธุรกิจของทุกคนและทุกคนได้รับผลประโยชน์อย่างเหมาะสมจากการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งผลประโยชน์เหล่านี้สำคัญต่อพื้นที่นั้นๆ มาก เนื่องจากเป็นพื้นฐานในการกระจายการลงทุนของเศรษฐกิจในพื้นที่นั้นๆ และยังเป็นการขยายตลาดการจ้างงานอีกด้วย ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นผลรวมของธุรกิจทุกด้านที่จะต้องจัดหาสินค้าและบริการส่ง

ตรงมาเพื่อให้เกิดธุรกิจ ความปรารถนาที่จะออกมาทำกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจซึ่งต่างจากสภาพแวดล้อมที่บ้าน ตารางด้านล่างแสดงผลเกี่ยวกับเศรษฐกิจและสังคมเมื่อนักท่องเที่ยวไปพักผ่อนวันหยุด

ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดราวกับว่านักท่องเที่ยวคือเหตุผลที่ทำให้สินค้าและบริการยังดำรงอยู่ได้ ทุกคนที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวต้องแน่ใจว่านักท่องเที่ยวเป็นรากฐานของธุรกิจทุกประเภท แผนการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นมีหลายเรื่องมากมายเช่น จะใช้จ่ายเงินอย่างไรในช่วงเวลาพักผ่อน จะเลือกทำกิจกรรมประเภทไหน จากนั้นจะตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางที่จะไปและคิดว่าจะเดินทางไปที่นั่นได้อย่างไร จะทำการจองที่พักด้วยวิธีใดได้บ้าง

International

Year	Tourist		Average	Average Expenditure		Revenue	
	Number	Change	Length of Stay	/person/day	Change	Million	Change
	(Million)	(%)		(Baht)	(%)	(Baht)	(%)
1998	7.76	+ 7.53	8.40	3,712.93	+ 1.12	242,177	+ 9.70
1999	8.58	+ 10.50	7.96	3,704.54	- 0.23	253,018	+ 4.48
2000	9.51	+ 10.82	7.77	3,861.19	+ 4.23	285,272	+ 12.75
2001	10.06	+ 5.82	7.93	3,748.00	- 2.93	299,047	+ 4.83
2002	10.80	+ 7.33	7.98	3,753.74	+ 0.15	323,484	+ 8.17
2003	10.00	- 7.36	8.19	3,774.50	+ 0.55	309,269	- 4.39
2004	11.65	+ 16.46	8.13	4,057.85	+ 7.51	384,360	+ 24.28
2005	11.52	- 1.51	8.20	3,890.13	- 4.13	367,380	- 4.42
2006	13.82	+ 20.01	8.62	4,048.22	+ 4.06	482,319	+ 31.29
2007	14.46	+ 4.65	9.19 ^P	4,120.95 ^P	+ 1.80	547,782 ^P	+ 13.57

Year	Domestic						
	Thai Visitor		Avarage	Average Expenditure		Revenue	
	Trip	Change	Length of Stay	/person/day	Change	Million	Change
	(Million)	(%)	(Days)	(Baht)	(%)	(Baht)	(%)
1998	51.68	- 0.72	2.37	1,512.70	+ 3.19	187,897.82	+ 4.16
1999	53.62	+ 3.02	2.43	1,523.55	+ 2.29	203,179.00	+ 7.42
2000	54.74	+ 2.08	2.48	1,717.77	+ 12.75	210,516.15	+ 3.61
2001	58.62	+ 7.09	2.51	1,702.70	- 0.88	223,732.14	+ 6.28
2002	61.82	+ 5.45	2.55	1,689.52	- 0.77	235,337.15	+ 5.19
2003	69.36	+ 12.20	2.61	1,824.38	+ 7.98	289,986.81	+ 23.22
2004	74.80	+ 7.84	2.60	1,852.33	+ 1.53	317,224.62	+ 9.39
2005	79.53	+ 6.33	2.73	1,768.87	- 4.51	334,716.79	+ 5.51
2006	81.49	+ 2.46	2.65	1,795.09	+ 1.48	322,533.71	+ 8.41
2007	83.23	+ 2.14	2.63	1,767.35	- 1.55	380,417.10	+ 4.15

(TAT, 2008)

TOURISM STATISTICS IN THAILAND 1998-2007

จากตาราง จำนวนของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจากปี พ.ศ.2541ถึง พ.ศ.2550 ในปีพ.ศ.2550 ประเทศไทยรับรายได้สูงสุดถึง 547,782 ล้านบาท และการท่องเที่ยวในประเทศสร้างรายได้ถึง 380,417.10 ล้านบาท นั้นแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้อย่างมหาศาลเลยทีเดียว

นอกจากความสำเร็จแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังประสบกับปัญหาและข้อถกเถียงอย่างรุนแรงเรื่องการเรียกเก็บค่าเช่าสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีเป้าหมายด้านปริมาณมากกว่าคุณภาพ ปัญหาของการท่องเที่ยวคือการนำผลประโยชน์ด้านการเงินไปแบ่งสร

อย่างไม่ยุติธรรมใน โครงการที่มีความเสี่ยงอย่างมากในขณะที่ ดันทุนที่แบกรับภาระโดยชาว
ท้องถิ่นนั้น ไม่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง สิ่งที่เราว่าที่สุดคือผลกระทบของสิ่งแวดล้อมจากการ
พัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่ได้รับการควบคุม ที่มีการชักชวนและกระตุ้นตลาดในเรื่องอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวซึ่งมีจุดขายถึงความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม แต่การค้าเชิงพาณิชย์ของ
วัฒนธรรมนี้เองที่เป็นสาเหตุให้เกิดการกีดกันและคอร์รัปชัน นอกจากนี้ยังมีการเลียนแบบ
พฤติกรรมและทัศนคติระหว่างผู้ที่อาศัยในชนบทไทยและผู้ที่อาศัยในเมืองจากประเทศที่พัฒนา
แล้วซึ่งอาจจะกีดกันหรือสร้างผลลบต่อชาวชนบทที่อาจเป็นไปได้

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก้าวมาอยู่แถวหน้าเมื่อประเทศไทยเปลี่ยนแนวทางจากพื้นฐาน
การใช้แรงงานมาเป็นพื้นฐานทางเศรษฐกิจ การปรับตัวให้เหมาะสมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว
นี่คือความจริงที่ว่า การฝึกอบรมและเพิ่มปัจจัยสำหรับการบริการนักท่องเที่ยวที่ไม่ซับซ้อนหรือ
กว้างสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การบริการที่มีมาตรฐานสูงถูกเสนอให้โรงแรมและ
ร้านอาหารไทยและให้คงความประทับใจไว้ โรงแรมไทยเป็นที่รู้จักกันสำหรับราคาที่สมเหตุสมผล
และการบริการที่มีคุณภาพ พนักงานไทยมีภาพลักษณ์ที่สุภาพ เป็นมิตรและมีน้ำใจ ในทำนอง
เดียวกันการบินไทยที่มีชื่อเสียงสำหรับการบริการทางการบิน ทักษะการจัดการที่ดีได้ช่วยรักษา
คุณภาพในการให้บริการ

ด้วยความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวข้างต้น, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ไทย (ททท) จึงถูกก่อตั้งขึ้นเมื่อ 18 มีนาคม พ.ศ.2494. ททท. เป็นองค์กรแรกในประเทศไทยที่
รับผิดชอบโดยตรงในการสนับสนุนการท่องเที่ยว มีหน้าที่จัดเตรียมการประชาสัมพันธ์และข้อมูล
ต่างๆสู่ที่สาธารณะเผยแพร่ประเทศ พร้อมมีเป้าหมายในการกระตุ้นทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย
และชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย และทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาสำหรับ
สถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งติดต่อและสนับสนุนผลิตภัณฑ์และการพัฒนาบุคลากรของการท่องเที่ยว
สำนักงานต่างจังหวัดแห่งแรกของททท. ได้ก่อสร้างเมื่อปี 2511 ตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ และมีอีก
22 สำนักงานทั่วประเทศ ททท.ยังได้ก่อตั้งสำนักงานที่ต่างประเทศอีกด้วยซึ่งที่แรกคือ New York
ซึ่งเป็นใช้เมื่อปี 2508 และอีก 30 ปีต่อมา ททท.ก็ได้ก่อสร้างสำนักงานเพิ่มขึ้นอีก 15 แห่งทั่วโลก
หนึ่งในนโยบายของททท. ในปี 2551 คือสนับสนุนประเทศไทยภายใต้คำขวัญ

“Amazing” ความอัศจรรย์ของประเทศไทยจะพาคุณเที่ยวไปรอบๆภายใน 7 ชั่วโมงชื่อที่ว่า “Seven
amazing Wonders of Thailand” ความมหัศจรรย์จากสิ่งที่เป็นไทยและวัฒนธรรมอันล้ำค่า จาก
ธรรมชาติที่สวยงามหาดทรายที่สวยงาม จากแนวความคิดกับสิ่งที่ไม่เคยหยุดและความอัศจรรย์ทาง
สุขภาพ “เมืองแห่งรอยยิ้ม” จะคอยต้อนรับและแบ่งปันประสบการณ์ให้คุณ ไม่อาจลืมสถานที่

ท่องเที่ยวและกิจกรรมดีๆ ประเพณีและอาหารนานาชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกระดับโลกและ รอยยิ้มจากเมืองแห่งมิตรภาพของโลก

ต่อมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงเนื่องจากหลายๆประเทศกำลังแข่งขันสูง มาก บางประเทศให้สิทธิพิเศษต่างๆจากการท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อช่วยเหลือเศรษฐกิจ ภายในประเทศ ตัวอย่างเช่น "See America" ของสหรัฐอเมริกา "Truly Asia" ของมาเลเซีย, "Get Going Canada" ของแคนาดา, "Wow Philippines" ของฟิลิปปินส์, "Uniquely Singapore" ของ สิงคโปร์, "100% Pure New Zealand" ของนิวซีแลนด์, "Amazing Thailand" ของไทย, "The Hidden Charm" ของเวียดนาม และ "Incredible India" ของอินเดีย

ความกว้างใหญ่ของกรุงเทพนั้นถูกพิจารณาให้เป็นเมืองแห่งพลังงานและสีสันมากที่สุด ของเอเชีย ประวัติศาสตร์ของเมืองนี้เหลือน้อยซึ่งได้เปลี่ยนจากเมืองที่หลับใหลอย่างรวดเร็ว ใน ศตวรรษที่ 21 กรุงเทพจะเป็นเมืองมึนเมาเต็มไปด้วยอาคารมากมาย กรุงเทพได้รับการพิจารณาให้ เป็นเมืองแห่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันสำคัญ เกาะรัตนโกสินทร์จะขยายตัวออกในศตวรรษ ที่ 19 การเจริญเติบโตของกรุงเทพในปัจจุบันนี้ทำให้เป็นศูนย์กลางของเอเชีย ซึ่งจะอนุรักษ์สิ่งที่ สำคัญและภาพลักษณ์เอาไว้ด้วยสัญลักษณ์คือวัดและปราสาทซึ่งยังคงเหลืออยู่จนถึงทุกวันนี้

กรุงเทพถูกจัดอยู่ในสถานที่น่าท่องเที่ยวของโลก ตามที่นิตยสาร Travel and Leisure ยก ย่องให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของเอเชีย อีกทั้งยังถูกโหวตให้เป็นเมืองที่ดีที่สุดของของใน นิตยสาร Conde Nast Traveler กรุงเทพเป็นทางหลักของประเทศไทยซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศส่วนมากจะมีเป้าหมายมาเยี่ยมชมกรุงเทพ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหวังที่จะมี นักท่องเที่ยวมาเที่ยวประมาณ 15 ล้านคนในปี 2550 ซึ่งจะเพิ่มขึ้นจาก 11.6 ล้านคนในปี 2548 กรุงเทพมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามทางประวัติศาสตร์มากมาย เช่น วัดพระศรีรัตนมหาธาตุราชวรวิหาร วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และวัดอรุณราชวรารามซึ่งมีมากมายหลาย โครงการที่จะบำรุงรักษา คุณค่าทางประวัติศาสตร์ของกรุงเทพไว้ในที่ตั้งของเกาะรัตนโกสินทร์และ แถบแม่น้ำ กรุงเทพเป็นที่รู้จักกันทั่วทุกมุมโลก จนกระทั่งปัจจุบันนี้ได้รับยกย่องว่าวัฒนธรรมอันเก่าแก่ซึ่งมีเสน่ห์ดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม

ผู้วิจัยในฐานะอาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวและการบริการตระหนัก ในความสำคัญของการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ในยุคที่เศรษฐกิจผันผวน จึง สนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครตลอดจนวิเคราะห์ความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยต่างๆเพื่อตอบสนองความ ต้องการของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษานี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในกรุงเทพได้ อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
- 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของโครงการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจและศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่สำคัญภายในกรุงเทพมหานคร ดังนี้คือ

ตลาดน้ำตลิ่งชัน	ตลาดนัดจตุจักร
วัดพระแก้ว	พระราชวังฯ
วัดอรุณราชวรารามววิหาร	ศูนย์การค้ามาบุญครอง
สีลม	ถนนข้าวสาร

ศึกษาปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ดังนี้คือ

- ปัจจัยด้านที่พัก
- ปัจจัยด้านอาหาร
- ปัจจัยด้านบริการ
- ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว
- ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม
- คำจำกัดความ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับทั้งหมดในระหว่างการเดินทางพักผ่อน ท่องเที่ยว ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากที่พักอาศัยของตนเอง

นักท่องเที่ยว หมายถึง ประชาชนที่เดินทางท่องเที่ยวไกลจากที่พักอาศัย เพื่อ การพักผ่อน หรือ ทำธุรกิจ หรือ การศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่นอกประเทศไทย และมีหนังสือเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยด้านที่พัก หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักผ่อน หรือค้างคืนขณะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีอยู่หลายประเภทตามความสนใจ และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านอาหาร หมายถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับประทาน ซึ่งมีอยู่หลากหลายชนิด ประเภท และราคา
ปัจจัยด้านการบริการ หมายถึง การบริการต่างด้าน สาธารณูปโภค ระบบขนส่งสาธารณะ การ
 แลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นต้น

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ทั้งแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์
 วัฒนธรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นต้น

ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม หมายถึง บรรยากาศ สภาพความเป็นอยู่ สภาพการเมือง ที่
 ส่งเสริมการท่องเที่ยว

กรุงเทพมหานคร หมายถึงเมืองหลวงของประเทศไทย ที่รู้จักกันในนาม กรุงเทพฯ ตั้งอยู่บนฝั่ง
 แม่น้ำเจ้าพระยา เป็นเมืองหลวง ต่อจาก กรุงธนบุรี อยุธยา และสุโขทัย ตามลำดับ มีแหล่งท่องเที่ยว
 สำคัญมากมาย

เกาะรัตนโกสินทร์ หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ในกรุงเทพฯ ที่เชื่อมโยงกันตั้งแต่
 พระบรมมหาราชวัง วัดสำคัญ ร้านค้าต่างๆ เป็นสถานที่อนุรักษ์ของกรุงเทพมหานคร

วัดพระแก้ว หมายถึง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดคู่บ้านคู่เมืองกรุงเทพมหานคร เป็นวัดที่สำคัญ
 ที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย เป็นที่ประดิษฐานของพระแก้วมรกต พระพุทธรูปที่สำคัญที่สุด จึง
 เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของกรุงเทพฯ

วัดอรุณราชวรารามวรมหาวิหาร หมายถึงวัดที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ที่ ททท ได้ใช้เป็นสัญลักษณ์
 ในการเผยแพร่การท่องเที่ยวของประเทศไทยไปต่างประเทศ ซึ่งชาวต่างชาติรู้จักกันในนาม Temple
 of Dawn.

ตลาดน้ำตลิ่งชัน หมายถึง ตลาดน้ำ ริมฝั่งคลองชักพระที่เป็นชุมชนเก่าแก่ฝั่งธนบุรี เป็นตลาดน้ำออก
 นิยมของกรุงเทพมหานคร ซึ่งเปิดจำหน่ายเฉพาะวันหยุดราชการ นักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือชม
 ความงามสองฝั่งคลอง เที่ยวชมสวนกล้วยไม้ เป็นต้น

ตลาดนัดจตุจักร หมายถึง Weekend market เป็นตลาดขายส่ง และ ปลีก กลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุด และ
 เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งจะมาซื้อของก่อนกลับบ้านหรือประเทศ
 ปัจจุบันกลายเป็นสัญลักษณ์ของกรุงเทพมหานครอีกแห่งหนึ่ง

ศูนย์การค้ามาบุญครอง หมายถึง MBK เซ็นเตอร์ เป็นแหล่งช้อปปิ้งที่รู้จักดีในหมู่นักท่องเที่ยวมี
 ร้านค้ามากกว่า 2500 ร้าน เคยเป็นแหล่งช้อปปิ้งที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ตั้งอยู่ในเขตใจกลางเมืองหลวง
 สะดวกสบายต่อการเดินทาง จึงเป็นแหล่งจับจ่ายซื้อของในห้างที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาก
 ที่สุด

สีลม หมายถึงแหล่งธุรกิจทันสมัยของกรุงเทพมหานครในตอนกลางวัน และเป็นแหล่งท่องเที่ยว
 ยามค่ำคืนที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาพักผ่อนแห่งหนึ่ง

ฉนวนข่าวสาร หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีที่พักราคาประหยัด หลายประเภทให้นักท่องเที่ยวได้เลือกตามความสนใจ เป็นแหล่งรวมนักท่องเที่ยวประเภทBackpack จากหลากหลายประเทศ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ทราบถึงความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาปรับปรุงหลักสูตรสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัยฯ
2. ทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะกรุงเทพมหานครทำการปรับปรุงให้เกิดผลดีต่อการท่องเที่ยวโดยตรง
3. ทราบปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อให้หน่วยงานราชการสามารถนำไปปรับยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้โดยตรง
4. ทราบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บทที่ 2

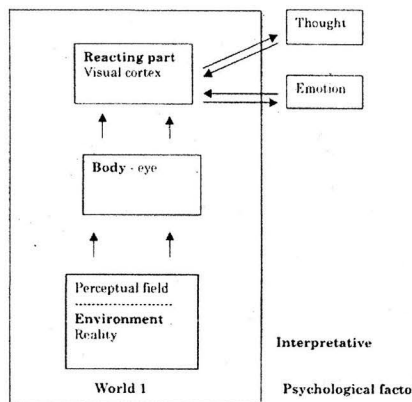
การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี และกรอบความรู้ องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้คือ

ความคิดเห็น (Self Perception theory : Bobby J. Calder^a and Barry M. Staw, 1975)

ความคิดเห็นเกิดจาก สิ่งแวดล้อมมากระทบประสาทสัมผัส ซึ่งเป็นส่วนสำคัญมาก เพราะ สิ่งมีชีวิตมีการเรียนรู้ ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความคิดเห็น คือสิ่งที่มนุษย์ประสบและมีความรู้สึก ต่อสิ่งนั้น ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งภาพที่ปรากฏหรือได้รับฟัง เป็นต้น ระดับของความคิดเห็นแบ่งเป็น 2 ระดับคือ ความคิดเห็นที่เกิดขึ้นทันทีและ ความคิดเห็นที่เกิดจากการประมวลความคิดอย่างละเอียด และอยู่ลึกในสมอง

ดังรูปปรากฏด้านล่าง



Interpretative Psychological Factors

Herzberg (1959) อธิบายปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์ คือ แรงจูงใจ ถ้ามนุษย์ได้รับผลกระทบด้านบวก ก็จะมีคามพึงพอใจ แต่ถ้าได้รับผลกระทบด้านลบ จะเกิดความไม่พึงพอใจ ความพึงพอใจคือ ความรู้สึกของมนุษย์ที่มีความสุขต่อสิ่งที่ได้รับหรือประสบการณ์ แต่หากมนุษย์รู้สึกไม่ดี ต่อประสบการณ์ที่ได้รับ ความรู้สึกไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ปัจจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

1.แรงจูงใจ (Motivation) คือปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านต่างๆ เช่น อุปนิสัยต่างๆ
ความเป็นอยู่ การแข่งขัน เป็นต้น

องค์ประกอบของแรงจูงใจ

ความสำเร็จ

การยอมรับ

การทำงาน

ความรับผิดชอบ

การเลื่อนตำแหน่ง

การเติบโต

2. Hygiene factors คือปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งส่วนมากเกี่ยวข้องกับ
สิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมาก

องค์ประกอบของ Hygiene Factors

นโยบายและการบริหารจัดการขององค์กร

การควบคุมดูแล

ลักษณะงาน

ความสัมพันธ์ของร่วมงาน

นโยบาย

ค่าตอบแทน

สถานภาพ

ความมั่นคงของงาน

ความพึงพอใจ (Theory of satisfaction)

Theory of satisfaction judgments and feelings, which simply identifies the latter
“subjective well-being” (SWB) with “utility” (U):

$$SWB = U.$$

ฉะนั้นความพึงพอใจของลูกค้าจึงก่อให้เกิดผลประโยชน์ ซึ่งเป็นหลักประกันการวิเคราะห์อนาคตของสินค้านั้น (Freeman 1978). สำหรับการท่องเที่ยว จึงเป็นหลักประกันว่าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก จะทำให้การท่องเที่ยวในแหล่งนั้นๆ ประสบผลสำเร็จ

