



ภาคนิพนธ์

เรื่อง แรงงูใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้  
ที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย

โดย

นางสาว สุชาทิพย์ สุขศรีนาค

รหัสนักศึกษา 05550534

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปันสุวรรณ

ภาคนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2558

## กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์เรื่องนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลหลายท่านที่ได้ให้โอกาสและความช่วยเหลือ รวมไปถึงให้คำแนะนำเป็นอย่างดีและรับฟังความคิดเห็นตลอดระยะเวลาการทำงานวิจัย

ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปั่นสุวรรณ ซึ่งท่านได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวยาวเกาหลิได้ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถาม รวมไปถึงการให้ข้อมูลส่วนตัวต่างๆ ซึ่งมีส่วนช่วยทำให้ภาคนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจที่ดีตลอดมาและคอยผลักดันให้มีความตั้งใจในการทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

นางสาวสุชาทิพย์ สุขศรีนาค

มหาวิทยาลัยศิลปากร

วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ปี พ.ศ. 2559

**ชื่องานวิจัย** แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวสุรชาติพิศ สุขศรีนาค รหัสนักศึกษา 05550534

**อาจารย์ที่ปรึกษา** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปั่นสุวรรณ

**ปีการศึกษา** 2558

### **บทคัดย่อ**

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมหาศาล อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยว แรงจูงใจ แรงผลักดัน กิจกรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ โดยใช้ข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ตลอดจนเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวจำนวน 60 คน ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและการออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต ในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559 ผลการศึกษาสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เป็นกลุ่มที่อ่อนไหวต่อข่าวสารด้านการเมือง ภัยพิบัติและความปลอดภัย มีวัตถุประสงค์หลักคือการพักผ่อน รูปแบบที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ชื่นชอบมากที่สุดคือการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 18-35 ปี จัดการการเดินทางด้วยตนเอง มากับเพื่อนในเที่ยว 4-7 วัน ชื่นชอบการนวดแผนโบราณ เลือกรับประทานอาหารไทย ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่ระลึกของไทย และมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวของไทยอยู่ในระดับปานกลาง

**คำสำคัญ** แรงจูงใจ,แรงผลักดัน,พฤติกรรม , นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้, การท่องเที่ยว, ประเทศไทย

## คำนำ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษารายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ อุดสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยวมหาศาล อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อีกทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ยังเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้จัดทำภาคนิพนธ์นี้ขึ้น โดยศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยว แรงจูงใจ แรงผลักดัน กิจกรรมและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าภาคนิพนธ์ฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ เนื่องด้วยข้อมูลมีจำกัดอาจทำให้เนื้อหาไม่สมบูรณ์เท่าที่ควรหากภาคนิพนธ์ฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใดต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

สุธาทิพย์ สุขศรีนาค

ผู้วิจัย

## สารบัญ

### หน้า

กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อ.....	ข
คำนำ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพประกอบ.....	ช
สารบัญแผนภูมิ.....	ซ

### บทที่ 1 บทนำ

ที่มาและความสำคัญของ ปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของ การศึกษา.....	2
ขอบเขตของ การศึกษา.....	2
นิยามศัพท์ เฉพาะ.....	3
ประโยชน์ที่จะ ได้รับ.....	3

### บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม

ความรู้ พื้นฐาน.....	4
แนวคิดและ ทฤษฎี.....	8
นโยบายที่ เกี่ยวข้อง.....	10
ข้อมูลพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ ศึกษา.....	15
งานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง.....	28

### **บทที่ 3 วิธีการศึกษาและการดำเนินงาน**

แหล่งที่มาของข้อมูล.....	31
การจัดการข้อมูล.....	32
วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
เทคนิคและเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการวิเคราะห์.....	33

### **บทที่ 4 ผลการศึกษา**

นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในและข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย.....	34
ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนและกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย.....	39
ผลกระทบจากการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย.....	42

### **บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล**

สรุปผลการศึกษา.....	46
การอภิปรายผล.....	47
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	48
บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก ก.....	54
ภาคผนวก ข.....	62

ภาคผนวก ก.....63



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้.....	41
4.2 แสดงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่ศึกษากรุงเทพมหานคร.....	44
4.3 แสดงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่ศึกษาจังหวัดชลบุรี.....	45