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว

Charles R.Goeldner & J.R. Brent Ritchie (2006) กล่าวว่า องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวซับซ้อนและมีอิทธิพลซึ่งกันและกันเพราะนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญแต่มีหลากหลายความสนใจ และความต้องการ ดังนั้นองค์ประกอบต่างๆ จึงมีความสำคัญมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยว แต่สามารถวิเคราะห์ได้องค์ประกอบหลักๆ ดังนี้คือ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์จัดทำขึ้น เช่นวัฒนธรรมความเป็นอยู่ การบริการ การวางแผนและการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

งานวิจัยในประเทศ

จุฬาภา คาคพริง(2545) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว อเมริกันและชาวยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวก่อนเดินทางเข้ามาประเทศไทยส่วนใหญ่รู้จักประเทศไทยจาก สื่อบุคคลได้แก่ เพื่อน และครอบครัว รองลงมาคือคู่มือ หนังสือแนะนำเที่ยวและในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวจะติดตามข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ด้านแรงจูงใจ สำคัญก่อนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ การทราบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ด้านวัฒนธรรม ประเพณีไทย ด้านอาหาร การจับจ่ายซื้อของ สำหรับในด้านวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมากที่สุดต่อวิถีการปฏิบัติที่คนไทยมีต่อนักท่องเที่ยว ด้วยความมีอัธยาศัยไมตรี ผลจากการวิจัยได้ข้อเสนอแนะว่าการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย นอกจากสื่อมวลชนแล้ว นักท่องเที่ยวนิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น ดังนั้นควรใช้ประโยชน์จากสื่อนี้ให้มากขึ้นประกอบกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นที่ รู้จักเพิ่มมากขึ้น และควรมีการตลาดแบบครบวงจรให้ได้ในกลุ่มประเทศที่สำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งอยู่ ตลอดจนทั้งมีการวางแผนเสริมการตลาดให้ ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศนั้นๆ ด้วย

สิทธิชัย ชีวะโรธ (2549) สรุปลผลวิจัยได้ดังนี้ พบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ชายมาเที่ยวเป็นครั้งแรกมีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีเชื้อชาติแบบกลุ่มประเทศ สแกนดิเนเวีย มีอาชีพเสมียนและเจ้าหน้าที่สำนักงานมีรายได้ 25,001 - 50,000 เหรียญ สดงามภาพสมรสและเดินทางมากับคู่สมรส เพราะได้รับการแนะนำจากสื่อการท่องเที่ยวโดยรับรู้ข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีความต้องการพักอาศัยอยู่ 6 - 10 วัน มีระดับความพึง

พอใจต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยแยกเป็นรายด้านได้ ดังนี้ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและวิถีทางธรรมชาติ และด้านสถานที่ประวัติศาสตร์ และความพึงพอใจน้อยที่สุดคือร้านขายของ และร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่ามีความพอใจในระดับพอใจมาก ทั้งในเรื่องราคา (ราคาห้อง, อาหาร การบริการอื่น ๆ)และเรื่องกลุ่มผู้บริหาร และความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านการโฆษณา ด้านร้านอาหารบาร์และแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนในระดับพอใจมาก ทั้งสถานที่ตั้งสถาปัตยกรรมและการตกแต่งและด้านผู้บริหารมีความเอื้อเฟื้อ และสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ และความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านดนตรี / เกมส์ ด้านร้านขายของที่ระลึกและศูนย์การค้าพอใจในระดับมาก ทั้งด้านราคา และความหลากหลายของสินค้า และความพึงพอใจน้อยที่สุดคือบริการได้แก่ การซื้อสินค้า, การส่งสินค้าและการบริการ) ความพึงพอใจต่อธุรกิจการท่องเที่ยวด้านร้านบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายและผู้ปฏิบัติเกี่ยวกับทัวร์ในระดับพึงพอใจปานกลาง ได้แก่การบริการในการจองที่พักและการขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในระดับความพึงพอใจปานกลาง และความพึงพอใจน้อยที่สุดคือการให้บริการด้านรถไฟ / สถานีรถไฟ

ใจพร เศรษฐาภิวัตินุกูล (2544) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรม และความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก พบว่า) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออกของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่อนข้างน้อย โดยการสื่อสารระหว่างบุคคล ในกลุ่มเพื่อน เป็นสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือนิตยสาร และวารสารการท่องเที่ยว 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก จะเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ณ หมู่เกาะในเขตทะเลภาคตะวันออกมาก่อน มีความนิยมที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนฝูง โดยเป็นผู้ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต 3) ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่เกาะเขตภาคตะวันออก 4) นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก อยู่ในระดับปานกลาง แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีความคาดหวังอยู่ในระดับที่สูงกว่าความพึงพอใจ 5) การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรม ในขณะที่พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านสถานที่พัก

รูปณี สุวรรณฉัตรชัย (2542) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่องการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1. ลักษณะประชากรทาง สถานภาพ อาชีพ รายได้และประเทศที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน 2. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร 3. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสาร 4. การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสาร

เกดศิริ เจริญวิศาล (2547) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ตระกูลการพัฒนาการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติในแนวทางของการรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ซึ่งควรยึดหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้ามาดำเนินการ แต่ควรปรับปรุงพัฒนาถึงอำนวยความสะดวกด้านการขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานและด้านการบริการอื่น ๆ จากความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างดี ยกเว้นเรื่องความพึงพอใจด้านไฟฟ้า น้ำ และอาหาร อยู่ในระดับที่ควรปรับปรุง ในขณะที่พนักงานของกรมป่าไม้ทำหน้าที่ให้บริการมีความเห็นว่า การปฏิบัติงานของอุทยานแห่งชาติอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างดี และมีความเห็นว่าภาพโดยรวมของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างดี ข้อที่ควรปรับปรุงมากที่สุดคือการที่นักท่องเที่ยวขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แม้ว่าอุทยานแห่งชาติมีความตั้งใจที่ดีที่จะบริการนักท่องเที่ยวให้ดีที่สุดภายใต้ข้อจำกัดของที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และกฎระเบียบราชการ กลุ่มส่วนใหญ่ยังคงมีความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงและพัฒนาด้านการบริการและการจัดการ จึงน่าจะพิจารณาความเป็นไปได้ในการให้เอกชนเข้ามาดำเนินการในบริการบางอย่างโดยมีอุทยานแห่งชาติเป็นผู้ควบคุมแต่ทั้งนี้ต้องมีการจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในขั้นตอนในการคัดเลือกและควบคุมผู้ให้บริการ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติตระกูลในเชิงนิเวศนั้นพบว่า จำเป็นที่จะต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย เช่น กรมป่าไม้ กรมเจ้าท่า กรมศิลปากร กรมประมง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว หน่วยงานระดับจังหวัด และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ฯลฯ ดังนั้นอุทยานแห่งชาติควรปรับเปลี่ยนบทบาทไปเป็นผู้ประสานงานที่สร้างความร่วมมือของกลุ่มบุคคลดังกล่าว และควรพิจารณาความเป็นไปได้ในการให้เอกชนเข้ามาให้บริการบางอย่างแก่นักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ แต่ทั้งนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่อุทยานแห่งชาติจะต้องกำกับดูแลอย่างเข้มงวด เพื่อมิให้เอกชนดำเนินธุรกิจในทางที่มุ่งแสวงหา

ถ้าไรจนขัดแย้งกับวัตถุประสงค์หลักของอุทยาน คือ การอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม คำสำคัญ : การพัฒนาการท่องเที่ยว, อุทยานแห่งชาติตะรุเตา

ประเสริฐ (2552) รายงานวิจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากททท. ในปี 2549 พบว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ร้อยละ 69.6 รองลงมา คือ เพื่อติดต่อธุรกิจ ร้อยละ 14.8 โดยกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 76.7 จะพักในโรงแรมในระหว่างอยู่ในกรุงเทพฯ จังหวัด หรือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ นิยมไปเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 84.0)ตามด้วยภูเก็ต (ร้อยละ 3.8) และ พัทยา (ร้อยละ 3.6) เมื่อท่องเที่ยวอยู่ในกรุงเทพฯ สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นึกถึงและประทับใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ อาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 13.4) แหล่งช้อปปิ้ง (ร้อยละ 11.9) ประทับใจคนไทย (ร้อยละ 9.8) และประทับใจในความมีมิตรไมตรีที่ได้รับ (ร้อยละ 7.2)

ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์ (2547) สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในหัวข้อ พฤติกรรม และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อกรุงเทพมหานคร (ครั้งที่ 2) ได้สำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศท่าอากาศยานกรุงเทพ(ดอนเมือง) โดยร้อยละ 49.4 มาจากทวีปเอเชีย ร้อยละ 30.0 มาจากทวีปยุโรป ร้อยละ 7.0 จากทวีปอเมริกา ร้อยละ 5.0 จากทวีปโอเชียเนีย และอื่น ๆ ร้อยละ 8.6ในด้านข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจครั้งนี้ พบว่านักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คือร้อยละ 63.3 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 36.7 โดยอายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 25-34 ปี กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุซึ่งมีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 9.7 โดยทั้งนี้ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ปริญญาตรีหรือสูงกว่า (ร้อยละ 84.8) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 37.2) เดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้เป็นครั้งแรก ร้อยละ 36.0 มาประเทศไทยแล้วมากกว่า 3 ครั้ง โดยร้อยละ 27.1ทราบข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยโดยการบอกต่อจากเพื่อน/ญาติ รองลงมา ร้อยละ 17.2 ทราบจากบริษัทท่องเที่ยว นิตยสาร ร้อยละ 10.8และโทรทัศน์ ร้อยละ 10.7 วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ร้อยละ 60.9 รองลงมา คือ ติดต่อธุรกิจ ร้อยละ 21.7 โดยกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 74.1 จะพักโรงแรมในระหว่างที่อยู่ใน กรุงเทพฯ จังหวัด หรือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ นิยมไปเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 82.7) ตามด้วยพัทยา (ร้อยละ 13.5)และ ภูเก็ต (ร้อยละ 3.8) เมื่อสอบถามความคาดหวังในการเดินทางมากรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวร้อยละ 38.9 ให้ความเห็นว่า เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ก่อนที่จะเดินทางมากรุงเทพฯ อีกร้อยละ 30.0 ระบุว่า ดีกว่าที่คาดหวังไว้มาก และอีกร้อยละ 26.6 ระบุว่า ดีกว่าที่คาดหวังไว้ โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 69.3 มีความพึงพอใจต่อการมากรุงเทพมหานคร ร้อยละ 28.5 มีความพึงพอใจมาก แต่ยังคงมีนักท่องเที่ยวที่ไม่พึงพอใจอยู่ ร้อยละ

2.2 เมื่อท่องเที่ยวอยู่ในกรุงเทพฯ สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ นึกถึงและประทับใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ อาหาร และเครื่องดื่ม (ร้อยละ 15.2) ประทับใจคนไทย (ร้อยละ 11.8) และประทับใจในความมีมิตรไมตรี (ร้อยละ 11.1) โดย 3 อันดับแรกของสิ่งที่ไม่ประทับใจมากที่สุด คือ การจราจรติดขัด (ร้อยละ 18.1) มลภาวะ (ร้อยละ 5.8) และปัญหาความสกปรก (ร้อยละ 5.6) เมื่อการมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครนี้ มีทั้งสิ่งที่ประทับใจ และไม่ประทับใจ แต่นักท่องเที่ยว ร้อยละ 88.6 ก็นับว่า จะมาเที่ยวกรุงเทพฯ อีกในอนาคต และร้อยละ 89.6 จะแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวกรุงเทพฯ อีกด้วย มีเพียงร้อยละ 1.2 เท่านั้นที่บอก จะไม่มากรุงเทพฯ อีกและเพียงร้อยละ 2.9 ที่จะไม่แนะนำให้ผู้อื่นมาเที่ยวกรุงเทพฯ

กัมปนาท ผุดม่อง (2549) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุยซึ่งมีการศึกษาใน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านห้องพักและสิ่งแวดล้อม ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัย ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ และด้านความเหมาะสมของราคาและบริการ พบว่า ผลรวมของการศึกษาอยู่ในระดับความพอใจทุกด้านและในแต่ละด้านก็ยังมีการระดับความพึงพอใจของหัวข้อย่อยที่ทำการศึกษาที่อยู่ในระดับพึงพอใจมาก เช่น ด้านพนักงานในหัวข้อมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและความสุภาพ อ่อนโยน แต่ในบางด้าน เช่น ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัย ในหัวข้อ ทางหนีไฟฉุกเฉินก็อยู่ในระดับที่ไม่พึงพอใจ ซึ่งทุกด้านที่ทำการศึกษานี้ จะสามารถเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในโรงแรมของเกาะสมุยต่อไป

นันทรัตน์ นามบุรี (2549) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชอบเดินทางโดยลำพัง นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ชอบท่องเที่ยวแบบ eco tourism โดยแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวคือ ความปลอดภัย

นันทพร กิจกำจร (2551) ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี มาจากทวีปยุโรป มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท นับถือศาสนาคริสต์ มีรายได้เฉลี่ยต่อปีที่ต่ำกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐหรือ ประมาณ 620,000 บาทต่อปี มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรมครั้งแรก นิยมห้องเตียงใหญ่ 6 ฟุต (Double bed) ที่เหมาะสมเข้าพักเป็นคู่หรือเดี่ยวก็ได้ นิยมโรงแรมที่อยู่ใกล้ชายหาด นิยมเข้าพักนาน 8-14 วันต่อครั้ง เข้าพักเพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยว เดินทางมาภูเก็ตโดยเครื่องบินตรงจากต่างประเทศ เดินทางมาเข้าพักที่โรงแรมโดยตรงแต่ก็มีมากกว่าครึ่งของโรงแรมโดยตรง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก

โรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการตัดสินใจเข้าพักที่พบในงานวิจัยนี้คือสภาพแวดล้อมทางการตลาด อันได้แก่การทำการตลาด การวางแผนการตลาด โดยการนำส่วนผสมการตลาด (7 P's: Product Price Place Promotion Personal Physical evidence Process) มาจัดให้เหมาะสม เพื่อเป็นสิ่งเร้าภายนอกที่กระตุ้นให้เกิด ความต้องการ แสวงหาข้อมูล ประเมินทางเลือก และตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในที่สุด ซึ่งส่วนผสมการตลาดในธุรกิจโรงแรม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) บุคคล (Personal) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) กระบวนการ (Process) ซึ่งทั้งหมดนี้ถือเป็นกุญแจสำคัญที่ผู้บริหารในธุรกิจโรงแรมควรจะต้องให้ความสำคัญ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมให้เหมาะสม ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมการเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นำไปสู่การสร้างความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการนั้นๆ จนกระทั่งไปสู่การสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Royalty) ให้เกิดขึ้นในจิตใจของลูกค้า นั่นคือการทำธุรกิจให้มียอดขาย ผลกำไร และส่วนการตลาด ที่เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน ข้อเสนอแนะที่ได้จากศึกษา คือ ทางโรงแรมในเขตเทศบาลตำบลป่าตอง ควรให้ความสำคัญเพิ่มเติมในกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM Strategy: Customer Relationship Management Strategy) และกลยุทธ์การบริหารคุณภาพรวม (TQM Strategy: Total Quality Management Strategy) โดยกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ คือสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงแรมและลูกค้าของโรงแรม มีการทำการตลาดให้เหมาะสม ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยมีการบริหารจัดการระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้ามาสนับสนุน ส่วนกลยุทธ์การบริหารคุณภาพรวม คือการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้ดีขึ้นในทุกๆ ส่วน ทุกๆ แผนกของโรงแรม รวมถึงการวัดระดับความพึงพอใจในสินค้าและบริการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นระยะๆ ซึ่งทั้งสองกลยุทธ์นี้มีส่วนอย่างมากต่อความพึงพอใจ ความประทับใจ เกิดขึ้นในใจของลูกค้า สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงแรมและลูกค้า สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีแก่โรงแรม สามารถรักษาลูกค้าเก่าให้กับมาใช้สินค้าและบริการของโรงแรมอีกครั้ง สามารถเพิ่มลูกค้าใหม่จากการบอกเล่าและแนะนำจากลูกค้าเก่าได้ ทั้งหมดนี้นำไปสู่การสร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นในจิตใจของลูกค้า ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจมียอดขาย ผลกำไร และส่วนการตลาด ที่เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน ได้ งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพียงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมในเขตเทศบาลตำบลป่าตอง อำเภอกะเหรี่ยง จังหวัดภูเก็ต

พนิดา อุตินิรมาน (2550) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมมากที่สุดและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม ที่พักอาศัย ร้านอาหาร แหล่งบันเทิง

และร้านขายของที่ระลึก นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยในระดับดีต่อจังหวัด เชียงใหม่ ปัญหาที่พบคือพนักงานไม่สามารถพูดภาษาญี่ปุ่นได้และมลพิษในเชียงใหม่

เยาวภา จันทรสาร(2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับตลาดหนองมนพบว่า นักท่องเที่ยวมีพึงพอใจในระดับสูงเกี่ยวกับความหลากหลายของ สินค้าและจัดแพคเกจราคาให้สามารถเลือกสินค้าและอาหารได้ตามคุณภาพ

บงกช อุทธิชัยนุวัฒน์ (2544) พบว่าภาพพจน์ของประเทศไทยดีในด้านวัฒนธรรม ธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ ภาพพจน์ไม่ดีในด้าน มลภาวะเป็นพิษ โสเภณี ทรัพยากรการท่องเที่ยวถูกทำลาย

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (2544) สำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครผลการสำรวจ จากการพิจารณาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57) และรองลงมาเป็นเพศชาย (ร้อยละ 43) ส่วนอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20-24 ปี (ร้อยละ 43) รองลงมาอยู่ระหว่าง 25-44 ปี (ร้อยละ 27) อายุ 45 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 18) และอายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 12) ตามลำดับ สำหรับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างเอกชน (ร้อยละ 35) รองลงมามีอาชีพแม่บ้านและนักศึกษา (ร้อยละ 23) และว่างงาน (ร้อยละ 22) ราชการและรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 13) และประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 5) ตามลำดับ ในด้านการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ ปวส. / อนุปริญญา (ร้อยละ 43) รองลงมาคือ ปริญญาตรีขึ้นไป (ร้อยละ 26) มัธยม / ปวช. (ร้อยละ 19) และต่ำกว่ามัธยมศึกษา (ร้อยละ 12) ตามลำดับ ข้อค้นพบที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

ก. คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่อยากให้นักยุโรปมาเที่ยวเมืองไทยมากที่สุด (ร้อยละ 41) รองลงมาคือ คนอเมริกัน (ร้อยละ 22) และคนญี่ปุ่น (ร้อยละ 21) ตามลำดับ โดยที่คนกรุงเทพฯ ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป อยากให้นักยุโรปมาเที่ยวเมืองไทยมากที่สุด ในขณะที่วัยรุ่นหรือผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นที่แตกต่าง คือ อยากให้นักญี่ปุ่นมาเที่ยวเมืองไทยมากกว่าชาติอื่น

ข. คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ต้องการไปเที่ยวเมืองและประเทศต่าง ๆ ในต่างประเทศ อันดับสูงสุด คือ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น รองลงมาคือ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ชิดนีส์ ประเทศ ออสเตรเลีย และกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ตามลำดับ ในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่คนไทยต้องการไปเที่ยวมากที่สุด อันดับแรก คือ ภูเก็ต รองลงมา คือ เชียงใหม่ และกระบี่ ตามลำดับ

ค. ความคิดเห็นของคนกรุงเทพฯ เกี่ยวกับการเปิดคาสิโนเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ คิดว่าการเปิดคาสิโนจะไม่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวไทยมากขึ้น (ร้อยละ

ละ 56) ส่วนที่เห็นว่าจะส่งเสริมกิจกรรมดังกล่าว มีจำนวนน้อยกว่า คือ ร้อยละ 31 และ ที่ไม่แน่ใจมีเพียงร้อยละ 13 เท่านั้น โดยที่คนกรุงเทพไม่ว่าจะเป็นเพศ วัย ระดับการศึกษา และอาชีพใดก็ตาม ต่างเห็นสอดคล้องกันว่าไม่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวไทยมากขึ้น

ธุรกิจบัณฑิตยโพลล์: ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทั่วโลก ที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย (2550) นักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 76 ไม่มีความกลัวต่อการก่อการร้ายในระหว่างที่การเดินทางท่องเที่ยว และเมื่อพิจารณาจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยว พบว่ามีนักท่องเที่ยวจากทวีปต่าง ๆ ที่ไม่กลัวต่อการก่อการร้ายในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวมีดังนี้ ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 67 ทวีปยุโรป ร้อยละ 81 ทวีปอเมริกาเหนือ ร้อยละ 84 ทวีปเอเชีย ร้อยละ 65 และทวีปแอฟริกา ร้อยละ 100 ภายหลังที่นักท่องเที่ยวดังกล่าวได้พำนักในเมืองไทยแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 68 ไม่คิดว่าประเทศไทยจะเป็นเป้าหมายของการก่อวินาศกรรมของผู้ก่อการร้าย เมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวจากทวีปออสเตรเลีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกาเหนือ ทวีปเอเชีย และทวีปแอฟริกา ถึงร้อยละ 56 67 78 67 และ 100 ตามลำดับ ที่ไม่คิดว่าประเทศไทยจะเป็นเป้าหมายการก่อวินาศกรรม โดยเหตุผลสำคัญที่ชาวต่างชาติตอบว่าไม่คิดเช่นนั้นก็เพราะประเทศไทยเป็นประเทศที่นับถือศาสนาพุทธ และเป็นประเทศที่สงบ ไม่มีข้อขัดแย้งทางศาสนา ส่วนเหตุผลที่นักท่องเที่ยวส่วนน้อยคิดว่าจะเกิดการก่อการร้ายขึ้นนั้นก็เพราะ มีนักท่องเที่ยวมาจากหลากหลายประเทศโดยเฉพาะจากประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศมุสลิม นอกจากนี้ยังให้เหตุผลว่าการก่อการร้ายยังสามารถเกิดขึ้นได้ทุกแห่งในโลกโดยไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นในเฉพาะประเทศไทยประเทศหนึ่งเท่านั้น.