## สารบัญภาพประกอบ

รูปภาพที่	หน้า
2.1 แผนภาพแสดงความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์	12
2.2 แผนที่กรุงเทพมหานคร	16
2.3 ภายในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	18
2.4 ด้านหน้าพระที่นั่งอนันตสมาคม	19
2.5 บรรยากาศโดยรอบตลาดนัดจตุจักรวันเสาร์อาทิตย์	20
2.6 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี	22
2.7 ชายหาดเมืองพัทยา	25
2.8 พระบรมธาตุเจดีย์มหาจักรีพัฒน์ทรงลังกาสีขาว	26
2.9 พระพุทธรูปแกะสลักหน้าผาเขาชีจรรย์เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย	27
4.1 การถ่ายรูปที่ระลึกร่วมกับกลุ่มทัวร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนบริเวณวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	43
4.2 การซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนบริเวณหน้าวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	44
4.3 การซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนบริเวณหน้าวัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร จังหวัดชลบุรี	45

## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรกที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2557.....	37
4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552- 2557.....	38
4.3 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบ่งตามพื้นที่ศึกษากรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี .....	39
4.4 ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้.....	40

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมหาศาล อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว โดยจะเห็นได้จากสถิติตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 11,650,703 คน คิดเป็นรายได้จากการท่องเที่ยว 367,380.36 ล้านบาท จนกระทั่งปี พ.ศ. 2557 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 24,809,683 คน ส่งผลให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 1,147,653.49 ล้านบาท (สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว, 2558) ซึ่งนับว่าเป็นการเติบโตที่รวดเร็วภายในระยะเวลาหนึ่งทศวรรษ และยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีภูมิประเทศและศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย นอกจากนี้คนไทยยังมีนิสัยใจดี

และขี้มง่ายทำให้คู่แข่งเป็นมิตรอีกด้วย

ในปี พ.ศ.2557 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยถึง 1,122,566 คน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547) ซึ่งจัดเป็นอันดับ 4 จากนักท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชียตะวันออก และมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้เติบโตอย่างรวดเร็วและประสบความสำเร็จตามนโยบายทางการเมืองส่งผลให้ประชากรเกาหลีใต้มีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยว โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเกาหลีนิยมไปได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่และกาญจนบุรี

ประเทศไทยเป็นที่รู้จักของประชากรเกาหลี โดยเริ่มจากภาพยนตร์เรื่อง Bangkok Dangerous ที่เข้าฉายในเกาหลีเมื่อปี พ.ศ.2544 ซึ่งภาพยนตร์เรื่องนี้มีสถานที่ถ่ายทำในประเทศไทยนั่นเอง อีกทั้งยังมีศิลปินไทยซึ่งทำงานในเกาหลี อาทิ นิชคุณ 2PM , แอมแบม GOT7 และนัททิว เป็นผู้เผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเกาหลี ส่งผลให้ประชากรเกาหลีรู้จักประเทศไทยมากขึ้นนั่นเอง (<http://kyotoreview.org>, 2558)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจและแรงผลักดันที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีความสนใจที่จะศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ พร้อมทั้งศึกษารูปแบบและพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้อีกด้วย

## 2.วัตถุประสงค์

- 1.เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย
- 2.เพื่อศึกษารูปแบบ กิจกรรมและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 3.เพื่อศึกษาแรงจูงใจ แรงผลักดัน และแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

## 3.ขอบเขต

พื้นที่ศึกษากรุงเทพมหานคร

## 4.นิยามศัพท์เฉพาะ

### แรงจูงใจ

หมายถึง เครื่องมือทั้งหมดที่กำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นแนวคิดทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา - พลังทางด้านจิตวิทยา คือ ความต้องการทำสิ่งต่างๆ เช่น อยากว่ายน้ำ อยากปีนเขา- พลังทางด้านสังคมวิทยา คือ ความอยากมีหน้ามีตาในสังคม อยากทันสมัย อยากดูมีระดับ

### แรงผลักดัน

หมายถึง แรงจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจทางด้านจิตวิทยาหรือความต้องการภายในตัวนักท่องเที่ยวที่เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว

### พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

## 5.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวเกาหลีที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 2.ทำให้ทราบถึงรูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาหลีที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 3.ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจ แรงผลักดัน และแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาหลีที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

#### 1. นิยามความหมาย

##### 1.1. ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว (Tourism)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ให้ความหมายของ“การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึงการเดินทางใดๆก็ตาม เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล3ประการดังนี้