กัญญาพร จิตต์จำนง (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชายมีมากกว่านักท่องเที่ยวหญิงและเดินทางโดยลำพัง สาเหตุหลักของการท่องเที่ยวคือพักผ่อน นักท่องเที่ยวส่วนมากมีอายุเฉลี่ย ระหว่าง 25-34 ปี นักท่องเที่ยวต่างชาติเสนอแนะให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มีมาตรฐานสากล เช่น ส่งเสริมพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ มีช่องทางเผยแพร่การท่องเที่ยวมากขึ้น

รุ่งกาญจน์ สว่างกาญจน์ (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่มีต่อ วัตถุประสงค์ จังหวัดอ่างทอง พบว่า 1. การไปไหว้พระนักท่องเที่ยวคำนึงถึงค่าใช้จ่าย การเดินทางด้วยรถส่วนตัวซึ่งสะดวกกว่า นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลจากเพื่อนและญาติ กิจกรรมที่ส่งเสริมให้ไปท่องเที่ยวคือ การแข่งเรือ ระยะทางไม่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทาง 2.

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูง ในด้าน ที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และพึงพอใจในระดับกลางต่อ ร้านค้า การบริการของเจ้าหน้าที่

งานวิจัยต่างประเทศ

Cristian Hofmann et al (2546) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่มีบริการด้านข้อมูลข่าวสารในเยอรมันโดยมัลลเทศก์ไทย พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและความคาดหวังในการเป็นพุทธศาสนิกชนในระดับสูงและวัฒนธรรมไทยในระดับปานกลางแต่โดยสรุปแล้วพึงพอใจระดับสูงทั้ง 2 ประเภท อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่ำต่อข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะไทยซึ่งพบในระดับพึงพอใจปานกลางในขณะที่ส่วนใหญ่แล้วคาดหวังสูงเกี่ยวกับความสามารถทางภาษาของมัลลเทศก์ที่พบความพึงพอใจในระดับสูง

Dong Wan Ko and W.P.Stewart (2546) พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นได้รับผลกระทบทั้งด้านบวกและลบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งต่างๆให้เกิดประโยชน์สูงสุด

Sharpley Richard (2549) พบว่า คุณภาพของที่พัก เป็นปัจจัยสำคัญต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว สืบเนื่องจาก เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เป็นอุตสาหกรรมบริการระดับสากล เป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว

Chinese National Tourism Administration (2552) รายงานว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจสูงสุดต่อการบริการด้านกีฬา รองลงมาคือ การขนส่ง ความบันเทิง อาหาร ที่พัก การซื้อของและบริษัทท่องเที่ยว

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งสำรวจและศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในระหว่างการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือน มีนาคม ถึงเดือนมิถุนายน 2553 ณ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนี้คือ

- วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือวัดพระแก้ว
- วัดอรุณราชวราราม หรือวัดแจ้ง
- เกาะรัตนโกสินทร์
- ถนนข้าวสาร
- สีลม
- ศูนย์การค้ามาบุญครอง
- ตลาดนัดจตุจักร
- ตลาดน้ำตลิ่งชัน

(หมายเหตุ เกิดความขัดแย้งทางการเมือง ทำให้การเก็บข้อมูลต้องล่าช้า)

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในปี พุทธศักราช 2553 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและบังเอิญ มีรายละเอียดดังนี้คือ

	แบบสำรวจความคิดเห็น	แบบสำรวจความพึงพอใจ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	350	350
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	350	350
รวมทั้งสิ้น	700	700

การพัฒนาเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม 2 ชุด ได้แก่

1. แบบสอบถามความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการในกรุงเทพมหานคร
2. แบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ได้พัฒนาและสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนดังนี้คือ

1. ศึกษาทฤษฎี โมเดลและทฤษฎีความพึงพอใจของ Herzberg เพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารคู่มือการสร้างแบบสอบถามต่างๆ ตลอดจนงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

4. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยยึดถือวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเป็นหลัก

5. พิจารณาความเหมาะสม สำนวนภาษา และตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อความในแบบสอบถามและนำไปปรับปรุงแก้ไข โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทาง และ ความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

6. นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับนักศึกษา เพื่อสอบถามความเข้าใจของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม

7. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับเนื้อหา สำนวนภาษา และความเข้าใจอีกครั้งหนึ่ง แล้วจึงนำไปใช้เป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลต่อไป

แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยต่างๆต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้คือ

- | | |
|------------------------------------|-------|
| 1. ข้อมูลส่วนบุคคล | 6 ข้อ |
| 2. ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว | 9 ข้อ |
| 3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ | |
| * ปัจจัยด้านที่พัก | 7 ข้อ |
| * ปัจจัยด้านอาหาร | 6 ข้อ |
| * ปัจจัยด้านการบริการ | 7 ข้อ |
| * ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว | 4 ข้อ |
| * ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม | 3 ข้อ |

แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 1992) ดังนี้คือ

- | | |
|-------------------|---|
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 5 |
| เห็นด้วย | 4 |
| ปานกลาง | 3 |
| เห็นด้วยน้อย | 2 |
| ไม่เห็นด้วย | 1 |

ค่าเฉลี่ย

4.51-5.00

ระดับความคิดเห็น

เห็นด้วยอย่างมาก

3.51-4.50	เห็นด้วย
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	เห็นด้วยน้อย
1.00-1.50	ไม่เห็นด้วย

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด โดย Cronbach's Alpha พบว่า

* ปัจจัยด้านที่พัก	0.80
* ปัจจัยด้านอาหาร	0.60
* ปัจจัยด้านการบริการ	0.86
* ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	0.85
* ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	0.88

แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยต่างๆต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้คือ

1. ข้อมูลส่วนบุคคล	6 ข้อ
2. ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	9 ข้อ
3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ	
* ปัจจัยด้านที่พัก	7 ข้อ
* ปัจจัยด้านอาหาร	6 ข้อ
* ปัจจัยด้านการบริการ	7 ข้อ
* ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	4 ข้อ
* ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	3 ข้อ

แบ่งระดับความพึงพอใจ เป็น 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาดม 1992) ดังนี้คือ

พึงพอใจอย่างสูง	5
พึงพอใจ	4
ปานกลาง	3
พึงพอใจน้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

ค่าเฉลี่ย

ระดับความพึงพอใจ

4.51-5.00	พึงพอใจอย่างสูง
3.51-4.50	พึงพอใจ
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	พึงพอใจน้อย
1.00-1.50	ไม่พึงพอใจ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 30 ชุด โดย Crombach's Alpha พบว่า

ปัจจัยด้านที่พัก	0.80
ปัจจัยด้านอาหาร	0.62
ปัจจัยด้านบริการ	0.86
ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	0.85
ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	0.88

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการตรวจแบบสอบถามทุกฉบับ เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง

การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดิบ โดยค่าสถิติ ดังนี้คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ (Statistical Package for the Social Sciences) ช่วยในการวิเคราะห์

บทที่ 4

วิเคราะห์ข้อมูล

ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1. ข้อมูลส่วนตัว

ตารางที่ 4.1 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	153	43.7
หญิง	197	56.3
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งเป็นชายได้ ร้อยละ 43.7 และ เป็นหญิง ร้อยละ 56.3

ตารางที่ 4.2. แสดงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย

อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	110	31.4
21-30 ปี	150	42.9
31-40 ปี	50	14.3
41-50 ปี	27	7.7
51-60 ปี	6	1.7
มากกว่า 60 ปี	7	2.0
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีอายุเฉลี่ยสูงสุดระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 42.9 รองลงมาในช่วงอายุน้อยกว่า 21 ปี ร้อยละ 31.4 ตามด้วยช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 14.30

ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 7.7 อายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 2 และ ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงสถานะภาพของนักท่องเที่ยวยชาวไทย

สถานะภาพของนักท่องเที่ยวยชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
โสด	284	81.1
สมรส	53	15.1
หย่า/หม้าย	10	2.9
อื่น ๆ (โปรตระกูล)	3	.9
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นสถานะภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาพบว่า โสด มากที่สุด คือร้อยละ 81.1 รองลงมา คือสมรสแล้ว ร้อยละ 15.1 หย่า/หม้าย ร้อยละ 2.9 และ ไม่ระบุ ร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4. แสดงระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยชาวไทย

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	41	11.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย	86	24.6
อนุปริญญา	37	10.6
ปริญญาตรี	170	48.6
ปริญญาโท	13	3.7
ปริญญาเอก	3	.9
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นถึงระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คือร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 24.6 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 11.7 ระดับ อนุปริญญา ร้อยละ 10.6 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 3.7 และ ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดง อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย

อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
นักศึกษา	147	42.0
นักเรียน	7	2.0
รัฐวิสาหกิจ/รับจ้าง	36	10.3
เจ้าของธุรกิจ	19	5.4
พนักงานบริษัทเอกชน	103	29.4
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุ	15	4.3
ว่างงาน	1	.3
อื่นๆ	22	6.3
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพบว่า เป็นนักศึกษา มากที่สุด คือ ร้อยละ 42 รองลงมาคือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 29.4 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 10.3 ไม่ระบุอาชีพ ร้อยละ 6.3 เจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 5.4 เกษียณอายุ ร้อยละ 4.3 นักเรียน ร้อยละ 2 และว่างงาน ร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2. ข้อมูลด้านการเดินทาง

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนครั้งของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี

จำนวนครั้งของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี	ความถี่	ร้อยละ
ครั้งแรก	3	.9
1 ครั้ง	51	14.6
มากกว่า 1 ครั้ง	295	84.3
มากกว่า 3 ครั้ง	1	.3
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 1 ครั้ง/ปี มากที่สุด ร้อยละ 84.3 รองลงมาคือ 3 ครั้ง/ปี ร้อยละ 0.3 1 ครั้ง/ปี พบร้อยละ 14.6 และ เที่ยวครั้งแรก พบร้อยละ 0.9

ตารางที่ 4.7 แสดงเหตุผลที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยที่กลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เหตุผลที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	ความถี่	ร้อยละ
ความงดงามทางธรรมชาติ	87	17.09
สนใจเกี่ยวกับภูมิศาสตร์และความสะดวกสบายในการเดินทาง	105	20.63
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยม	170	33.40
ความหลากหลายของกิจกรรม	147	28.88
รวม	509	100.0

ตารางที่ 4.7 แสดงเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมมากที่สุดคือ ร้อยละ 33.40 รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม ร้อยละ 28.88 สนใจเกี่ยวกับภูมิศาสตร์และความสะดวกสบายในการเดินทาง ร้อยละ 20.63 และ ความงดงามทางธรรมชาติ ร้อยละ 17.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
วางแผนด้วยตนเอง	336	96.0
ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	14	4.0
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยวางแผนเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำนวน พบว่า ร้อยละ 96 วางแผนด้วยตนเอง ในขณะที่ร้อยละ 4 ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

ตารางที่4.9 แสดง ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
ตนเอง	39	11.1
เพื่อน	181	51.7
ครอบครัว/ญาติ	96	27.4
กรุ๊ปทัวร์	2	.6
เพื่อนร่วมงาน	24	6.9
แฟน	6	1.7
อื่น ๆ	2	.6
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่4.9 แสดงเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ เดินทางกับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 27.4 เดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 11.1 เดินทางกับเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 6.9 เดินทางกับแฟน ร้อยละ 1.7 เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ ร้อยละ 0.6 และ ด้วยเหตุผลอื่น ร้อยละ 0.6

ตารางที่4.10 แสดงวิธีติดต่อจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วิธีติดต่อจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
ติดต่อด้วยตนเอง	158	45.1
โทรศัพท์	75	21.4
อินเทอร์เน็ต	107	30.6
ตัวแทนจำหน่าย	10	2.9
รวม	350	100.0

ตารางที่4.10 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจองที่พัก หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด 45.1 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือติดต่อทางอินเทอร์เน็ต 30.6 เปอร์เซ็นต์ ทางโทรศัพท์ 21.4 เปอร์เซ็นต์ และ ทางตัวแทนจำหน่าย 2.9 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงวันเวลาของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

จำนวนวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
1 วัน	77	22.0
2 วัน	56	16.0
3 วัน	102	29.1
4 วัน	24	6.9
5-7 วัน	40	11.4
มากกว่า 8 วัน	6	1.8
ไม่ระบุจำนวนวัน เวลา	42	12.0
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3 วันมากที่สุด คือร้อยละ 29.1 รองลงมา ใช้เวลาวันเดียว ร้อยละ 22 ใช้เวลา 2 วัน ร้อยละ 16 ใช้เวลา 4 วัน ร้อยละ 6.9 ใช้เวลาระหว่าง 5- 7 วัน พบว่ามีร้อยละ 11.4 และมากกว่า 7 วัน พบร้อยละ 1.8 ตามลำดับ และไม่ตอบ ร้อยละ 12

ตารางที่ 4.12 แสดงแหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่าย	42	9.31
อินเทอร์เน็ต	199	44.12
สื่อ (หนังสือ สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ เป็นต้น)	138	30.61
วิทยุ โทรทัศน์	70	15.52
อื่นๆ	2	0.44
รวม	451	100.0

ตารางที่ 4.12 แสดงกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 350 คน หาข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ร้อยละ 44.1 หาข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ หาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ร้อยละ 30.61 วิทยุ โทรทัศน์ ร้อยละ 15.52 บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 9.31 และอื่นๆ ร้อยละ 0.44

ตารางที่ 4.13 แสดงปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยประสบระหว่างการท่องเที่ยว

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยประสบระหว่างการท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
สินค้าและบริการมีราคาแพง	207	23.52
ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน	101	11.48
มลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล	153	17.39
สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง	96	10.91
ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก	46	5.23
บริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ	63	7.16
สภาพอากาศที่แปรปรวน	106	12.05
พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของ บริเวณท่องเที่ยว	108	12.26
รวม	880	100.0

ตารางที่ 4.13 แสดงปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 350 คนประสบและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ปัญหาสินค้าและบริการมีราคาแพง มากที่สุดร้อยละ 23.52 รองลงมาคือ มลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล ร้อยละ 17.39 พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของ บริเวณท่องเที่ยว ร้อยละ 12.26 สภาพอากาศที่แปรปรวน ร้อยละ 12.05 ความไม่ปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน 11.48 สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง 10.91 บริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ 7.16 และ ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก 5.23

ตารางที่ 4.14 แสดงข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

ข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
ป้ายบอกทาง	167	13.85
ที่พัก	93	7.71
สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ	92	7.63
การขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า	129	10.70
สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	144	11.94
ความสะอาดและสาธารณสุข	183	15.17
อนุรักษ์ธรรมชาติ	145	12.02
ความปลอดภัย	163	13.52
การต้อนรับของคนท้องถิ่น	90	7.46
รวม	1,206	100.0

ตารางที่ 4.14 แสดงข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 350 คนและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ความสะอาดและ สาธารณะสุข ได้รับการเสนอแนะให้พัฒนามากที่สุดร้อยละ 15.17 รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง ร้อย ละ 13.85ความปลอดภัย 13.52 อนุรักษ์ธรรมชาติ 12.02 สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว 11.94 การ ขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า ร้อยละ 10.70 ที่พัก ร้อยละ 7.71 สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ร้อยละ 7.63 และการต้อนรับของคนท้องถิ่น ร้อยละ 7.46 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3.

ตารางที่ 4.15 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านที่พัก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านที่พัก	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความหลากหลายของที่พัก เช่น บ้านพักเยาวชน เกสท์เฮาส์	350	3.22	.948
2.ความสะอาดของที่พัก เช่น บริเวณที่จัดกิจกรรม สำหรับนักท่องเที่ยว	350	3.47	1.070
3.ความสะดวกในการเดินทาง	350	3.69	1.019
4.การบริการที่ดีของพนักงาน	350	3.63	1.026
5.พนักงานมีศักยภาพสูง	350	3.44	.987
6.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์	350	3.71	.948
7.ความปลอดภัย	350	3.70	1.150
รวมทั้งสิ้น	350	3.55	1.021

ตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านที่พัก ในระดับ เห็นด้วย ($\bar{X}=3.55$) เมื่อศึกษารายข้อพบว่า พบว่าสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ ($\bar{X}=3.71$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาคือความปลอดภัย ($\bar{X}=3.70$) ความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X}=3.69$) การบริการที่ดีของพนักงาน ($\bar{X}=3.63$) ความสะอาดของที่พัก เช่น บริเวณที่จัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.47$) พนักงานมีศักยภาพสูง ($\bar{X}=3.44$) และ ความหลากหลายของที่พัก เช่น บ้านพักเยาวชน เกสท์เฮาส์ ($\bar{X}=3.22$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัย ด้านอาหาร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัย ด้านอาหาร	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความหลากหลายด้านอาหาร อาหารจีน อาหารไทย อาหารมุสลิม อาหารมังสวิรัต	350	3.64	.921
2.ความหลากหลายของสถานบริการ อาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหารข้างถนน	350	3.67	.887
3.ความหลากหลายของประเภทอาหารจานด่วน, อาหารพื้นเมือง, อาหารตามสั่ง, อาหารชุด	350	3.75	.870
4.ความสะอาดและสุขลักษณะ	350	3.66	1.209
5.ราคาเหมาะสม	350	3.65	1.175
6.ความปลอดภัยของอาหาร			
ผลรวม	350	3.06	1.012

ตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยด้านอาหารในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.06$) แต่ศึกษาวิจัยพบว่า ความหลากหลายของประเภทอาหารจานด่วน, อาหารพื้นเมือง, อาหารตามสั่ง, อาหารชุด ได้รับความเห็นสูงสุด ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือ ความหลากหลายของสถานบริการ อาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหารข้างถนน ($\bar{X} = 3.67$) ความสะอาดและสุขลักษณะ ($\bar{X} = 3.66$) ราคาเหมาะสม ($\bar{X} = 3.65$) และ ความหลากหลายด้านอาหาร อาหารจีน อาหารไทย อาหารมุสลิม อาหารมังสวิรัต ($\bar{X} = 3.64$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านบริการ

แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านบริการ	N	$\bar{X}$	S.D
1.การสื่อสาร เช่น ไปรษณีย์, โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต	348	3.66	.970
2.การบริการของคนในท้องถิ่น เช่น ความมีอัธยาศัยไมตรี	350	3.65	.986
3.สถานที่พัก เช่น โรงแรม, เกสต์เฮ้าส์	350	3.60	.876
4.การคมนาคมขนส่งภายในท้องถิ่น	350	3.63	.920
5.การแลกเปลี่ยนเงินตรา	350	3.46	.938
6.การบริการข้อมูล เช่น ศูนย์ข้อมูล แผ่นพับ ป้ายบอกทาง	350	3.51	.995
7.การบริการทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ บริการฉุกเฉิน	350	3.59	1.085
ผลรวม	348	3.59	0.967

ตารางที่ 4.17 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบริการในระดับเห็นด้วย ($\bar{X}$ = 3.59) แต่เมื่อศึกษารายชื่อพบว่า การบริการด้านการสื่อสาร เช่น ไปรษณีย์, โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต ได้รับความเห็นสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.66) ตามด้วย การบริการของคนในท้องถิ่น เช่น ความมีอัธยาศัยไมตรี ($\bar{X}$ = 3.65) การคมนาคมขนส่ง ภายในท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 3.63) สถานที่พัก เช่น โรงแรม, เกสต์เฮ้าส์ ($\bar{X}$ = 3.60) การบริการทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ บริการฉุกเฉิน ($\bar{X}$ = 3.59) การบริการข้อมูล เช่น ศูนย์ข้อมูล แผ่นพับ ป้ายบอกทาง ($\bar{X}$ = 3.51) และ การแลกเปลี่ยนเงินตรา ($\bar{X}$ = 3.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน สวนสนุก พิพิธภัณฑ์	350	3.85	.900
2.ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สปา ตลาดนัด จตุจักร ไร่หว้าพระ ตลาดน้ำ	350	3.75	.911
3.พิธีสำคัญแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น	350	3.84	.954
4.ความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว	350	3.70	1.091
ผลรวม	350	3.79	0.964