**ประการที่ 1** การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร

**ประการที่ 2** การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเองไม่ใช่เป็นการถูกบังคับไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

**ประการที่ 3** เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมชมญาติมิตร เพื่อความบันเทิงเริงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2545 : 39 )

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังต่อไปนี้

1.1.1. เป็นแหล่งที่มาของรายได้ นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 เป็นต้นมานั้น รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกอื่นๆ

1.1.2. ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าการชำระเงินระหว่างประเทศ ในปีพ.ศ.2550 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินคุณนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก

1.1.3. ช่วยสร้างอาชีพ และการจ้างงานอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการโดยเฉพาะในธุรกิจทางตรงเช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัท นำเที่ยวฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริมเช่น หัตถกรรมพื้นบ้านการใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

1.1.4. ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชกรอย่างกว้างขวาง เกิดการสร้างงานล. เองอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตงานหัตถกรรม

พื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น จะเป็นอาชีพเสริมทำรายได้เป็นอย่างดี หรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยวด้วย

1.1.5. ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใด ก็จะใช้จ่ายเป็นค่าอาหารซื้อผลิตภัณฑ์ในเมืองและหากพักแรมก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่ก็จะกระจายไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่างๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ก็จะมีกำไรใช้วัสดุพื้นบ้าน มาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้จะเป็นรายได้เล็กๆน้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมากก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งจะกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมาก เมื่อเทียบกับผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

1.1.6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย เรียกได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆจากสถิติที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือเมื่อปี พ.ศ. 2549 นักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคนในปี พ.ศ. 2550 กระนั้นก็ตามนักวิชาการทางการท่องเที่ยวก็ยังเชื่อว่า ปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นแต่เพียงแค่การเริ่มต้นเท่านั้น เพราะว่าประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลาในขณะที่วิวัฒนาการด้านการขนส่งที่สามารถขนส่งผู้โดยสารได้จำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลงการเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงดังแต่ก่อนเท่านั้นการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติประกาศว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน”

1.1.7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศ และสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้างขึ้น เช่นพระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น และรวมถึงขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืน ไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ ดังเช่นการผลิตด้านเกษตรกรรม หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

1.1.8. ไม่ต้องลงทุนเป็นจำนวนมาก ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุน และหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมที่มีอยู่ดั้งเดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (สมพุทธ ฐระเจน ,2540 : 98-101)

## 1.2 รูปแบบการท่องเที่ยว



องค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1.2.1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) ประกอบด้วย

1.2.1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2.1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine cotourism) หมายถึงการท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2.1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็น หินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษารวมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ มีจิตสำนึกต่อการรักษา สภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.2.1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.2.1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

#### 1.2.2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) ประกอบด้วย

1.2.2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อการรักษาและมรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อม โดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.2.2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

1.2.2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อการรักษาและมรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

### 1.2.3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ประกอบด้วย

1.2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa)

1.2.3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (edu-meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

1.2.3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้านวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

1.2.3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดาน โตคลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

1.2.3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

1.2.3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (home stay & farm stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

1.2.3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

1.2.3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (incentive travel) หมายถึงการจูงใจให้แก่มูลงคค่าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจูงใจให้รางวัลและจูงใจให้รางวัล โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักแรมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจูงใจการพักแรมตั้งแต่ 2 – 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

1.2.3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/I= incentive/C=conference / E=exhibition) เป็นการจูงใจให้แก่มูลงคค่าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจูงใจให้

ก่อนการประชุม (pre-tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (post-tour) โดยการจัดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุม โดยตรง หรือสำหรับผู้เข้าร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักค้างแรม 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว 1.2.3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวที่คัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 – 7 วันหรือมากกว่านั้นเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (eco-agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (geo-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (agro-cultural tourism) เป็นต้น

### 1.3. ความหมายของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่ อันมิใช่ที่พักถาวรของตนซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน)แต่ไม่เกิน 90 วันเป็นการเดินทางโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใช้เพื่อการไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งนั้น ไม่นับเป็นนักท่องเที่ยวจำแนกเป็น 2 ประเภทดังนี้ (สายใจ ตั้งวิริยะกุลชัย ,2546 : 77 )

1.3.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourist International Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

1.3.2 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่หรือ ที่พักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจเป็นคนไทย หรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ อันมิใช่จังหวัดที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พักถาวร (ชาย โพธิ์สิตา ,2549 : 86 )