ตารางที่ 4.18 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X}=3.79$) แต่เมื่อศึกษารายข้อ พบว่า ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ ได้รับความเห็นสูงสุด รองลงมาคือ 3.พิธีสำคัญแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น ($\bar{X}=3.84$) 2. ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สปา ตลาดนัดจตุจักร ไร่หว้าพระ ตลาดน้ำ ($\bar{X}=3.75$) และ ความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.70$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความมั่นคงทางการเมือง เช่น มีความสงบสุข มีความมั่นคงปลอดภัย	350	3.33	1.352
2.สถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าครองชีพ การดำรงชีวิต	350	3.36	1.193
3.มีรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	350	3.47	1.184
4.ความปลอดภัย	350	3.57	1.237
ผลรวม	350	3.43	1.242

ตารางที่ 4.19 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.43$) แต่เมื่อศึกษารายข้อพบว่า ความปลอดภัยได้รับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X}=3.57$) รองลงมาคือ มีรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ($\bar{X}=3.47$) สถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าครองชีพ การดำรงชีวิต ($\bar{X}=3.36$) และ ความมั่นคงทางการเมือง เช่น มีความสงบสุข มีความมั่นคง ปลอดภัย ($\bar{X}=3.33$) ตามลำดับ

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดูต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

ตารางที่ 4.20 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดู

เพศของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดู	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	191	54.5
หญิง	159	45.4
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งออกเป็นชาย ร้อยละ 54.6 และเป็นหญิง ร้อยละ 45.4

ตารางที่ 4.21 แสดงอายุของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดู

อายุของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดู	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	21	6.0
ระหว่าง 21-30 ปี	136	38.9
ระหว่าง 31-40 ปี	104	29.7
ระหว่าง 41-50 ปี	51	14.6
ระหว่าง 51-60 ปี	31	8.9
มากกว่า 60 ปี	7	2.0
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาพบว่า ร้อยละ 38.9 เป็นนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี รองลงมาคือ ร้อยละ 29.7 เป็นนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ตามมาด้วยร้อยละ 14.6 เป็นนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 8.9 เป็นนักท่องเที่ยวยุโรปที่มี

อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 6 เป็นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 21 ปี และ พบว่ามีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 2 เป็นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

ตารางที่ 4.22 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ความถี่	ร้อยละ
ชาวเอเชีย	92	26.3
ชาวตะวันตก	254	72.6
ชาวแอฟริกัน	4	1.1
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่างๆได้ดังนี้คือ ร้อยละ 72.6 เป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ร้อยละ 26.3 เป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย และ เพียงร้อยละ 1.1 เป็นนักท่องเที่ยวชาวแอฟริกัน

ตารางที่ 4.23 แสดง สถานภาพทางสังคมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สถานภาพทางสังคมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ความถี่	ร้อยละ
โสด	222	63.4
แต่งงาน	119	34.0
หย่าร้าง/หม้าย	8	2.3
ไม่ระบุ	1	.3
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นสถานภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างที่ศึกษานี้คือนักท่องเที่ยวร้อยละ 63.4 เป็นโสด ร้อยละ 34 แต่งงานแล้ว ร้อยละ 2.3 เป็นหม้ายหรือหย่าร้าง และร้อยละ 0.3 ไม่ระบุ

ตารางที่ 4.24 แสดงระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติ

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติ	ความถี่	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	1.4
มัธยมศึกษา	33	9.4
อนุปริญญา	58	16.6
ปริญญาตรี	153	43.7
ปริญญาโท	87	24.9
ปริญญาเอก	13	3.7
สูงกว่าปริญญาเอก	1	.3
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นระดับการศึกษาของเป็นนักท่องเที่ยวยุโรปกลุ่มตัวอย่างที่มีดังนี้คือ ร้อยละ 43.7 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 24.9 มีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 16.6 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ร้อยละ 9.4 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 3.7 การศึกษาระดับปริญญาเอก ร้อยละ 1.4 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และร้อยละ 0.3 มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาเอก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	ความถี่	ร้อยละ
นักศึกษา	60	17.1
ข้าราชการ	49	14.0
เจ้าของธุรกิจ	72	20.6
พนักงานบริษัท	130	37.3
แม่บ้าน	23	6.6
เกษียณ	1	.3
อาจารย์	12	3.5
ว่างงาน	2	.6
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอาชีพต่าง ๆ ดังนี้คือ ร้อยละ 37.3 เป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 20.6 เป็นเจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 17.1 เป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 14 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 6.6 เป็นแม่บ้าน ร้อยละ 3.5 เป็นอาจารย์ เป็นวัยเกษียณ ร้อยละ 0.3 และว่างงาน ร้อยละ 0

ตอนที่ 2

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนครั้งของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี

จำนวนครั้งของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี	ความถี่	ร้อยละ
ครั้งแรก	162	46.3
มากกว่า 1 ครั้ง	186	53.1
มากกว่า 3 ครั้ง	1	.3
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.26 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวเมืองไทยมากกว่าหนึ่งครั้ง ร้อยละ 99.7 ในขณะที่ร้อยละ 46.6 มาเที่ยวเมืองไทยครั้งแรก และ มากกว่า 3 ครั้ง ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.27 แสดงเหตุผลที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เหตุผลที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	ความถี่	ร้อยละ
ความงดงามทางธรรมชาติ	113	20.29
ความหลากหลายของกิจกรรม	168	30.16
เทศกาลต่าง ๆ และวัฒนธรรม	140	25.13
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยม	136	24.42
รวมทั้งสิ้น	557	100.0

ตารางที่ 4.27 แสดงเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำนวน 350 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพราะความหลากหลายของกิจกรรม ร้อยละ 30.16 รองลงมาคือ เทศกาลและวัฒนธรรม ร้อยละ 25.13 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยม ร้อยละ 24.42 และ ความงดงามทางธรรมชาติ ร้อยละ 20.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ความถี่	ร้อยละ
วางแผนด้วยตนเอง	272	77.7
ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	78	22.3
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.28 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีการจัดการเดินทางโดยใช้บริการบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 22.3 และ วางแผนการเดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 77.7

ตารางที่ 4.29 แสดง ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	ความถี่	ร้อยละ
ตนเอง	83	23.7
เพื่อน	134	38.3
ครอบครัว/ญาติ	103	29.4
บริษัททัวร์	13	3.7
เพื่อนร่วมงาน	11	3.1
แฟน	6	1.8
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.29 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครกับเพื่อนมากที่สุด คือ ร้อยละ 38.3 รองลงมา คือ เดินทางกับครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ 29.4 เดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 23.7 เดินทางกับบริษัททัวร์ ร้อยละ 3.7 เดินทางกับเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 3.1 เดินทางกับแฟน ร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงวิธีติดต่อจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

วิธีติดต่อจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
ติดต่อด้วยตนเอง	67	19.1
โทรศัพท์	20	5.7
อินเทอร์เน็ต	205	58.6
ตัวแทนจำหน่าย	58	16.6
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.30 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยวิธีติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ต มากที่สุด ร้อยละ 58.6 รองลงมาคือ ติดต่อด้วยตนเอง ร้อยละ 19.1 ติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 16.6 และ ติดต่อทางโทรศัพท์ ร้อยละ 5.7

ตารางที่4.31 แสดงวันเวลาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

วันเวลาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
1 วัน	19	5.4
2 วัน	26	7.4
3 วัน	56	16.0
4 วัน	26	7.4
5 วัน	38	10.9
6 วัน	6	1.6
7 วัน	34	9.6
มากกว่า 8 วัน	145	34.6
ไม่ระบุ	25	7.1
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่4.31 แสดงให้เห็นจำนวนวันเวลานักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานครพบว่า ส่วนมากนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลามากกว่า 8 วันในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 34.6 รองลงมา คือจำนวน 3วัน ร้อยละ 16 จำนวน 5 วัน ร้อยละ 10 จำนวน 7 วัน ร้อยละ 9.6 และ จำนวน 2 วัน ร้อยละ 7.4 เท่ากับ จำนวน 4 วัน ส่วนจำนวน 6 วัน ร้อยละ 1.6 และไม่ระบุวัน เวลา ร้อยละ 7.1

ตารางที่4.32 แสดงการหาแหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การหาแหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	ความถี่	ร้อยละ
บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่าย	75	14.55
อินเทอร์เน็ต	198	38.45
สื่อ (หนังสือ สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ เป็นต้น)	105	20.39
วิทยุ โทรทัศน์	11	2.14
เพื่อน	126	24.47
รวมทั้งสิ้น	515	100.0

ตารางที่ 4.32 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 350 คนเดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร โดยได้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า อินเทอร์เน็ต มากที่สุด ร้อยละ 38.45 รองลงมา คือ ได้ข้อมูลจากเพื่อน ร้อยละ 24.47 ได้จากสื่อ ร้อยละ 20.39 และได้ข้อมูลจากตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 14.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประสพระหว่างการท่องเที่ยว

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประสพระหว่างการท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
สินค้าและบริการมีราคาแพง	68	13.46
ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน	31	6.14
มลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล	123	24.36
ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก	80	15.84
สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง	62	12.27
บริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ	62	12.27
สภาพอากาศที่แปรปรวน	22	4.35
พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว	57	11.29
รวมทั้งสิ้น	505	100.0

ตารางที่ 4.33 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยประสบปัญหาด้านมลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล มากที่สุด ร้อยละ 24.36 รองลงมาคือ ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก ร้อยละ 15.84 ปัญหาสินค้าและบริการมีราคาแพง ร้อยละ 13.46 สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง และปัญหาด้านบริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ ร้อยละ 12.27 เท่ากัน พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว ร้อยละ

11.29 ความไม่ปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ร้อยละ 8.9 และ ปัญหาสภาพอากาศที่แปรปรวน ร้อยละ 4.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
ป้ายบอกทาง	90	16.76
ที่พัก	76	14.15
สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ	43	8
การขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า	93	17.32
สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	43	8
ความสะอาดและสาธารณสุข	73	13.60
อนุรักษ์ธรรมชาติ	60	11.17
ความปลอดภัย	42	7.82
การต้อนรับของคนท้องถิ่น	17	3.17
ผลรวม	537	100.0

ตารางที่ 4.34 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 350 คน เดินทางท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานครมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ควรจะพัฒนาการขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า มากที่สุด ร้อยละ 17.32 รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง ร้อยละ 16.76 ที่พัก ร้อยละ 14.15 ความสะอาดและสาธารณสุข ร้อยละ 13.60 อนุรักษ์ธรรมชาติ ร้อยละ 11.17 สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ร้อยละ 8 เท่ากับการพัฒนาด้าน สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย ร้อยละ 7.82 และ การต้อนรับของคนท้องถิ่น ร้อยละ 3.17 ตามลำดับ

ตอนที่ 3.

ตารางที่ 4.35 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านที่พัก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านที่พัก	N	$\bar{X}$	SD.
1.ความหลากหลายของที่พัก เช่น บ้านพักเยาวชน เกสต์เฮาส์	350	3.97	.790
2.ความสะอาดของที่พัก เช่น บริเวณที่จัดกิจกรรม สำหรับนักท่องเที่ยว	350	3.60	.850
3.ความสะดวกในการเดินทาง	350	3.69	.899
4.การบริการที่ดีของพนักงาน	350	3.94	.811
5.พนักงานมีศักยภาพสูง	350	3.76	.829
6.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์	350	3.82	.931
7.ความปลอดภัย	350	3.75	1.008
รวมทั้งสิ้น	350	3.79	0.874

ตารางที่ 4.35 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.79$) แต่การศึกษารายข้อเรียงจากสูงไปต่ำได้ดังนี้คือ ด้านความหลากหลายของที่พัก ($\bar{x} = 3.97$) ด้านการบริการที่ดี ($\bar{X} = 3.94$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.82$) ด้าน ด้านคุณภาพของพนักงาน ($\bar{X} = 3.76$) ความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.75$) ด้านความสะดวกสบายในการคมนาคม ($\bar{X} = 3.69$) และ ด้าน ความสะอาด ความเป็นระเบียบของที่พักและแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัย ด้านอาหาร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัย ด้านอาหาร	N	$\bar{X}$	SD
1.ความหลากหลายด้านอาหาร อาหารจีน อาหารไทย อาหารมุสลิม อาหารมังสวิรัต	350	4.08	.823
2.ความหลากหลายของสถานบริการ อาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหารข้างถนน	348	4.08	.785
3.ความหลากหลายของประเภทอาหารจานด่วน, อาหารพื้นเมือง, อาหารตามสั่ง, อาหารชุด	350	4.04	.885
4.ความสะอาดและสุขลักษณะ	350	3.67	.907
5.ราคาเหมาะสม	350	4.02	.871
6.ความปลอดภัยของอาหาร	350	3.64	.997
ผลรวม	348	3.92	0.878

ตารางที่ 4.36 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอาหารในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X}=3.92$) และสามารถจำแนกรายด้านจากสูงไปต่ำที่สุดดังนี้คือ ด้านความหลากหลายของประเภทอาหาร และด้านความหลากหลายของร้านอาหาร เท่ากัน ($\bar{X}=4.08$) รองลงมาคือด้านชนิดอาหารให้นักท่องเที่ยวได้เลือก ($\bar{X}=4.04$) ด้านราคา ($\bar{X}=4.02$) ด้านความสะอาดและโภชนาการ ($\bar{X}=3.67$) และด้านความปลอดภัยของอาหาร ($\bar{X}=3.64$)

ตารางที่ 4.37 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านบริการ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านบริการ	N	$\bar{X}$	SD
1.การสื่อสาร เช่น ไปรษณีย์, โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต	350	3.68	.726
2.การบริการของคนในท้องถิ่น เช่น ความมีอัธยาศัยไมตรี	350	3.81	.751
3.สถานที่พัก เช่น โรงแรม, เกสต์เฮ้าส์	348	3.97	.794
4.การคมนาคมขนส่งภายในท้องถิ่น	350	3.81	.827
5.การแลกเปลี่ยนเงินตรา	350	3.84	.829
6.การบริการข้อมูล เช่น ศูนย์ข้อมูล แผ่นพับ ป้ายบอกทาง	350	3.71	.828
7.การบริการทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ บริการฉุกเฉิน	350	3.80	.896
ผลรวม	348	3.80	0.807

ตารางที่4.37 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X}=3.80$) และสามารถเรียงลำดับจากสูงไปต่ำสุดได้ดังนี้คือ บริการด้านที่พัก ($\bar{X}=3.97$) บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา ($\bar{X}=3.84$) บริการในชุมชน และบริการขนส่งและคมนาคม ($\bar{X}=3.81$) เท่ากัน บริการทางการแพทย์ ($\bar{X}=3.80$) บริการให้ข้อมูล ($\bar{X}=3.71$) และบริการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X}=3.68$)

ตารางที่ 4.38 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน สวนสนุก พิพิธภัณฑ์	350	4.05	.698
2.ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สปา ตลาดนัดจตุจักร ไหว้พระ ตลาดน้ำ	350	4.15	.703
3.พิธีสำคัญแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น	350	4.08	.783
4.ความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว	350	3.87	.824
ผลรวม	350	4.04	0.752

ตารางที่ 4.38 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.04$) และสามารถจำแนกรายด้านจากสูงไปต่ำสุดได้ดังนี้คือ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.15$) รองลงมาคือ ด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ($\bar{X}=4.08$) ด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.05$) และ ความปลอดภัย ($\bar{X}=3.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความมั่นคงทางการเมือง เช่น มีความสงบสุข มีความมั่นคงปลอดภัย	350	3.48	.966
2.สถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าครองชีพ การดำรงชีวิต	350	3.70	.892
3.มีรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	350	3.77	.847
4.ความปลอดภัย	350	3.79	.958
ผลรวม	350	3.69	0.916

ตารางที่ 4.39 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านบรรยากาศการท่องเที่ยวภาพรวมในระดับเห็นด้วย ($\bar{X}=3.69$) และสามารถเรียงลำดับจากสูงสุดไปต่ำสุดได้ดังนี้คือ ความปลอดภัย ($\bar{X}=3.79$) รองลงมาคือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.77$) เศรษฐกิจพื้นฐาน ($\bar{X}=3.70$) และ ความมั่นคงทางการเมือง ($\bar{X}=3.48$) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่1. ข้อมูลส่วนตัว

ตารางที่ 4.40 แสดงเพศนักท่องเที่ยวยุวชาวไทย

เพศนักท่องเที่ยวยุวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	143	40.9
หญิง	207	59.1
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่4.40 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างศึกษานักท่องเที่ยวยุวชาวไทยแบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 40.9 และ เพศหญิง ร้อยละ 59.1

ตารางที่4.41 แสดงอายุของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทย

อายุของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	83	23.7
21-30 ปี	176	50.3
31-40 ปี	61	17.4
41-50 ปี	28	8.0
51-60 ปี	1	.3
มากกว่า 60 ปี	1	.3
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่4.41 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างศึกษานักท่องเที่ยวยุวชาวไทยมีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 50.3 รองลงมา มีอายุน้อยกว่า 21 ปี ร้อยละ 23.7 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 17.4 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 8 อายุระหว่าง และ 51-60 ปี ร้อยละ 0.3 เท่ากับ อายุมากกว่า 60 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 แสดงสถานะภาพทางสังคมของนักท่องเที่ยวยุโรป

สถานะภาพทางสังคมของนักท่องเที่ยวยุโรป	ความถี่	ร้อยละ
โสด	272	77.7
สมรส	65	18.6
หย่า/หม้าย	13	3.7
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.42 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างศึกษานักท่องเที่ยวยุโรป เป็นโสด ร้อยละ 77.7 สมรสแล้ว ร้อยละ 18.6 เป็นหม้ายหรือหย่าร้าง ร้อยละ 3.7

ตารางที่ 4.43 แสดงระดับ การศึกษาของนักท่องเที่ยวยุโรป

ระดับ การศึกษาของนักท่องเที่ยวยุโรป	ความถี่	ร้อยละ
ประถม	2	.6
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	27	7.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย	78	22.3
ระดับปวส./อนุปริญญา	46	13.2
ปริญญาตรี	172	49.1
ปริญญาโท	20	5.7
ปริญญาเอก	5	1.4
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.43 แสดงให้เห็นระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวยุโรป พบว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 49.1 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 22.3 ระดับอนุปริญญา ร้อยละ 13.2 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 7.7 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 5.7 ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 1.4 และ ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย

อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
ค้าขาย	3	.9
พยาบาล	2	.6
นักศึกษา	118	33.7
รัฐวิสาหกิจ	40	11.4
เจ้าของธุรกิจ	18	5.1
พนักงานบริษัทเอกชน	138	39.4
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุ	22	6.3
รับราชการ	4	1.2
อื่น ๆ	5	1.5
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.44 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน 39.4 มีมากที่สุด รองลงมาคือ นักศึกษา 33.7 พนักงานรัฐวิสาหกิจ 11.4 กลุ่มเกษียณอายุ 6.3 เจ้าของธุรกิจ 5.1 รับราชการ 1.2 กลุ่มค้าขาย 0.9 พยาบาล 0.6 และอื่นๆ 1.5

ส่วนที่ 2. ข้อมูลด้านการเดินทาง

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนครั้งของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี

จำนวนครั้งของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี	ความถี่	ร้อยละ
ครั้งแรก	1	.3
1 ครั้ง	56	16.0
มากกว่า 1 ครั้ง	293	83.7
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.45 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากกว่า 3 ครั้งต่อปี มากที่สุด ร้อยละ 83.7 เดินทางท่องเที่ยวครั้งเดียวต่อปี ร้อยละ 16 และเดินทางท่องเที่ยวครั้งแรก ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.46 แสดงเหตุผลที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เหตุผลที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	ความถี่	ร้อยละ
ความงามทางธรรมชาติ	108	30.9
ความหลากหลายของกิจกรรม	141	40.3
สนใจเกี่ยวกับภูมิศาสตร์และความสะดวกสบายในการเดินทาง	98	28.0
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	158	45.1
รวมทั้งสิ้น	505	100.0

ตารางที่ 4.46 แสดงเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำนวน 350 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพราะ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ มากที่สุด ร้อยละ 45.1 รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม ร้อยละ 40.3 ความงามทางธรรมชาติ ร้อยละ 30.9 และ สนใจเกี่ยวกับภูมิศาสตร์และความสะดวกสบายในการเดินทาง ร้อยละ 28 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 แสดงการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
วางแผนด้วยตนเอง	322	92
ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	28	8
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.47 แสดงการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยว่า วางแผนด้วยตนเอง มากที่สุดร้อยละ 92 และใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
คนรู้จัก	7	2.1
ตนเอง	27	7.7
เพื่อน	157	44.9
ครอบครัว/ญาติ	134	38.3
กรุ๊ปทัวร์	7	2.0
เพื่อนร่วมงาน	18	5.1
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.48 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน มากที่สุด ร้อยละ 44.9 รองลงมา คือเดินทางกับ ครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ 38.3 เดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 7.7 เดินทางกับเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 5.1 เดินทางกับคนรู้จัก ร้อยละ 2.1 และเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ ร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 แสดงวิธีติดต่อจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วิธีติดต่อจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
ติดต่อด้วยตนเอง	170	48.6
โทรศัพท์	54	15.4
อินเทอร์เน็ต	111	31.7
ตัวแทนจำหน่าย	15	4.3
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.49 แสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมีวิธีจองที่พักหรือกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด คือ ร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ จองด้วยอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 31.7 จองทางโทรศัพท์ ร้อยละ 15.4 และ จองผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.50 แสดงวันเวลาของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

วันเวลาของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
ใช้เวลา 1 วัน	58	16.6
2	35	10.0
3	119	34.0
4	17	4.9
5	39	11.1
มากกว่า 6 วัน	48	13.8
ไม่ตอบ	34	9.7
รวมทั้งสิ้น	350	100.0

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนวันเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ขณะพักผ่อนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ใช้เวลา 3 วันมากที่สุด คือร้อยละ 34 รองลงมา คือ ใช้เวลา 1 วัน ร้อยละ 16.6 ใช้เวลา 5 วัน ร้อยละ 11.1 ใช้เวลา 2 วัน ร้อยละ 10 ใช้เวลามากกว่า 5 วัน ร้อยละ 13.8 และไม่ตอบ ร้อยละ 9.7

ตารางที่ 4.51 แสดงการหาแหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การหาแหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ความถี่	ร้อยละ
บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่าย	50	14.3
อินเทอร์เน็ต	205	58.6
สื่อ (หนังสือ บทความ นิตยสาร)	142	40.6
วิทยุ โทรทัศน์	71	20.3
เพื่อน	195	55.7
อื่นๆ	1	.3
รวมทั้งสิ้น	664	100.0

ตารางที่ 4.51 แสดงกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 350 คน หาข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ร้อยละ 58.6 นักท่องเที่ยวหาข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวหาข้อมูลจากเพื่อน ร้อยละ 55.7 สื่อ (หนังสือ บทความ นิตยสาร) ร้อยละ 40.6 วิทยุ โทรทัศน์ ร้อยละ 20.3 บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 14.3 และอื่นๆ ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.52 แสดงปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยประสพระหว่างการท่องเที่ยว

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยประสพระหว่างการท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
สินค้าและบริการมีราคาแพง	191	24.61
ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน	99	12.76
มลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล	110	14.18
สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง	92	11.86
ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก	49	6.31
บริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ	35	4.51
สภาพอากาศที่แปรปรวน	96	12.37
พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว	104	13.40
รวมทั้งสิ้น	776	100.0

ตารางที่ 4.52 แสดงปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 350 คนประสบและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวประสบปัญหา สินค้าและบริการมีราคาแพง มากที่สุด ร้อยละ 24.61 รองลงมาคือ ปัญหาด้านมลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล ร้อยละ 14.18 พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว ร้อยละ 13.40 ความไม่ปลอดภัยของชีวิตและ

ทรัพย์สิน ร้อยละ 12.76 สภาพอากาศที่แปรปรวน ร้อยละ 12.37สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง ร้อยละ 11.86 ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก ร้อยละ 6.31 และ บริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ ร้อยละ 4.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53 แสดงข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
ป้ายบอกทาง	149	13.57
ที่พัก	96	8.74
สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ	81	7.38
การขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า	101	9.20
สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	140	12.75
ความสะอาดและสาธารณสุข	186	16.94
อนุรักษ์ธรรมชาติ	135	12.30
ความปลอดภัย	143	13.02
การต้อนรับของคนท้องถิ่น	67	6.10
รวมทั้งสิ้น	1,098	100.0

ตารางที่ 4.53 แสดงข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 350 คนและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ต้องการเสนอแนะให้พัฒนาด้าน ความสะอาดและสาธารณสุข มากที่สุดร้อยละ 16.94 รองลงมา คือ ป้ายบอกทาง ร้อยละ 13.57 ความปลอดภัย ร้อยละ 13.02 สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 12.75 อนุรักษ์ธรรมชาติ ร้อยละ 12.30 การขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า ร้อยละ 9.20 ที่พัก ร้อยละ 8.74 สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ร้อยละ 7.38 และ การต้อนรับของคนท้องถิ่น ร้อยละ 6.10 ตามลำดับ

ส่วนที่3.

ตารางที่ 4.54 แสดงความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านที่พัก

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านที่พัก	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความหลากหลายของที่พัก เช่น บ้านพักเยาวชน เกสต์เฮ้าส์	350	3.20	.767
2.ความสะอาดของที่พัก เช่น บริเวณที่จัดกิจกรรม สำหรับนักท่องเที่ยว	350	3.19	.841
3.ความสะดวกในการเดินทาง	350	3.39	.885
4.การบริการที่ดีของพนักงาน	350	3.38	.830
5.พนักงานมีศักยภาพสูง	350	3.27	.832
6.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์	350	3.52	.920
7.ความปลอดภัย	350	3.30	.881
รวมทั้งสิ้น	350	3.32	0.851

ตารางที่5.54 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.32$) แต่เมื่อศึกษารายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ ($\bar{X}=3.52$) ความสะดวกในการเดินทาง($\bar{X}= 3.39$) การบริการที่ดีของพนักงาน 3.38 ความปลอดภัย($\bar{X}= 3.30$) พนักงานมีศักยภาพสูง ($\bar{X}=3.27$) ความหลากหลายของที่พัก เช่น บ้านพักเยาวชน เกสต์เฮ้าส์($\bar{X}= 3.20$) ความสะอาดของที่พัก เช่น บริเวณที่จัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.19$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.55 แสดงความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้าน ด้านอาหาร

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านอาหาร	N	$\bar{X}$	S.D
1.ความหลากหลายด้านอาหาร อาหารจีน อาหารไทย อาหารมุสลิม อาหารมังสวิรัต	350	3.51	.885
2.ความหลากหลายของสถานบริการ อาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหารข้างถนน	350	3.53	.810
3.ความหลากหลายของประเภทอาหารจานด่วน, อาหารพื้นเมือง, อาหารตามสั่ง, อาหารชุด	350	3.62	.817
4.ความสะอาดและสุขลักษณะ	350	3.17	.922
5.ราคาเหมาะสม	350	3.16	.936
6.ความปลอดภัยของอาหาร	350	3.50	.880
รวมทั้งสิ้น	350	3.41	.875

ตารางที่ 4.55 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านอาหารในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.41$) แต่เมื่อศึกษารายชื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ ความหลากหลายของประเภทอาหารจานด่วน, อาหารพื้นเมือง, อาหารตามสั่ง, อาหารชุด ($\bar{X}=3.62$) ความหลากหลายของสถานบริการ อาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหารข้างถนน ($\bar{X}=3.53$) ความหลากหลายด้านอาหาร อาหารจีน อาหารไทย อาหารมุสลิม อาหารมังสวิรัต ($\bar{X}=3.51$) ความปลอดภัยของอาหาร ($\bar{X}=3.50$) ความสะอาดและสุขลักษณะ ($\bar{X}=3.17$) ราคาเหมาะสม ($\bar{X}=3.16$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.56 แสดงความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบริการ

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบริการ	N	$\bar{X}$	S.D
1.การสื่อสาร เช่น ไปรษณีย์, โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต	350	3.37	.866
2.การบริการของคนในท้องถิ่น เช่น ความมีอัธยาศัยไมตรี	350	3.36	.802
3.สถานที่พัก เช่น โรงแรม, เกสต์เฮาส์	350	3.45	.784
4.การคมนาคมขนส่งภายในท้องถิ่น	350	3.39	.824
5.การแลกเปลี่ยนเงินตรา	350	3.25	.850
6.การบริการข้อมูล เช่น ศูนย์ข้อมูล แผ่นพับ ป้ายบอกทาง	350	3.26	.907
7.การบริการทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ บริการฉุกเฉิน	350	3.17	.975
รวมทั้งสิ้น	350	3.32	0.858

ตารางที่ 4.56 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.32$) แต่เมื่อศึกษารายชื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ สถานที่พัก เช่น โรงแรม, เกสต์เฮาส์ ($\bar{X}=3.45$) ตามด้วย การคมนาคมขนส่งภายในท้องถิ่น ($\bar{X}=3.39$) การบริการของคนในท้องถิ่น เช่น ความมีอัธยาศัยไมตรี ($\bar{X}=3.36$) การบริการข้อมูล เช่น ศูนย์ข้อมูล แผ่นพับ ป้ายบอกทาง ($\bar{X}=3.26$) การแลกเปลี่ยนเงินตรา ($\bar{X}=3.25$) และ การบริการทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ บริการฉุกเฉิน ($\bar{X}=3.17$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.57 แสดงความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	N	$\bar{X}$	S.D
1.ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน สวนสนุก พิพิธภัณฑ์	350	3.65	.825
2.ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สปา ตลาดนัด จตุจักร ไร่พระ ตลาดน้ำ	350	3.73	.787
3.พิธีสำคัญแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น	350	3.79	.860
4.ความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว	350	3.25	.938
รวมทั้งสิ้น	350	3.61	0.853

ตารางที่ 4.57 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับพึงพอใจ ($\bar{X}=3.61$) แต่เมื่อศึกษารายชื่อ เรียงลำดับจากมาก ไปน้อย ได้ดังนี้คือ พิธีสำคัญแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น ($\bar{X}=3.79$) รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สปา ตลาดนัดจตุจักร ไร่พระ ตลาดน้ำ ($\bar{X}=3.73$) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ ($\bar{X}=3.65$) และ ความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.25$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.58 แสดงความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

ความความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	N	$\bar{X}$	S.D
1.ความมั่นคงทางการเมือง เช่น มีความสงบสุข มีความมั่นคงปลอดภัย	350	2.68	1.105
2.สถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าครองชีพ การดำรงชีวิต	350	2.84	.956
3.มีรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	350	3.19	.902
4.ความปลอดภัย	350	3.09	1.015
รวมทั้งสิ้น	350	2.95	0.995

ตารางที่ 4.58 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=2.95$) แต่เมื่อศึกษารายข้อ และเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ มีรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ($\bar{X}=3.19$) รองลงมา คือความปลอดภัย ($\bar{X}=3.09$) สถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าครองชีพ การดำรงชีวิต ($\bar{X}=2.84$) และ ความมั่นคงทางการเมือง เช่น มีความสงบสุข มีความมั่นคง ปลอดภัย ($\bar{X}=2.68$) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1.

ตารางที่ 4.59 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	175	50.0
หญิง	175	50.0
รวม	350	100.0

ตาราง 4.59 แสดงให้เห็นว่าการศึกษาค้นครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายร้อยละ 50 และเพศหญิง ร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 4.60 แสดงระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	31	8.9
21-30 ปี	134	38.3
31-40 ปี	108	30.9
41-50 ปี	53	15.1
51-60 ปี	20	5.7
มากกว่า 60 ปี	4	1.1
รวม	350	100.0

ตาราง 4.60 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีมากที่สุดคือ ร้อยละ 38.3 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 30.9 ส่วนนักท่องเที่ยวช่วงอายุระหว่าง 41-50 พบร้อยละ 15.1 นักท่องเที่ยวอายุน้อยกว่า 21 ปี พบร้อยละ 8.9 และนักท่องเที่ยวช่วงอายุมากกว่า 60 ปี พบน้อยที่สุดคือร้อยละ 1

ตารางที่ 4.61 แสดงระดับสัญชาติของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ระดับสัญชาติของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	จำนวน	ร้อยละ
เอเชีย	104	29.7
ตะวันตก	232	66.3
แอฟริกัน	14	4.0
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.61 รายงานว่า พบนักท่องเที่ยวตะวันตกมากที่สุดร้อยละ 66.3 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ร้อยละ 29.7 และนักท่องเที่ยวแอฟริกันพบน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 4

ตารางที่ 4.62 แสดงสถานะภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	215	61.4
แต่งงาน	129	36.9
หย่าร้าง/หม้าย	5	1.4
ไม่เปิดเผย	1	.3
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.62 พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากที่สุด ร้อยละ 61.4 เป็นโสด และ ร้อยละ 36.9 แต่งานแล้ว นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหม้าย หรือหย่าร้าง พบร้อยละ 1.4 ส่วนที่ไม่เปิดเผยพบร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.63 แสดงระดับการศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ระดับการศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	7	2.0
มัธยมศึกษา	38	10.9
อนุปริญญา	86	24.6
ปริญญาตรี	124	35.4
ปริญญาโท	78	22.3
ปริญญาเอก	13	3.7
สูงกว่าปริญญาเอก	4	1.1
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.63 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนมากมีระดับการศึกษاپริญญาตรี ร้อยละ 35.4 ระดับด้าอนุปริญญา พบร้อยละ 24.6 ระดับปริญญาโท พบร้อยละ 22.3 ระดับ มัธยมศึกษา พบร้อยละ 10.9 ระดับประถมศึกษาพบร้อยละ 2 ระดับปริญญาเอก พบร้อยละ 3.7 และสูงกว่าระดับปริญญาเอก ร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.64 แสดงระดับอาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ระดับอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	87	24.9
ข้าราชการ	50	14.3
เจ้าของธุรกิจ	89	25.4
รัฐวิสาหกิจ/บริษัท	94	26.9
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุ	12	3.4
ไม่ระบุ	4	1.1
ครูอาจารย์/นักวิชาการ	12	3.6
ไม่มีงานทำ	2	.6
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.64 รายงานเกี่ยวกับอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ร้อยละ 26.9 ทำงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัท ร้อยละ 25.4 เป็นเจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 24.9 เป็นนักเรียน นักศึกษา และร้อยละ 14.3 รับราชการ ส่วนผู้เกษียณอายุ พบร้อยละ 3.4 ผู้มีอาชีพครู-อาจารย์/นักวิชาการ พบร้อยละ 3.6 ไม่ระบุอาชีพ ร้อยละ 1.1 และผู้ไม่มีงานทำ พบร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลการเดินทาง

ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวนครั้งของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี

จำนวนครั้งของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	194	55.4
มากกว่า 1 ครั้ง	155	44.3
มากกว่า 3 ครั้ง	1	.3
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.65 รายงานจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกรุงเทพฯ พบว่า ร้อยละ 55.4 เพิ่งมาครั้งแรก ร้อยละ 44.3 มาเที่ยวกรุงเทพฯ มากกว่า หนึ่งครั้ง และ ร้อยละ 0.3 มาเที่ยวกรุงเทพฯ มากกว่า 3 ครั้ง

ตารางที่ 4.66 แสดงการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	จำนวน	ร้อยละ
วางแผนด้วยตนเอง	217	62.0
ผ่านบริษัททัวร์	131	37.4
ไม่ระบุ	2	.6
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.66 รายงานว่านักท่องเที่ยวที่มีการวางแผนการเดินทาง พบว่าร้อยละ 62 วางแผนการเดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 37.4 เดินทางโดยใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยว และ ร้อยละ 0.6 ไม่ระบุ

ตารางที่ 4.67 แสดง ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	57	16.3
เพื่อน	135	38.6
ครอบครัว/ญาติ	116	33.0
บริษัททัวร์	28	8.0
เพื่อนร่วมงาน	7	2.0
แฟน	7	2.1
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.67 ระบุว่าผู้ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน พบว่า ร้อยละ 38.6 เดินทางพร้อมกับเพื่อน ร้อยละ 33 เดินทางพร้อมกับครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ 16.3 เดินทางโดยลำพัง ร้อยละ 8 เดินทางมาบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 2 เดินทางมาผู้ร่วมงาน ร้อยละ 2.1 เดินทางมาแฟน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.68 แสดงวิธีติดต่อจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วิธีติดต่อจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ
ติดต่อด้วยตนเอง	49	14.0
โทรศัพท์	17	4.9
อินเทอร์เน็ต	226	64.6
ตัวแทนจำหน่าย	58	16.6
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.68 รายงานว่าวิธีการจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ร้อยละ 64.6 ทำการจองผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมา ร้อยละ 16.6 จองผ่านบริษัทท่องเที่ยว ขณะที่ ร้อยละ 14 จองด้วยตนเอง และร้อยละ 4.9 นักท่องเที่ยวจองทางโทรศัพท์

ตารางที่ 4.69 แสดงวันเวลาของนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

วันเวลาของนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 วัน	7	2.0
2 วัน	23	6.6
3 วัน	37	10.6
4 วัน	21	6.0
5 วัน	41	11.7
6 วัน	1	.3
7 วัน	36	10.3
มากกว่า 8 วัน	176	50.28
ไม่ระบุวันเวลา	8	2.3
รวม	350	100.0

ตารางที่ 4.69 รายงานจำนวนวันเวลาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลาพำนักรในกรุงเทพฯ พบว่า ส่วนมากใช้เวลามากกว่า 8 วัน ร้อยละ 50.28 รองลงมา ใช้เวลา 5 วัน ร้อยละ 11.7 ใช้เวลา 3 วัน

ร้อยละ 10.6 ใช้เวลา 7 วัน ร้อยละ 10.3 ใช้เวลา 2 วัน ร้อยละ 6.6 ใช้เวลา 1 วัน ร้อยละ 2 ใช้เวลา 6 วัน ร้อยละ 0.3 และไม่ระบุวันเวลา ร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4.70 แสดงหาข้อมูลจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ข้อมูลจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	ความถี่	ร้อยละ
บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่าย	125	21.04
อินเทอร์เน็ต	208	35
สื่อ (หนังสือ สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ เป็นต้น)	110	18.52
วิทยุ โทรทัศน์	25	4.20
เพื่อน	126	21.21
รวม	594	100.0

ตารางที่ 4.70 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 350 คนเดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร โดยได้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าได้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ร้อยละ 35 รองลงมา คือ ได้ข้อมูลจากเพื่อน ร้อยละ 21.21 ได้ข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 21.04 ได้ข้อมูลจากสื่อต่างๆ ร้อยละ 18.25 ได้ข้อมูลจากวิทยุ โทรทัศน์น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 4.20

ตารางที่ 4.71 แสดง ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประสบระหว่างการท่องเที่ยว

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประสบระหว่างการท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
สินค้าและบริการมีราคาแพง	77	14.63
ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน	31	5.9
มลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล	135	25.66
ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก	81	15.40
สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง	60	11.41
บริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ	55	10.46
สภาพอากาศที่แปรปรวน	24	4.56
พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนชายขอบ เช่น คนชายขอบ บริเวณท่องเที่ยว	63	11.98
รวม	526	100.0

ตารางที่ 4.71 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 350 คน ประสบปัญหาระหว่างการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ปัญหามลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล พบมากที่สุด คือ ร้อยละ 25.66 รองลงมาคือ ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก ร้อยละ 15.40 สินค้าและบริการมีราคาแพง ร้อยละ 14.63 พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนชายขอบ เช่น คนชายขอบบริเวณท่องเที่ยว ร้อยละ 11.98 สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง ร้อยละ 11.41 บริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ ร้อยละ 10.46 ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ร้อยละ 5.9 และ น้อยที่สุดคือปัญหา สภาพอากาศที่แปรปรวน ร้อยละ 4.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.72 แสดงข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
ป้ายบอกทาง	89	16.30
ที่พัก	74	13.55
สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ	42	7.69
การขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า	101	18.50
สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	44	8.06
ความสะอาดและสาธารณสุข	73	13.37
อนุรักษ์ธรรมชาติ	61	11.17
ความปลอดภัย	46	8.42
การต้อนรับของคนท้องถิ่น	16	2.93
รวม	546	100.0

ตารางที่ 4.72 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 350 คน เดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ควรจะพัฒนาการขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า มากที่สุด ร้อยละ 18.50 รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง ร้อยละ 16.30 ที่พัก ร้อยละ 13.55 ความสะอาดและสาธารณสุข ร้อยละ 13.37 อนุรักษ์ธรรมชาติ ร้อยละ 11.17 การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 8.06 ความปลอดภัย ร้อยละ 8.42 สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ร้อยละ 7.69 และ การต้อนรับของคนท้องถิ่น ร้อยละ 2.93 ตามลำดับ

ตอนที่ 3

ตารางที่ 4.73 แสดงความพึงพอใจเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านที่พัก

ความพึงพอใจเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านที่พัก	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความหลากหลายของที่พัก เช่น บ้านพักเยาวชน เกสต์เฮ้าส์	350	3.63	.79
2.ความสะอาดของที่พัก เช่น บริเวณที่จัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว	350	3.58	.75
3.ความสะดวกในการเดินทาง	350	3.64	.81
4.การบริการที่ดีของพนักงาน	350	3.80	.82
5.พนักงานมีศักยภาพสูง	350	3.83	.77
6.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์	350	3.87	.85
7.ความปลอดภัย	350	3.81	.90
รวมทั้งสิ้น	350	3.74	0.81

ตารางที่ 4.73 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยด้านที่พักในระดับพึงพอใจ ($\bar{X}=3.74$) แต่ศึกษารายชื่อพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ($\bar{X}=3.87$) รองลงมาคือ พนักงานมีศักยภาพสูง ($\bar{X}=3.83$) ความปลอดภัย ($\bar{X}=3.81$) การบริการที่ดีของพนักงาน 3.80 ความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X}=3.64$) ความหลากหลายของที่พัก เช่น บ้านพักเยาวชน เกสต์เฮ้าส์ ($\bar{X}=3.63$) และ ความสะอาดของที่พัก เช่น บริเวณที่จัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.58$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.74 แสดงความพึงพอใจเกี่ยวกับ ปัจจัย ด้านอาหาร