### 1.4. ประเภทของนักท่องเที่ยว

จัดประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้

#### 1.4.1 ตามการจัดการเดินทาง

1.4.1.1 Mass Tourists กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก และมีการเดินทางท่องเที่ยวในรายเดียวกัน พักโรงแรมในระดับเดียวกัน รับประทานอาหาร และทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในแบบเดียวกัน

1.4.1.2 EcoTourists นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ที่มุ่งรักษา สภาพแวดล้อมของระบบนิเวศน์

1.4.2 ตามจำนวนมากน้อยของนักท่องเที่ยว

1.4.2.1 เป็นกลุ่ม (Group Tour หรือ Escort Tour)

1.4.2.2 เป็นส่วนบุคคล (Independent Tour)

1.4.3 ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้นซึ่งแบ่ง ได้ 8 ประการ คือ

1.4.3.1 การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด (holiday-mass Popular individual)

1.4.3.2 การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion)คือการเดินทางเพื่อ เรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมต่างๆ เช่นการศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ ดนตรี ละครและการนมัสการ ศูนย์ศาสนา เป็นต้น

1.4.3.3 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) การเดินทางเพื่อการทำวิจัย หรือเพื่อ การศึกษา การสอนหนังสือการฝึกอบรม คุงานต่างประเทศซึ่งจะต้องพำนักอยู่สถานที่นั้นๆ เป็นเวลานาน

1.4.3.4 การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและบันเทิง (Sport and Recreation) คือ การเดินทางไปชม หรือร่วมแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่างๆ

1.4.3.5 การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and special interests)

1.4.3.6 การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) การท่องเที่ยวเพื่อการทำงานอดิเรก เช่น การ วาดภาพ การเขียนนวนิยาย เป็นต้น

1.4.3.7 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (visiting Friend and Relative) คือการท่องเที่ยวเพื่อ ธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจะทำธุรกิจเสร็จสิ้น แล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

1.4.4 ตามวิธีการเดินทาง

1.4.4.1 แบบเหมาจ่าย (Package Tour)

1.4.4.2 แบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Tour)

1.4.4.3 แบบเป็นรางวัล (Incentive Tour)

#### 1.4.4 แบบเช่าเหมาลำ (Charter Tour)

1.4.5 ตามอายุ

1.4.6 ตามเพศ

1.4.7 ตามฐานะทางสังคม

1.4.8 ตามประสบการณ์และบทบาท

### 1.5. จุดมุ่งหมายของการเดินทาง

สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อไปประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายๆอย่างต่อไปนี้

1.5.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า “Leisure Tour” หรือ Recreation Tour หรือ Holiday Tour มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนในวันหยุด เพื่อการแสวงหาความสนุกสนาน บันเทิง รวมถึงการไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ชมการแสดง การเล่นกีฬา และนันทนาการ เป็นต้น

1.5.2 การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Business Tour หรือ Business Travel หรือ Professional Travel ซึ่งเป็นการเดินทางของนักธุรกิจโดยมีกิจกรรมด้านธุรกิจเป็นจุดมุ่งหมายหลัก เช่น การเดินทางไปร่วมประชุม สัมมนา เจรจาธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็อาจมีการพักผ่อน หย่อนใจเป็นส่วนประกอบด้วยก็ได้ในประเทศอุตสาหกรรม รายได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มีอยู่ สูงมากเพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้เดินทางตลอดทั้งปีไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลทั้งเป็นผู้ที่สามารถเสียค่าใช้จ่ายได้สูง

1.5.3 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Incentive Tour ซึ่งมักจะจัดให้แก่พนักงานและลูกค้าของบริษัทนั้นๆ และหน่วยงานต่างๆ หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้แก่บริษัท และหน่วยงานนั้นๆ การเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อธุรกิจรวมอยู่ด้วยก็ได้ เช่น จัดให้ไปชมโรงงานผลิตสินค้า หรือไปประชุมสัมมนาที่มีกิจกรรมสังสรรค์เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์เป็นต้น

1.5.4 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Meeting Convention & Exhibition Tour โดยนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าร่วมประชุมสัมมนา หรือไปชมการแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการในโอกาสต่างๆ