ความพึงพอใจเกี่ยวกับ ปัจจัย ด้านอาหาร	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความหลากหลายด้านอาหาร อาหารจีน อาหารไทย อาหารมุสลิม อาหารมังสวิรัต	350	3.83	.81
2.ความหลากหลายของสถานบริการ อาหาร กัดตาการ ร้านอาหารข้างถนน	350	3.82	.76
3.ความหลากหลายของประเภทอาหารจานด่วน, อาหาร พื้นเมือง, อาหารตามสั่ง, อาหารชุด	350	3.83	.81
4.ความสะอาดและสุขลักษณะ	350	3.62	.83
5.ราคาเหมาะสม	350	3.79	.83
6.ความปลอดภัยของอาหาร	350	3.74	.80
รวมทั้งสิ้น	350	3.77	0.81

ตารางที่ 4.74 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยด้านอาหารในระดับพึงพอใจ($\bar{X}$ =3.77) แต่ศึกษารายข้อพบว่าความหลากหลายด้านอาหาร อาหารจีน อาหารไทย อาหารมุสลิม อาหารมังสวิรัต และ ความหลากหลายของประเภทอาหารจานด่วน, อาหารพื้นเมือง, อาหารตามสั่ง, อาหารชุด ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ($\bar{X}$ = 3.83) รองลงมาคือความหลากหลายของสถานบริการ อาหาร กัดตาการ ร้านอาหารข้างถนน($\bar{X}$ = 3.82) ราคาเหมาะสม 3.79 ความปลอดภัยของอาหาร ($\bar{X}$ =3.74) และ ความสะอาดและสุขลักษณะ($\bar{X}$ = 3.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.75 แสดงความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบริการ

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบริการ	N	$\bar{X}$	S.D.
1.การสื่อสาร เช่น ไปรษณีย์, โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต	350	3.66	.71
2.การบริการของคนในท้องถิ่น เช่น ความมีอัธยาศัยไมตรี	350	3.70	.67
3.สถานที่พัก เช่น โรงแรม, เกสท์เฮาส์	350	3.85	.77
4.การคมนาคมขนส่งภายในท้องถิ่น	350	3.79	.75
5.การแลกเปลี่ยนเงินตรา	350	3.83	.78
6.การบริการข้อมูล เช่น ศูนย์ข้อมูล แผ่นพับ ป้ายบอกทาง	350	3.77	.78
7.การบริการทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ บริการฉุกเฉิน	350	3.85	.75
รวมทั้งสิ้น	350	3.78	0.74

ตารางที่ 4.75 พบว่าภาพรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบริการในระดับพึงพอใจ ($\bar{X}=3.78$) แต่เมื่อศึกษารายชื่อพบว่า สถานที่พัก เช่น โรงแรม, เกสท์เฮาส์ และ การบริการทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ บริการฉุกเฉิน ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากัน ($\bar{X}=3.85$) รองลงมาคือ การแลกเปลี่ยนเงินตรา ($\bar{X}=3.83$) การคมนาคมขนส่งภายในท้องถิ่น ($\bar{X}=3.79$) การบริการข้อมูล เช่น ศูนย์ข้อมูล แผ่นพับ ป้ายบอกทาง ($\bar{X}=3.77$) การบริการของคนในท้องถิ่น เช่น ความมีอัธยาศัยไมตรี ($\bar{X}=3.70$) และ การสื่อสาร เช่น ไปรษณีย์, โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.76 แสดงความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน สวนสนุก พิพิธภัณฑ์	350	3.90	.66
2.ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สปา ตลาดนัด จตุจักร ไร่พระ ตลาดน้ำ	350	3.94	.69
3.พิธีสำคัญแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น	350	3.87	.81
4.ความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว	350	3.82	.78
รวมทั้งสิ้น	350	3.88	0.74

ตารางที่ 4.76 แสดงความพึงพอใจของของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ ($\bar{X}=3.88$) แต่เมื่อศึกษารายชื่อเรียงจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สปา ตลาดนัดจตุจักร ไร่พระ ตลาดน้ำ ($\bar{X}=3.94$) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ ($\bar{X}=3.90$) พิธีสำคัญแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น ($\bar{X}=3.87$) ความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.82$)

ตารางที่ 4.77 แสดงความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	N	$\bar{X}$	S.D.
1.ความมั่นคงทางการเมือง เช่น มีความสงบสุข มีความมั่นคงปลอดภัย	350	3.50	.84
2.สถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าครองชีพ การดำรงชีวิต	350	3.60	.83
3.มีรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	350	3.73	.80
4.ความปลอดภัย	350	3.80	.90
รวมทั้งสิ้น	350	3.66	0.84

ตารางที่ 4.77 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับ พึงพอใจ ($\bar{X}=3.66$) แต่เมื่อศึกษารายข้อเรียงจากมากไปน้อยได้ ดังนี้คือ ความปลอดภัย ($\bar{X}=3.80$) มีรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ($\bar{X}=3.73$) สถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าครองชีพ การดำรงชีวิต ($\bar{X}=3.60$) และ ความมั่นคงทางการเมือง เช่น มีความสงบสุข มีความมั่นคง ปลอดภัย ($\bar{X}=3.50$) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 1,400 คน ผลการศึกษาได้นำเสนอดังนี้คือ

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
4. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 350 คน แสดงความคิดเห็นต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

ด้านข้อมูลส่วนตัว

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งเป็นชายได้ ร้อยละ 43.7 และ เป็นหญิง ร้อยละ 56.3 โดยมีอายุเฉลี่ยสูงสุด ระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 42.9 รองลงมามีช่วงอายุน้อยกว่า 21 ปี ร้อยละ 31.4 ตามด้วยช่วงอายุ ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 14.30 ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 7.7 อายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 2 และ ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 1.7 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มากที่สุด คือ ร้อยละ 81.1 รองลงมา คือสมรสแล้ว ร้อยละ 15.1 หย่า/หม้าย ร้อยละ 2.9 และ ไม่ระบุ ร้อยละ 0.9 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คือ ร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 24.6 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 11.7 ระดับ อนุปริญญา ร้อยละ 10.6 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 3.7 และ ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 0.9 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างพบว่า เป็นนักศึกษา มากที่สุด คือ ร้อยละ 42 รองลงมาคือ เป็น พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 29.4 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 10.3 ไม่ระบุอาชีพ ร้อยละ 6.3 เจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 5.4 เกษียณอายุ ร้อยละ 4.3 นักเรียน ร้อยละ 2 และว่างงาน ร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ด้านข้อมูลการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 1 ครั้ง/ปี มากที่สุด ร้อยละ 84.3 รองลงมาคือ 3 ครั้ง/ปี ร้อยละ 0.3 1 ครั้ง/ปี พบร้อยละ 14.6และ เที่ยวครั้งแรก พบร้อยละ 0.9 แหล่งท่องเที่ยวที่มี

ชื่อเสียงและเป็นที่นิยม มากที่สุดคือ ร้อยละ 33.40 รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม ร้อยละ 28.88 สนใจเกี่ยวกับภูมิศาสตร์และความสะดวกสบายในการเดินทาง ร้อยละ 20.63 และ ความงดงามทางธรรมชาติ ร้อยละ 17.09 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยวางแผนเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำนวน พบว่า ร้อยละ 96 วางแผนด้วยตนเอง ในขณะที่ร้อยละ 4 ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำนวน พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ เดินทางกับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 27.4 เดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 11.1 เดินทางกับเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 6.9 เดินทางกับแฟน ร้อยละ 1.7 เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ ร้อยละ 0.6 และ ด้วยเหตุผลอื่น ร้อยละ 0.6 นักท่องเที่ยวชาวไทย จองที่พัก หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด ร้อยละ 45.1 รองลงมาคือติดต่อทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 30.6 ทางโทรศัพท์ ร้อยละ 21.4 และ ทางตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 2.9 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3 วันมากที่สุด คือร้อยละ 29.1 รองลงมา ใช้เวลาวันเดียว ร้อยละ 22 ใช้เวลา 2 วัน ร้อยละ 16 ใช้เวลา 4 วัน ร้อยละ 6.9 ใช้เวลา ระหว่าง 5-7 วัน พบว่ามีร้อยละ 11.4 และมากกว่า 7 วัน พบ ร้อยละ 1.8 ตามลำดับ และ ไม่ตอบ ร้อยละ 12 นักท่องเที่ยวชาวไทย หาข้อมูลเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ร้อยละ 44.1 หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ หาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ร้อยละ 30.61 วิทยุ โทรทัศน์ ร้อยละ 15.52 บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 9.31 และอื่นๆ ร้อยละ 0.44 ปัญหาที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยประสบมากที่สุดคือ ปัญหาสินค้าและบริการมีราคาแพงร้อยละ 23.52 รองลงมาคือ มลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล ร้อยละ 17.39 พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว ร้อยละ 12.26 สภาพอากาศที่แปรปรวน ร้อยละ 12.05 ความไม่ปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ร้อยละ 11.48 สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง ร้อยละ 10.91 บริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ ร้อยละ 7.16 และ ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก ร้อยละ 5.23 ข้อคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ความสะอาดและสาธารณสุข ได้รับการเสนอแนะให้พัฒนามากที่สุด ร้อยละ 15.17 รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง ร้อยละ 13.85ความปลอดภัย ร้อยละ 13.52 อนุรักษ์ ธรรมชาติ ร้อยละ 12.02 สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 11.94 การขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า ร้อยละ 10.70 ที่พัก ร้อยละ 7.71 สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ร้อยละ 7.63 และการต้อนรับของคนท้องถิ่น ร้อยละ 7.46 ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านที่พักพาชม ในระดับเห็นด้วย เมื่อศึกษารายข้อพบว่า พบว่าถึงอำนาจความสะดวก เช่น โทรศัพท์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

รองลงมาคือความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง การบริการที่ดีของพนักงาน ความสะอาดของที่พัก เช่น บริเวณที่จัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว พนักงานมีศักยภาพสูง และ ความหลากหลายของที่พัก เช่น บ้านพักเยาวชน เกตเฮาส์ ตามลำดับ

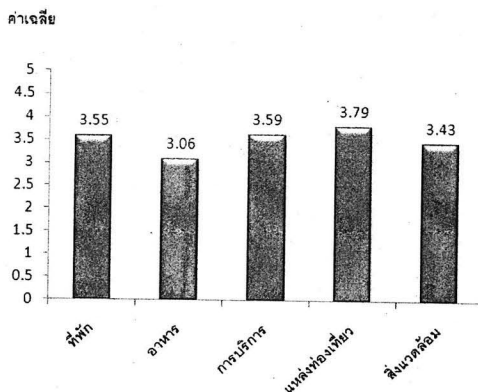
นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยด้านอาหารในระดับปานกลาง แต่ศึกษารายข้อพบว่า ความหลากหลายของประเภทอาหารจานด่วน, อาหารพื้นเมือง, อาหารตามสั่ง, อาหารชุด ได้รับความเห็นสูงสุด รองลงมาคือ ความหลากหลายของสถานบริการ อาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหารข้างถนน ความสะอาดและสุขลักษณะ ราคาเหมาะสม และ ความหลากหลายด้านอาหาร อาหารจีน อาหารไทย อาหารมุสลิม อาหารมังสวิริติ ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบริการภาพรวมในระดับเห็นด้วย แต่เมื่อศึกษารายข้อพบว่า การบริการด้านการสื่อสาร เช่น ไปรษณีย์, โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต ได้รับความคิดเห็นสูงสุด ตามด้วย การบริการของคนในท้องถิ่น เช่น ความมีอัธยาศัยไมตรี การคมนาคมขนส่งภายในท้องถิ่น สถานที่พัก เช่น โรงแรม, เกตเฮาส์ การบริการทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ บริการฉุกเฉิน การบริการข้อมูล เช่น ศูนย์ข้อมูล แผ่นพับ ป้ายบอกทาง และ การแลกเปลี่ยนเงินตรา ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยแสดงความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย แต่เมื่อศึกษารายข้อ พบว่า ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ ได้รับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือ 3.พิธีสำคัญแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น 2.ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สปา ตลาดนัดตุ๊กตารั้วพระ ตลาดน้ำ และความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง แต่เมื่อศึกษารายข้อพบว่า ความปลอดภัย ได้รับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือ มีรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม สถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าครองชีพ การดำรงชีวิตและ ความมั่นคงทางการเมือง เช่น มีความสงบสุข มีความมั่นคงปลอดภัย ตามลำดับ

ดังปรากฏในแผนภูมิที่ 5.1 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย



นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 350 คน แสดงความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

ด้านข้อมูลส่วนตัว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ศึกษาแบ่งออกเป็นชาย ร้อยละ 54.6 และเป็นหญิง ร้อยละ 45.4 สำหรับอายุของนักท่องเที่ยวพบว่า ร้อยละ 38.9 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี รองลงมาคือ ร้อยละ 29.7 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ตามมาด้วยร้อยละ 14.6 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 8.9 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 6 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 21 ปี และ พบว่ามีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 2 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างมีสัญชาติต่าง ๆ กันและแบ่งได้ดังนี้คือ ร้อยละ 72.6 เป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ร้อยละ 26.3 เป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย และมีเพียงร้อยละ 1.1 เป็นนักท่องเที่ยวชาวแอฟริกัน นักท่องเที่ยวส่วนมากร้อยละ 63.4 เป็นโสด ร้อยละ 34 แต่งงานแล้ว ร้อยละ 2.3 เป็นหม้ายหรือหย่าร้าง และร้อยละ 0.3 ไม่ระบุระดับการศึกษาของเป็น นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างที่มีคั้งนี้คือ ร้อยละ 43.7 นักท่องเที่ยวมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 24.9 มีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 16.6 มีการศึกษาระดับด้าอนุปริญญา ร้อยละ 9.4 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 3.7 การศึกษาระดับปริญญาเอก ร้อยละ 1.4 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และร้อยละ 0.3 มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาเอก ตามลำดับนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอาชีพต่าง ๆ ดังนี้คือ ร้อยละ 37.3 เป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 20.6 เป็นเจ้าของธุรกิจกิจ ร้อยละ 17.1 เป็น

นักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 14 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 6.6 เป็นแม่บ้าน ร้อยละ 3.5 เป็นอาจารย์ เป็น
วัยเกษียณ ร้อยละ 0.3 และว่างงาน ร้อยละ 0.6

ด้านข้อมูลการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวเมืองไทยมากกว่าหนึ่งครั้ง ร้อยละ 99.7 ในขณะที่ร้อยละ 46.6 มา
เที่ยวเมืองไทยครั้งแรก และ มากกว่า 3 ครั้ง ร้อยละ 0.3 นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานครเพราะความหลากหลายของกิจกรรม ร้อยละ 30.16 รองลงมาก็คือ เทศกาลและ
วัฒนธรรม ร้อยละ 25.13 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ร้อยละ 24.42 และ ความ
งามทางธรรมชาติ ร้อยละ 20.29 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมีการจัดการเดินทางโดยใช้บริการบริษัท
ท่องเที่ยว ร้อยละ 22.3 และ วางแผนการเดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 77.7 นักท่องเที่ยวต่างชาติ
เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครกับเพื่อนมากที่สุด คือ ร้อยละ 38.3 รองลงมา คือ เดินทางกับ
ครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ 29.4 เดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 23.7 เดินทางกับบริษัททัวร์ ร้อยละ 3.7
เดินทางกับเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 3.1 เดินทางกับแฟน ร้อยละ 1.8 ตามลำดับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยวิธีติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ต มากที่สุด ร้อยละ 58.6

รองลงมาก็คือ ติดต่อด้วยตนเอง ร้อยละ 19.1 ติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 16.6 และ ติดต่อทาง
โทรศัพท์ ร้อยละ 5.7 จำนวนวันเวลานักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
พบว่า ส่วนมากนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลามากกว่า 8 วันในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 34.6
รองลงมา คือจำนวน 3 วัน ร้อยละ 16 จำนวน 5 วัน ร้อยละ 10 จำนวน 7 วัน ร้อยละ 9.6 และ
จำนวน 2 วัน ร้อยละ 7.4 เท่ากับ จำนวน 4 วัน ส่วนจำนวน 6 วัน ร้อยละ 1.6 และไม่ระบุวันเวลา
ร้อยละ 7.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 350 คนเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยได้ข้อมูล
จากแหล่งต่างๆเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า อินเทอร์เน็ต มากที่สุด ร้อยละ 38.45 รองลงมา
คือ ได้ข้อมูลจากเพื่อน ร้อยละ 24.47 ได้จากสื่อ ร้อยละ 20.39 และได้ข้อมูลจากตัวแทนจำหน่าย
หรือบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 14.55 ตามลำดับนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวใน

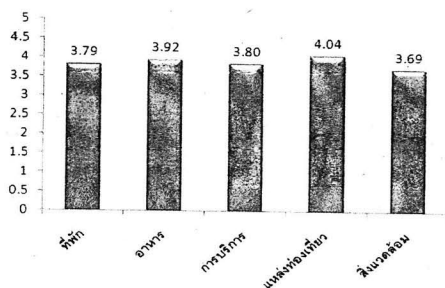
กรุงเทพมหานครประสบปัญหาด้านมลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล มากที่สุด ร้อยละ 24.36
รองลงมาก็คือ ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก ร้อยละ 15.84 ปัญหาสินค้าและ
บริการมีราคาแพง ร้อยละ 13.46 สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง และปัญหาด้านบริการรถ
รับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ ร้อยละ 12.27 เท่ากัน พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น
คนขายของบริเวณท่องเที่ยว ร้อยละ 11.29 ความไม่ปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ร้อยละ 8.9 และ
ปัญหาสภาพอากาศที่แปรปรวน ร้อยละ 4.35 ตามลำดับเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมี
ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆคือ ควรจะพัฒนาการขนส่งสาธารณะ, รถบัส,
รถไฟฟ้า มากที่สุด ร้อยละ 17.32 รองลงมาก็คือ ป้ายบอกทาง ร้อยละ 16.76 ที่พัก ร้อยละ 14.15 ความ

สะอาดและสาธารณสุข ร้อยละ 13.60 อนุรักษ์ธรรมชาติ ร้อยละ 11.17 สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ร้อยละ 8 เท่ากับการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย ร้อยละ 7.82 และ การต้อนรับของคนท้องถิ่น ร้อยละ 3.17 ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านที่พึงในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย แต่การศึกษารายข้อเรียงจากสูงไปต่ำได้ดังนี้คือ ด้านความหลากหลายของที่พัก ด้านการบริการที่ดี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพของพนักงาน ความปลอดภัย ด้านความสะดวกสบายในการคมนาคม และ ด้าน ความสะอาด ความเป็นระเบียบของที่พักและแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอาหารในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย และสามารถจำแนกรายด้านจากสูงไปต่ำที่สุดดังนี้คือ ด้านความหลากหลายของประเภทอาหาร และด้านความหลากหลายของร้านอาหาร เท่ากัน รองลงมาคือด้านชนิดอาหารให้นักท่องเที่ยวได้เลือก ด้านราคา ด้านความสะอาดและโภชนาการ และด้านความปลอดภัยของอาหารนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย และสามารถเรียงลำดับจากสูงไปต่ำสุดได้ดังนี้คือ บริการด้านที่พัก บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา บริการในชุมชน และบริการขนส่งและคมนาคม เท่ากัน บริการทางการแพทย์ บริการให้ข้อมูล และ บริการติดต่อสื่อสาร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในระดับเห็นด้วย และสามารถจำแนกรายด้านจากสูงไปต่ำสุดได้ดังนี้คือ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และ ความปลอดภัย ตามลำดับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมภาพรวมในระดับเห็นด้วย และสามารถเรียงลำดับจากสูงไปต่ำสุดได้ดังนี้คือ ความปลอดภัย รองลงมาคือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว เศรษฐกิจพื้นฐาน และ ความมั่นคงทางการเมือง ตามลำดับดังปรากฏในแผนภูมิที่ 5.2 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ค่าเฉลี่ย



นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 350 คน แสดงความพึงพอใจต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

ด้านข้อมูลส่วนตัว

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 40.9 และ เพศหญิง ร้อยละ 59.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 50.3 รองลงมา มีอายุน้อยกว่า 21 ปี ร้อยละ 23.7 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 17.4 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 8 อายุระหว่าง และ 51-60 ปี ร้อยละ 0.3 เท่ากับ อายุมากกว่า 60 ปี ตามลำดับนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นโสด ร้อยละ 77.7 สมรสแล้ว ร้อยละ 18.6 เป็นหม้ายหรือหย่าร้าง ร้อยละ 3.7 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 49.1 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 22.3 ระดับอนุปริญญา ร้อยละ 13.2 ค่าก่วามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 7.7 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 5.7 ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 1.4 และ ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 0.6 ตามลำดับ พบนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน 39.4 มีมากที่สุด รองลงมาคือ นักศึกษา 33.7 พนักงานรัฐวิสาหกิจ 11.4 กลุ่มเกษียณอายุ 6.3 เจ้าของธุรกิจ 5.1 รับราชการ 1.2 กลุ่มค้าขาย 0.9 พยาบาล 0.6 และอื่นๆ 1.5

ด้านข้อมูลการท่องเที่ยว

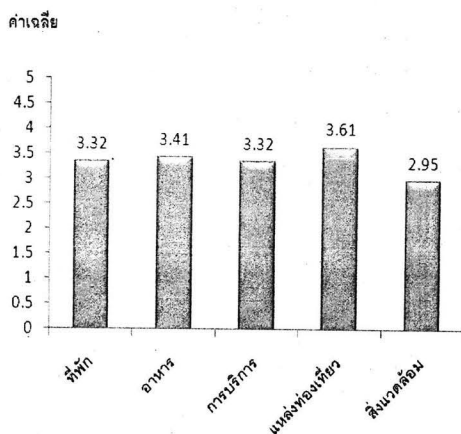
นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากกว่า 3 ครั้งต่อปี มากที่สุด ร้อยละ 83.7 เดินทางท่องเที่ยวครั้งแรก ร้อยละ 16 และเดินทางท่องเที่ยวครั้งแรก ร้อยละ 0.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพราะ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นที่น่าสนใจ มากที่สุด ร้อยละ 45.1 รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม ร้อยละ 40.3 ความงดงามทางธรรมชาติ ร้อยละ 30.9 และ สนใจเกี่ยวกับภูมิศาสตร์และความสะดวกสบายในการเดินทาง ร้อยละ 28 ตามลำดับนักท่องเที่ยวชาวไทย วางแผนด้วยตนเอง มากที่สุดร้อยละ 92 และใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 8 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน มากที่สุด ร้อยละ 44.9 รองลงมา คือเดินทางกับ ครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ 38.3 เดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 7.7 เดินทางกับเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 5.1 เดินทางกับคนรู้ใจ ร้อยละ 2.1 และเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ ร้อยละ 2 ตามลำดับนักท่องเที่ยวชาวไทยมีวิธีการที่พิกหรือกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด คือ ร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ จองตั๋วเครื่องบินอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 31.7 จองทางโทรศัพท์ ร้อยละ 15.4 และ จองผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 4.3 ตามลำดับนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ขณะพักผ่อนใน กรุงเทพมหานคร พบว่า ใช้เวลา 3 วันมากที่สุด คือร้อยละ 34 รองลงมา คือ ใช้เวลา 1 วัน ร้อยละ 16.6 ใช้เวลา 5 วัน ร้อยละ 11.1 ใช้เวลา 2 วัน ร้อยละ 10 ใช้เวลามากกว่า 5 วัน ร้อยละ 13.8 และไม่ตอบ ร้อยละ 9.7 สำหรับการหาข้อมูลในการท่องเที่ยวพบว่า ร้อยละ 58.6 นักท่องเที่ยวหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวหาข้อมูลจากเพื่อน ร้อยละ 55.7 สื่อ (หนังสือ

บทความ นิตยสาร) ร้อยละ 40.6 วิทูร โทรทัศน์ ร้อยละ 20.3 บริษัทน้ำเขียว/ตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 14.3 และอื่นๆ ร้อยละ 0.3นักท่องเที่ยวประสบปัญหา สินค้าและบริการมีราคาแพง มากที่สุด ร้อยละ 24.61 รองลงมาคือ ปัญหาด้านมลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล ร้อยละ 14.18 พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว ร้อยละ 13.40 ความไม่ปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ร้อยละ 12.76 สภาพอากาศที่แปรปรวน ร้อยละ 12.37 สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง ร้อยละ 11.86 ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก ร้อยละ 6.31 และ บริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ ร้อยละ 4.51 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเสนอแนะให้พัฒนาด้าน ความสะอาดและความสะดวก มากที่สุดร้อยละ 16.94 รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง ร้อยละ 13.57 ความปลอดภัย ร้อยละ 13.02 สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 12.75 อนุรักษ์ธรรมชาติ ร้อยละ 12.30 การขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า ร้อยละ 9.20 ที่พัก ร้อยละ 8.74 สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ร้อยละ 7.38 และ การต้อนรับของคนท้องถิ่น ร้อยละ 6.10 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยแสดงความพึงพอใจของต่อปัจจัยด้านที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อศึกษารายชื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ ความสะดวกในการเดินทาง การบริการที่ดีของพนักงาน ความปลอดภัย พนักงานมีศักยภาพสูง 3.27 ความหลากหลายของที่พัก เช่น บ้านพักเยาวชน เกตเฮาส์ ความสะอาดของที่พัก เช่น บริเวณที่จัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ตามลำดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านอาหารในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อศึกษารายชื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ ความหลากหลายของประเภทอาหารจานด่วน, อาหารพื้นเมือง, อาหารตามสั่ง, อาหารชุด ความหลากหลายของสถานบริการ อาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหารข้างถนน ความหลากหลายด้านอาหาร อาหารจีน อาหารไทย อาหารมุสลิม อาหารมังสวิรัต ความปลอดภัยของอาหาร ความสะอาดและสุขลักษณะ ราคาเหมาะสม ตามลำดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อศึกษารายชื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ สถานที่พัก เช่น โรงแรม, เกตเฮาส์ ตามด้วย การคมนาคมขนส่งภายในท้องถิ่น การบริการของคนในท้องถิ่น เช่น ความมีอัธยาศัยไมตรี การบริการข้อมูล เช่น ศูนย์ข้อมูล แผ่นพับ ป้ายบอกทาง การแลกเปลี่ยนเงินตรา และการบริการทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ บริการฉุกเฉิน ตามลำดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับพึงพอใจ แต่เมื่อศึกษารายชื่อ เรียงลำดับจากมาก ไปน้อย ได้ดังนี้คือ พิธีสำคัญแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สปา ตลาดนัดจุจรัล ไร่พืชมะขาม ตลาดน้ำ ความหลากหลาย

ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ และ ความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว ตามลำดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง แต่เมื่อศึกษารายข้อ และเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ มีรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รองลงมา คือ ความปลอดภัยสถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าครองชีพ การดำรงชีวิต และ ความมั่นคงทางการเมือง เช่น มีความสงบสุข มีความมั่นคง ปลอดภัย ตามลำดับ

ดังปรากฏในแผนภูมิที่ 5.3 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย



นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 350 คน แสดงความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลส่วนตัว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายร้อยละ 50 และเพศหญิง ร้อยละ 50 เท่ากันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีมากที่สุดคือ ร้อยละ 38.30 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 30.9 ส่วนนักท่องเที่ยวช่วงอายุระหว่าง 41-50 พบร้อยละ 15.1 นักท่องเที่ยวอายุน้อยกว่า 21 ปี พบร้อยละ 8.9 และนักท่องเที่ยวช่วงอายุมากกว่า 60 ปี พบน้อยที่สุดคือร้อยละ 1 นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมีที่สุคร้อยละ 66.3 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ร้อยละ 29.7 และนักท่องเที่ยวชาวแอฟริกันพบน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 4 นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากที่สุด ร้อยละ 61.4 เป็นโสด และ ร้อยละ 36.9 แต่งงานแล้ว นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหม้าย หรือหย่าร้าง พบร้อยละ 1.4 ส่วนที่ไม่เปิดเผยพบร้อยละ 0.3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนมากมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 35.4

ระดับก่อนปริญญา พบร้อยละ 24.6 ระดับปริญญาโท พบร้อยละ 22.3 ระดับ มัธยมศึกษา พบร้อยละ 10.9 ระดับประถมศึกษาพบร้อยละ 2 ระดับปริญญาเอก พบร้อยละ 3.7 และสูงกว่าระดับปริญญาเอก ร้อยละ 1.1 ตามลำดับอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ร้อยละ 26.9 ทำงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัท ร้อยละ 25.4 เป็นเจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 24.9 เป็นนักเรียน นักศึกษา และร้อยละ 14.3 รับราชการ ส่วนผู้เกษียณอายุ พบร้อยละ 3.4 ผู้มีอาชีพครู-อาจารย์/นักวิชาการ พบร้อยละ 3.6 ไม่ระบุอาชีพ ร้อยละ 1.1 และผู้ไม่มีงานทำ พบร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

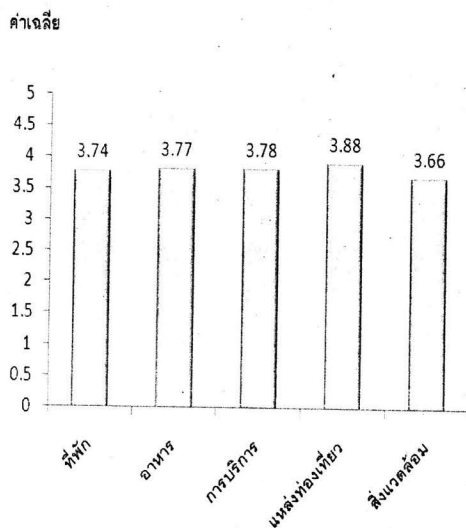
ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกรุงเทพฯ พบว่า ร้อยละ 55.4 เพิ่งมาครั้งแรก ร้อยละ 44.3 มาเที่ยวกรุงเทพฯ มากกว่าหนึ่งครั้ง และ ร้อยละ 0.3 มาเที่ยวกรุงเทพฯ มากกว่า 3 ครั้ง นักท่องเที่ยวมีการวางแผนการเดินทาง พบว่าร้อยละ 62 วางแผนการเดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 37.4 เดินทางโดยใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยว และ ร้อยละ 0.6 ไม่ระบุนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน พบว่า ร้อยละ 38.6 เดินทางพร้อมกับเพื่อน ร้อยละ 33 เดินทางพร้อมกับครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ 16.3 เดินทางโดยลำพัง ร้อยละ 8 เดินทางมากับบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 2 เดินทางมากับผู้ร่วมงาน ร้อยละ 2.1 เดินทางมากับแฟน ตามลำดับวิธีการจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ร้อยละ 64.6 ทำการจองผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมา ร้อยละ 16.6 จองผ่านบริษัทท่องเที่ยว ขณะที่ ร้อยละ 14 จองด้วยตนเอง และร้อยละ 4.9 นักท่องเที่ยวจองทางโทรศัพท์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้เวลาทำน้ในกรุงเทพฯ พบว่า ส่วนมากใช้เวลามากกว่า 8 วัน ร้อยละ 50.28 รองลงมา ใช้เวลา 5 วัน ร้อยละ 11.7 ใช้เวลา 3 วัน ร้อยละ 10.6 ใช้เวลา 7 วัน ร้อยละ 10.3 ใช้เวลา 2 วัน ร้อยละ 6.6 ใช้เวลา 1 วันร้อยละ 2 ใช้เวลา 6 วัน ร้อยละ 0.3 และไม่ระบุวันเวลา ร้อยละ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 350 คนเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยได้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ได้ข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ ร้อยละ 35 รองลงมา คือ ได้ข้อมูลจากเพื่อน ร้อยละ 21.21 ได้ข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 21.04 ได้ข้อมูลจากสื่อต่างๆ ร้อยละ 18.25 ได้ข้อมูลจากวิทยุ โทรทัศน์น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 4.20 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 350 คน ประสบปัญหาระหว่างการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ปัญหาสถานะทางขยะและสิ่งปฏิกูล พบมากที่สุด คือ ร้อยละ 25.66 รองลงมาคือ ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสาร ไม่สะดวก ร้อยละ 15.40 สินค้าและบริการมีราคาแพง ร้อยละ 14.63 พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว ร้อยละ 11.98 สภาพถนนและการคมนาคมขนส่ง ร้อยละ 11.41 บริการรถรับจ้างแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะ ร้อยละ 10.46 ความไม่ปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ร้อยละ 5.9 และ น้อยที่สุดคือปัญหา สภาพอากาศที่แปรปรวน ร้อยละ 4.56 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 350 คน

เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ควรจะพัฒนาการขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้ามากที่สุด ร้อยละ 18.50 รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง ร้อยละ 16.30 ที่พัก ร้อยละ 13.55 ความสะอาดและสาธารณสุข ร้อยละ 13.37 อนุรักษ์ธรรมชาติ ร้อยละ 11.17 การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 8.06 ความปลอดภัย ร้อยละ 8.42 สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ร้อยละ 7.69 และ การต้อนรับของคนท้องถิ่น ร้อยละ 2.93 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยด้านที่พักในระดับพึงพอใจ แต่ศึกษารายข้อพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ ได้รับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานมีศักยภาพสูง ความปลอดภัย การบริการที่ดีของพนักงาน ความสะดวกในการเดินทาง ความหลากหลายของที่พัก เช่น บ้านพักเยาวชน เกสต์เฮาส์ และ ความสะอาดของที่พัก เช่น บริเวณที่จัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยด้านอาหารในระดับพึงพอใจ แต่ศึกษารายข้อพบว่าความหลากหลายด้านอาหาร อาหารจีน อาหารไทย อาหารมุสลิม อาหารมังสวิรัต และ ความหลากหลายของประเภทอาหารจานด่วน, อาหารพื้นเมือง, อาหารตามสั่ง, อาหารชุด ได้รับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือ ความหลากหลายของสถานบริการ อาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหารข้างถนน ราคาเหมาะสม ความปลอดภัยของอาหาร และ ความสะอาดและสุขลักษณะ ตามลำดับ ภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านบริการในระดับพึงพอใจ แต่เมื่อศึกษารายข้อพบว่า สถานที่พัก เช่น โรงแรม, เกสต์เฮาส์ และ การบริการทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ บริการฉุกเฉิน ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากัน รองลงมาคือ การแลกเปลี่ยนเงินตรา การคมนาคมขนส่งภายในท้องที่ การบริการข้อมูล เช่น ศูนย์ข้อมูล แผ่นพับ ป้ายบอกทาง การบริการของคนในท้องถิ่น เช่น ความมีอัธยาศัยไมตรี และการสื่อสาร เช่น ไปรษณีย์, โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต ตามลำดับความพึงพอใจของของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ แต่เมื่อศึกษารายข้อเรียงจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ ความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สปา ตลาดนัดจตุจักร ไหว้พระ ตลาดน้ำ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์แสดงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น ความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อยปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ แต่เมื่อศึกษารายข้อเรียงจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ ความปลอดภัย มีรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม สถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าครองชีพ การดำรงชีวิต และความมั่นคงทางการเมือง เช่น มีความสงบสุข มีความมั่นคง ปลอดภัย ตามลำดับ

ดังปรากฏในแผนภูมิที่ 5.4 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



อภิปรายผล

นักท่องเที่ยวชาวไทยและ ต่างประเทศ แสดงความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพทางสังคม ระดับการศึกษา และ อาชีพ ต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันเล็กน้อยคือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ศึกษาแบ่งเป็นชายได้ ร้อยละ 43.7 และ เป็นหญิง ร้อยละ 56.3 โดยมีอายุเฉลี่ยสูงสุดระหว่าง 21-30 ปี นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มากที่สุด รองลงมา คือสมรสแล้ว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นนักศึกษา มากที่สุด รองลงมาคือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ศึกษาเป็น ชาย ร้อยละ 54.6 และเป็นหญิง ร้อยละ 45.4 สำหรับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวพบมากที่สุดคือ เป็นมีอายุระหว่าง 21- 30 ปี รองลงมาคือนักท่องเที่ยวส่วนมาก สถานภาพทางสังคมเป็นโสด มากที่สุด รองลงมา คือสมรสแล้วนักท่องเที่ยวมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมา มีการศึกษาระดับปริญญาโท พบนักท่องเที่ยวเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุดคือ และ รองลงมาเป็นเจ้าของธุรกิจ สรุปลได้ข้อมูลส่วนตัวพบว่าแตกต่างกันในด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวคือ ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นนักศึกษามากที่สุดแต่พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุด

ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 1 ครั้ง/ปี มากที่สุดเพราะ แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ มากที่สุด รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม นักท่องเที่ยวชาวไทยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว ด้วยตนเองในกรุงเทพมหานคร นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุด คือ เดินทางกับครอบครัว/ญาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยของที่พักรับหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด รองลงมาคือ ติดต่อทางอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3 วันมากที่สุด รองลงมา ใช้เวลาวันเดียว นักท่องเที่ยวชาวไทย หาข้อมูลเดินทางท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานคร โดย หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ หาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยประสบ พบว่า ปัญหาสินค้าและบริการมีราคาแพง มากที่สุด รองลงมาคือ มลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว ขอดูคิดเห็นที่ต้องการเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ความสะอาดและสาธารณสุข ได้รับการเสนอแนะให้พัฒนามากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง รอยละ ความปลอดภัย การอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวเมืองไทยมากกว่าหนึ่งครั้ง มากที่สุดและ รองลงมาคือมาเที่ยวเมืองไทยครั้งแรก นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพราะความหลากหลายของกิจกรรม มากที่สุด รองลงมาคือ เทศกาลและวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง มากที่สุด และรองลงมาจัดการเดินทางโดยใช้บริการบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาติดูเส้นทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครกับเพื่อนมากที่สุด รองลงมา คือ เดินทางกับครอบครัวหรือญาติ นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยวิธีติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ ติดต่อด้วยตนเอง จำนวนวันเวลานักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานครพบว่า ส่วนมากนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลามากกว่า 8 วัน ในกรุงเทพมหานคร รองลงมา คือจำนวน 3 วัน และจำนวน 5 วัน นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานคร โดยได้ข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมา คือ ได้ข้อมูลจากเพื่อน นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครประสบปัญหาด้านมลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก ปัญหาสินค้าและบริการมีราคาแพง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวคือ ควรจะพัฒนาการขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า มากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง และที่พัก

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันเล็กน้อยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพราะว่ามี แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ

มากที่สุด รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ประสบ พบว่า ปัญหาสินค้าและบริการมีราคาแพง มากที่สุด รองลงมาคือ มลภาวะทางขยะและสิ่ง ปฏิกูล พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยวแด่นักท่องเที่ยว ข้อคิดเห็น ที่ต้องการเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ความสะอาดและ สาธารณะสุข ได้รับการเสนอแนะให้พัฒนามากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง ร้อยละ ความ ปลอดภัย การอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มาเที่ยวกรุงเทพมหานครเพราะ ความหลากหลายของกิจกรรม มากที่สุด รองลงมาคือ เทศกาลและ วัฒนธรรมประเพณีปัญหาด้านมลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูล เปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก ปัญหาสินค้าและบริการมีราคาแพง นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวคือ ควรจะพัฒนาการขนส่ง สาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า มากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง และที่พัก การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลด้านการ ท่องเที่ยวทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกัน ทั้งคนไทยและคนต่างชาตินิยมใช้เวลาว่างช่วงวันหยุดด้ว การเดินทางท่องเที่ยวแต่แตกต่างกันที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับของคนไทยที่นิยมแหล่งท่องเที่ยวที่มี ชื่อเสียง ใช้เวลาท่องเที่ยวไว้มากแต่คนต่างชาตินิยมความหลากหลายของกิจกรรมและใช้เวลา ท่องเที่ยวมากพอสมควรซึ่งนับว่าแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย ซึ่งสืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมความ เป็นอยู่และ ค่านิยม การดำเนินชีวิตที่ไม่เหมือนกัน ด้วยระยะทางที่ไกลกันทำให้นักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศนิยมใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาของ จุฑาภา ตาดพริ้ง(2545) เกิดศิริ เจริญวิศาล (2547) พนิดา ฤตินิรฆาน (2550) นนทพร กิจกำจร (2551) สิทธิชัย ชีวะโรธ (2549) กัญญาพร จิตต์จำนง (2550) รุ่งกาญจน์ สว่างกาญจน์ (2550) ประเสริฐ (2552)

นักท่องเที่ยวยชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆดังนี้คือ

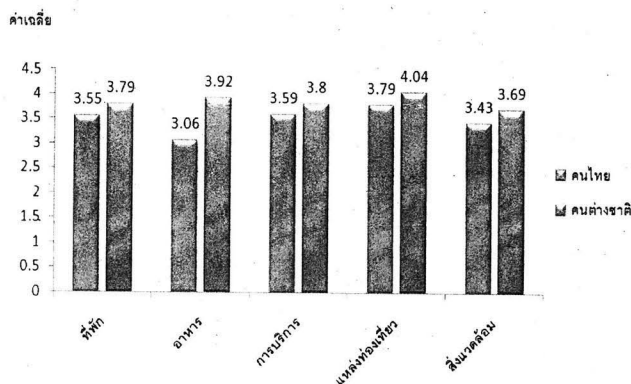
นักท่องเที่ยวยชาวไทยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านที่พักพบ ภาพรวมในระดับ ปานกลาง ปัจจัยด้านอาหารมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านบริการนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น ภาพรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวพบว่ามีความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง และ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีต่อปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง และสามารถเรียงลำดับความเห็นด้วยจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้าน บรรยากาศและสิ่งแวดล้อม และ ปัจจัยด้านอาหาร ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ดังนี้คือ ปัจจัยด้านที่พักพบอยู่ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ปัจจัยด้านอาหารพบภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ปัจจัยด้านการบริการพบภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย และปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครนักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ส่วนปัจจัยด้านบรรยากาศการท่องเที่ยวภาพรวมพบอยู่ในระดับเห็นด้วย และสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านบรรยากาศการท่องเที่ยวตามลำดับ

การศึกษารครั้งนี้แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นตรงกันว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักของการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก เพราะนักท่องเที่ยวส่วนมากมักจะเลือกสถานที่พักผ่อนหรือท่องเที่ยวก่อนอื่น ซึ่งอาจเป็นเพราะว่ากรุงเทพมหานครได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวที่สุดแห่งหนึ่งของโลกจากการจัดอันดับของ Conde Nast Traveler Magazine ประจำปี 2551 ส่วนระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อปัจจัยทั้งห้า แตกต่างกันเล็กน้อย เพราะนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมกรุงเทพมหานครต่างมีความต้องการและคาดหวังต่อการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Self Perception theory ของ Bobby J. Calder^๓ and Barry M. Staw, 1975 และการศึกษาวิจัยของ จูทาภา คาคพริง (2545) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (2544) สิทธิชัย ชีวะโรธ (2549) กรุงเทพโพลล์ (2547) Sharpley Richard (2549) ธุรกิจบัณฑิตย์โพลล์ (2550) และประเสริฐ (2552) เนื่องจากกว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วย การบริการ กิจกรรมท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร และบรรยากาศ ที่นักท่องเที่ยวหรือกลุ่มนักท่องเที่ยว ต้องการได้รับระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องเสียค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องคำนึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งที่พัก อาหาร การบริการ และบรรยากาศการท่องเที่ยวให้เหมาะสมและคุ้มค่ามากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องเดินทางไกลและเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการเดินทางแต่ละครั้ง ปัจจัยเหล่านี้จึงสำคัญต่อการพิจารณาอย่างละเอียดของนักท่องเที่ยว ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยทั้งบรรยากาศและตัวสินค้า เพราะฉะนั้น ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านบรรยากาศการท่องเที่ยว จึงเป็นปัจจัยหลักและสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นการหาค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นทั้งหมดที่แสดงให้เห็นว่าเกี่ยวข้องกับความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว

แผนภูมิ 5.5

สรุปแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ในกรุงเทพมหานคร



นักท่องเที่ยวชาวไทยและ ต่างประเทศ แสดงความพึงพอใจต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

ด้านข้อมูลส่วนตัว นักท่องเที่ยวชาวไทยแบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 40.9 และ เพศหญิง ร้อยละ 59.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด รองลงมา มีอายุน้อยกว่า 21 ปี นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนมาก เป็นโสด รองลงมา สมรสแล้ว ระดับการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา มัธยมศึกษาตอนปลาย นักท่องเที่ยวชาวไทยมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด รองลงมาคือ นักศึกษา ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่าเป็นเพศชายร้อยละ 50 และเพศหญิง ร้อยละ 50 เท่ากันมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุดคือ รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี พบเป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมากที่สุด และ รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากเป็นโสด และ รองลงมาแต่งงานแล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมา ระดับต่ำกว่าอนุปริญญา อาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พบว่า ทำงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัท มากที่สุดรองลงมา เป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สิทธิชัย ชีวะโรต (2549) กัญญาพร จิตต์จำนงค์. (2550) และ รุ่งกาญจน์ สว่างกาญจน์ (2550)

ด้านข้อมูลการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากกว่า 3 ครั้งต่อปี มากที่สุดรองลงมา เดินทางท่องเที่ยวครั้งเดียวต่อปี ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานครเพราะ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมากที่สุดรองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม นักท่องเที่ยวชาวไทย วางแผนด้วยตนเอง มากที่สุด และรองลงมาใช้บริการบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน มากที่สุด รองลงมา คือ เดินทางกับ ครอบครัวหรือญาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวิธีจองที่พักหรือกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด รองลงมาคือ จองด้วยอินเตอร์เน็ต นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เวลาพักผ่อนในกรุงเทพมหานคร 3 วันมากที่สุด รองลงมา คือ ใช้เวลา 1 วัน สำหรับการหาข้อมูลในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวหาข้อมูลจาก อินเตอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวหาข้อมูลจากเพื่อน นักท่องเที่ยวประสบปัญหา สินค้าและบริการมีราคาแพง มากที่สุด รองลงมาคือ ปัญหาด้านมลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล พฤติกรรมที่ไม่ดีของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว ความไม่ปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเสนอแนะให้พัฒนาด้านความสะอาดและสาธารณสุข มากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง แต่ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าพบนักท่องเที่ยวมาเที่ยวกรุงเทพฯ ครั้งแรก มากที่สุด รองลงมา คือ มาเที่ยวกรุงเทพฯ มากกว่า หนึ่งครั้ง นักท่องเที่ยวมีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง มากที่สุด รองลงมา คือ เดินทางโดยใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวพร้อมๆกับเพื่อน มากที่สุด รองลงมา เดินทางพร้อมกับครอบครัวหรือญาติ วิธีการจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ทำการจองผ่านอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมา จองผ่านบริษัทท่องเที่ยว ใช้เวลาพำนักในกรุงเทพฯ พบว่า ส่วนมากใช้เวลามากกว่า 8 วัน รองลงมา รองลงมา ใช้เวลา 5 วัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ข้อมูลจาก อินเตอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมา คือ ได้ข้อมูลจากเพื่อน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประสบปัญหาระหว่างการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ ปัญหามลภาวะทางขยะและสิ่งปฏิกูล พบมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปและการติดต่อสื่อสารไม่สะดวก สินค้าและบริการมีราคาแพง ของคนขายของ เช่น คนขายของบริเวณท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาติมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ดังนี้คือ ควรจะพัฒนาการขนส่งสาธารณะ, รถบัส, รถไฟฟ้า มากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จูฑาภา ตาดพริ้ง(2545) กรุงเทพฯโพลล์ (2547)

นันทรัตน์ นามบุรี (2549) พนิดา ดุตินิรมาน (2550) และ นนทพร กิจกำจร (2551) ประเสริฐ (2552)

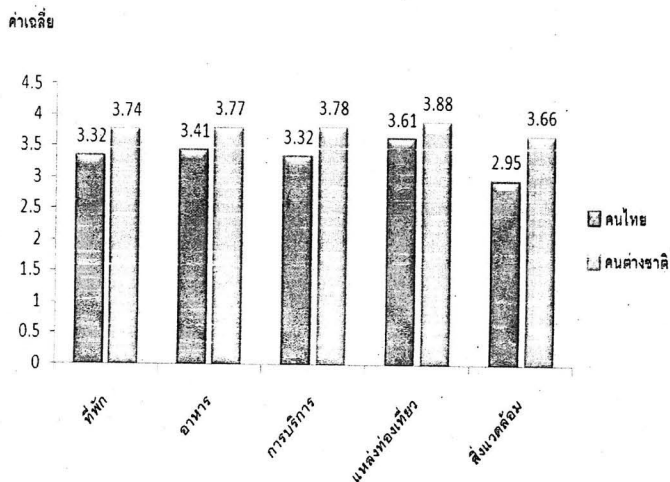
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานครต่อปัจจัยต่างๆดังนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยแสดงความพึงพอใจของต่อปัจจัยด้านที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านอาหารในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวชาวไทยแสดงความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมพบว่า ในระดับพึงพอใจ นักท่องเที่ยวชาวไทยแสดง ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในภาพรวมพบ ในระดับปานกลาง ในขณะที่พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ต่อปัจจัยด้านที่พักอยู่ในระดับพึงพอใจ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้าน อาหารในระดับพึงพอใจ ภาพรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบริการ ในระดับพึงพอใจ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อปัจจัย ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับ พึงพอใจ

สรุปว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศรู้สึกพึงพอใจต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในมหา นครเหมือนกัน แตกต่างกันเล็กน้อย และสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อยได้ ดังนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน แหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือ ด้าน อาหาร ด้านที่พัก ด้านบริการ และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ในขณะที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน ด้านแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบริการ ด้านอาหาร ด้านที่พัก และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 5.6

สรุปแสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร



การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติพิจารณา ก่อนตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวและกรุงเทพมหานครก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างสูงดังเห็นได้จากการได้รับการยกย่องว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในทวีปเอเชีย และเป็นี่สามของโลก ประจำปี 2549 ต่อมาในปี 2551 Conde Nast Traveler Magazine ได้ยกย่องกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถชื่นชมสถานที่สำคัญในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ เกาะรัตนโกสินทร์ ประเพณีวันสงกรานต์ วันลอยกระทง เป็นต้น นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนต่างๆ เลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง หัตถกรรม ราคาเหมาะสม ทั้งราคาปลีก ราคาส่ง จาก ตลาดนัดจตุจักร เฟลิดเฟลินชีวิตไทยฯ จากตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องทฤษฎีของ Herzberg (1959) และการศึกษาของ บงกช อุทธิชัยนุวัฒน์ (2544) ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์ (2547) กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ยาวภา จันทรรต (2550) พนิดา อุทินันท์ (2550) ประเสริฐ (2552) Chinese National Tourism Administration (2552) หลังจากนั้น นักท่องเที่ยวจะพิจารณาปัจจัยอื่นๆ เช่น ด้านอาหาร ด้านการบริการ ด้านที่พัก และด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์ และเรียนรู้จากแหล่งท่องเที่ยว ตรงกับความต้องการ ความสนใจของนักท่องเที่ยวเอง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถชื่นชมวัฒนธรรมการบริการของไทยซึ่งมีหลากหลายรวมทั้งมาตรฐานสากลในระดับโรงแรมและมีบรรยากาศท้องถิ่นในชุมชน นักท่องเที่ยวที่นิยมอาหารไทยมีให้เลือกหลายอย่าง เช่น อาหารรสจัด อาหารทะเล อาหารจีน ฯลฯ ร้านอาหารระดับภัตตาคาร ระดับโรงแรม และระดับท้องถิ่น ให้เลือก มีที่พักให้เลือกหลากหลายรูปแบบและราคา และมีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดีเหมาะสม อย่างไรก็ตามจะสังเกตได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติแสดงความพึงพอใจต่อบริการด้านการบริการ เป็นอันดับรองลงมา ติดตามด้วยปัจจัยด้านอาหาร ด้านที่พัก และด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจต่อบริการด้านอาหาร เป็นอันดับรองลงมา ติดตามด้วย ด้านที่พัก ด้านบริการ และด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเพราะนักท่องเที่ยวส่วนมากรู้สึกดีต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับ ทางตรงกันข้ามหากได้รับการบริการที่ไม่ดี ก็มักจะมีทัศนคติลบ อาหารไทยมีหลากหลายและเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างๆ และมีให้เลือกหลายประเภท หลายระดับราคา เช่นเดียวกับที่พักในกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักได้ตั้งแต่ระดับเกสเฮาส์ จนถึงโรงแรมระดับห้าดาว ซึ่งกระจายกันอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เช่น ถนนข้าวสาร บางลำภู สาทร หรือริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ทั้งฝั่งพระนครและธนบุรี เป็นต้น สำหรับบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดีเหมาะสม เป็นที่ยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยวต่างๆ เพราะ กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงที่มีกิจกรรมต่างๆ สมารถให้นักท่องเที่ยวได้

ผลิตผลิตและเรียนรู้ เช่น งานวันสงกรานต์ ในฤดูร้อน งานวันเฉลิมพระชนมพรรษาของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ในเดือนสิงหาคม งานวันเฉลิมพระชนมพรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในเดือนธันวาคม พิธีสำคัญทางพุทธศาสนาต่างๆ เช่น วันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา เป็นต้น ซึ่ง ทพท (2551) กล่าวว่า กรุงเทพมหานคร ได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับโลกเพราะกรุงเทพฯ มีทุกอย่างที่นักท่องเที่ยวต้องการตั้งแต่สาธารณูปโภคทันสมัย การบริการที่มีมาตรฐานสากล อุดมด้วยวัฒนธรรมประเพณี และความหลากหลายของอาหารและโภชนาการ สอดคล้องกับองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว ของ **Charles R. Goeldner and J.R. Brent Ritchie (2549)** และการศึกษาของ **รูปนี สุวรรณดิตรชัย (2542) ฐฤกิจบัณฑิตโพล์ (2544) จุฑาภา ตาดพริ้ง(2545) โจพร เสรฐฐาภิวัตกุล (2544) วิทยา ทองรอด (2546) Cristian Hofmann et al (2546) และ Sharpley Richard (2549) ประเสริฐ (2552)** เพราะความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครขึ้นอยู่กับการณ์ที่นักท่องเที่ยวมีความสุขกับวันหยุดพักผ่อน ได้ทำกิจกรรมที่สนใจในช่วงการท่องเที่ยว ใช้เวลาการเดินทางที่เหมาะสม และ สัมพันธ์กับการท่องเที่ยว

การศึกษครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นตรงกันเกี่ยวกับปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากที่สุดเหมือนกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านบริการ ในระดับเห็นด้วย ส่วนปัจจัยด้านอาหาร และปัจจัยด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่เหลือทั้งสี่ด้านในระดับปานกลาง ซึ่งอาจจะเป็นเพราะ นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยชินกับอาหารไทยและสิ่งแวดล้อมของกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อปัจจัยทั้งห้าด้าน ในระดับเห็นด้วยและพึงพอใจทั้งหมด ซึ่งเป็นเพราะว่าการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ นักท่องเที่ยวต้องศึกษาแล้วว่าสอดคล้องกับความคาดหวัง ความสนใจ หรือ ตามคำแนะนำที่จากเพื่อน ญาติ และสื่อต่างๆ อย่างรอบคอบ และเมื่อได้มาท่องเที่ยวแล้ว รู้สึกประทับใจ สมปรารถนาอย่างที่คาดหวัง สำหรับปัญหาความไม่สงบนั้น นักท่องเที่ยวต่างชาติเชื่อว่าประเทศไทยไม่ได้เป็นเป้าหมายหลักของผู้ก่อการร้าย และปัญหาการเมืองเกิดขึ้นได้กับทุกประเทศ

ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรักษามาตรฐานให้สอดคล้องกับ
ความคิดเห็นและความพึงพอใจสำหรับนักท่องเที่ยว

1. ควรสำรวจและศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ
ชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครเป็นประจำทุกปี
2. ควรศึกษาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครทุกปี
3. ควรศึกษาปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครเป็น
ประจำทุกปี
4. ควรเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติใน
กรุงเทพมหานคร
5. ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการจัดกิจกรรมต่างๆในกรุงเทพมหานครสำหรับ
นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

1. ควรศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติใน
แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอื่นๆเช่น พัทยา เกาะสมุย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัด
ภูเก็ต เป็นต้น
2. ควรศึกษานักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีน
นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย นักท่องเที่ยวชาวยุโรป นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน เป็นต้น
3. ควรสำรวจและศึกษาปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวขอดีขอมต่างๆ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์
แหล่งดำน้ำสำคัญๆ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำอัมพวา แหล่งมรดกโลก เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กฤษฎี กาญจนกิตติ.(2541) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จ.เชียงใหม่.การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กัญญาพร จิตต์จำนงค์.(2550) การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย. www.huso.kku.ac.th/thai/research/abstract48/abstract48.html 6 พฤศจิกายน 2552
- กัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา เขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- เกิดศิริ เจริญวิศาล และ อำพร วิริยโกศล (2547) แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติตะรุเตา” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- “ตลาดจตุจักร” jaturjakguide.com.
http://www.jaturjakguide.com/home/content.php?page=about_jaturjak_market
6 พฤศจิกายน 2552
- จิพร เสธฐาภิวัดกุล (2544) การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรม และความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก <http://www.thaithesis.org/detail.php?id=1082544001177>
6 พฤศจิกายน 2552
- จุฑาภา ดาดพริ้ง (2545) การเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยบุรี
- ฐปนี สุวรรณฉัตรชัย(2542) การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย
- นันทน์พัทธ์ เตียตระกูล.(2006) The comparison of western tourist's satisfaction between original Thai Food in Thailand and fusion Thai Food abroad Independent Study M.B.A มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- นันทพร กิจกำจร (2551) งานวิจัย เรื่องการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมในเขตเทศบาลตำบลปาดตอง อำเภอกะปง จังหวัดภูเก็ต :
- <http://gotoknow.org/blog/nonthaporn/toc> 10 พฤศจิกายน 2552
- นันทรัตน์ นามบุรี การปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 14 จังหวัดภาคใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา :
- ประวิติ ททท. (2546-2553) :<http://thai.tourismthailand.org/about-tat/> 10 พฤศจิกายน 2552

พนิดา ฤตินิรมาน.(2006) **Tourist satisfaction in Chaingmai** Independent Study

M.B.A มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

เพชรรัตน์ ภูพันธ์ (2550) **Thai and foreign tourists' satisfaction concerning hearth tourism in**

BangkokMetropolis :library.utcc.ac.th/onlinehthesis /detail.asp?bib_id=130

10 พฤศจิกายน 2552

มธุวรรณ พลวัน(2546) **ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าเสา ต.ท่าเสา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม.วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**

ธุรกิจบัณฑิต โพลล์ (2544) **สำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร:**

<http://www.dpu.ac.th/researchcenter/poll.php?act=view&id=1> 10 ธันวาคม 2552

2550 “สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลก” :

<http://www.ryt9.com/s/dpup/85225> 10 ธันวาคม 2552

สิทธิชัย ชีวะโรธ (2549) **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจการท่องเที่ยว :**

กรณีศึกษา เขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี บทความ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

“ศูนย์การค้ามาบุญครอง” เอ็มบีเคเซ็นเตอร์_2553. : <http://www.mbk-center.co.th/th/>.

10 พฤศจิกายน 2552

ศูนย์วิจัยกรุงเทพ โพลล์ (2547) **พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน**

กรุงเทพมหานคร : <http://research.bu.ac.th/poll/result/poll269.php?pollID>

10 พฤศจิกายน 2552

บุญชม ศรีสะอาด (2535) **การวิจัยเบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่2 กรุงเทพฯ**

เขวภา จันทรสอน.(2550) **“ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดหนองมน**

จังหวัดชลบุรี.วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ 2551 **“ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่**

มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง มหาวิทยาลัยราชภัฏ

พระนครศรีอยุธยา

วลัยลักษณ์ บุญปราบ (2542) **การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย**

จังหวัดสุราษฎร์ธานี : http://www.thaiedresearch.org/thaied/index.php?q=thaied_results&-table=thaied_results&-action=browse&-cursor=149&-skip=120&-limit=30&-mode=list&-sort=id+asc&-recordid=thaied_results%3Fid%3D151 10 พฤศจิกายน 2552

สิริการณ์ ไญบุญ (2006). **Satisfaction of Asian and non Asian tourists toward service in**

Bangkok five-star hotels Independent Study M.B.A มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ประเสริฐ (2552) รายงานจากททท วิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ :

<http://mingtourism.wordpress.com/2009/02/> 10 พฤศจิกายน 2552

สุนีย์ ล่องประเสริฐ (2550) **"Tourist satisfaction" Affecting of Factors to Attractions Development Case Study at Koh Samui District, Surat Thani Province.:**

ndc.prd.go.th/pageconfig/viewcontent/viewcontent1.asp?pageid=449&parent=220&directory...2829: 10 พฤศจิกายน 2552

ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา (2550) **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี**

Bobby J. Calder^a and Barry M. Staw : **Self-perception of intrinsic and extrinsic motivation**

Journal of Personality and Social Psychology Volume 31, Issue 4, April 1975, Pages 599-605

Dong-Wan Ko and William P. Stewart(2002): **A structural equation model of residents' attitudes for tourism development** ,Tourism Management Volume 23, Issue 5, October 2002, Pages 521-530

Ebrahim A. Maidani **Comparative study of Herzberg's Two-Factor Theory of job satisfaction among public and private sectors** Public Personnel Management, Vol. 20, 1991

Goeldner, Charles R. and Richi Brent JR : **Tourism Principles, Practices, Philosophies** 10th editions John Wiley and son Inc. New Jersey US.2006

Freeman (1978) **Job satisfaction as an economic variable** : <http://www.jstor.org/pss/1816677> 10 ธันวาคม 2552

Hofmann, Christian ,Kriengtape Weeranathanaphan and Littmann, Michael **"Tourist satisfaction" Expectation and Satisfaction of German Tourists toward the Information Services Provided in German by Thai Tourist Guides.** มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีที่24 ฉบับที่ 1 (ม.ค.-เม.ย.) หน้า 65-87

"Interest theory" :www.people.fas.harvard.edu/~kfoster/Theory.html: 10 พฤศจิกายน 2552

John B.Miner **Essential Theories of Motivation and Leadership** M.E. Sharpe Inc. New York 2005

"Maslow's hierarchy of needs"

http://tabacco.blogcity.com/maslows_hierarchy_of_needs__physiological_level_1_to_selfact.htm 10 พฤศจิกายน 2552

Ministry of Tourism and Sports:

[http://en.wikipedia.org/wiki/Ministry_of_Tourism_and_Sports_\(Thailand\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Ministry_of_Tourism_and_Sports_(Thailand))

20 พฤศจิกายน 2552

Satisfaction of tourist: library.utcc.ac.th/opac/nonm_detail.asp?bib_no=000000000117571

10 พฤศจิกายน 2552

Satisfaction theory: www.enotes.com/gale-psychology-encyclopedia/drive-reduction-theory.

10 พฤศจิกายน 2552

Satisfaction theory : www.surveyz.com/howto/customer-satisfaction-theory.htmldrive-reduction-theory. 10 พฤศจิกายน 2552

Sharpley Richard (2006) **Travel and Tourism** SAGE Publications Ltd, London, UK.

Self-perception theory : http://en.wikipedia.org/wiki/Self-perception_theory#Further_evidence.

10 พฤศจิกายน 2552

Tourism : <http://www.tddf.or.th/tddf/newsroom/detail.php?id=0004868> 10 พฤศจิกายน 2552

Tourism in Bangkok: http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Bangkok 10 ธันวาคม 2552

Tourism in Thailand : http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Thailand 10 ธันวาคม 2552