1.5.5 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษเฉพาะกลุ่ม (Special Interest Group Tour) คือจัดขึ้นเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬาหรือเล่นกีฬา การเที่ยวชมธรรมชาติ และคูสัตว์ป่า การเที่ยวถ้ำ การดำน้ำดูปะการัง และสัตว์น้ำ และการชมโบราณสถาน เป็นต้น

## 1.6. องค์ประกอบที่สนับสนุนการท่องเที่ยว

องค์ประกอบสำคัญที่สนับสนุนการท่องเที่ยวได้แก่ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวรวมถึงความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง และการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐและองค์กรต่างๆ

### 1.6.1 ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว

ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวเป็นข้อความที่มีจุดประสงค์เพื่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้ที่ให้บริการทางการท่องเที่ยว และตัวนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้ใช้บริการทางการท่องเที่ยว

### 1.6.2 ลักษณะข้อมูลข่าวสารและสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ให้แก่คนในท้องถิ่น

1.6.2.1 การสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว และนำเสนอในสิ่งที่คนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งที่ควรจะทำปฏิบัติเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น การรณรงค์ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยว การรณรงค์ไม่โกงราคานักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยใช้สื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือแบบเรียน แผ่นพับ นิตยสาร เอกสารสิ่งพิมพ์ในชุมชน และหนังสือพิมพ์โทรทัศน์ วิทยุ ผู้นำในท้องถิ่น และสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น เป็นต้น

1.6.2.2 การอบรมการนำเที่ยวให้แก่คนในท้องถิ่น โดยการให้ความรู้ที่เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและความสำคัญของท้องถิ่น เพื่อให้สามารถเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวได้ โดยใช้สื่อ คือผู้นำในท้องถิ่น และสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น (กมลรัฐ อินทรทัศน์ ,2549 : 67 )

### 1.6.3 ลักษณะข้อมูลข่าวสารและสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยว

1.6.3.1 รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว งานเทศกาล รวมทั้งแผนที่ท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการเดินทางท่องเที่ยวโดยสื่อต่างๆ ได้แก่ แผ่นพับ หนังสือ เช่น Lonely Planet นิตยสาร เช่น อนุสาร อสท. ซีดีรอม ซึ่งสามารถให้ข้อมูลได้ทั้งภาพเสียงและข้อความ อินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ของสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ เช่น [www.tat.or.th](http://www.tat.or.th) และ [www.tourismthailand.org](http://www.tourismthailand.org) เครื่องคอมพิวเตอร์ระบบจอสัมผัส (kiosk) มีลักษณะเป็นตู้คอมพิวเตอร์ซึ่งสามารถนำเสนอข้อมูลด้วยภาพเสียงและข้อความ นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลได้ด้วยการสัมผัส ภาพบนหน้าจอเพื่อเข้าไปยังข้อมูลที่ต้องการ

1.6.3.2 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงนักท่องเที่ยว เช่นการนำเสนอรายการนำเที่ยว ในราคาพิเศษ รวมถึงการลดราคาค่าห้องพักโดยใช้สื่อ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา แถบพาดข้อความโฆษณาในเว็บไซต์ (Banner) เว็บไซต์ของบริษัทนำเที่ยวและโรงแรม

1.6.3.3 การแนะนำสิ่งให้นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติ (Do and Don't) เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวไปเยือน

1.6.3.4 การเตือนในสิ่งให้นักท่องเที่ยวควรให้ความระมัดระวังและแนะนำการป้องกันเช่น การหลอกกลวงในรูปแบบต่างๆโรคระบาด

## 2.แนวคิดและทฤษฎี

### 2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ

นฤมล สมิตินันท์ ,(2527: 40-42) ได้อธิบายไว้ว่า ในทางพฤติกรรมศาสตร์ กล่าวว่า การแสดงพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์เกิดจากแรงกระตุ้น แต่ไม่จำเป็นว่าการแสดงพฤติกรรมอย่างเดียวกันจะมาจากแรงกระตุ้นที่เหมือนกันเสมอไป การเดินทางไปยังที่ต่างๆของแต่ละบุคคล อาจมีแรงจูงใจขึ้นพื้นฐานที่กระตุ้นให้มนุษย์ออกเดินทางแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1.แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ แรงจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ

2.แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ความต้องการที่อยากที่จะรู้เกี่ยวกับประเทศอื่นๆ เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ ศาสนาและกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวกับทางด้านวัฒนธรรม

3.แรงจูงใจที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่จะได้พบคนใหม่ๆ เยี่ยมเยือนเพื่อนหรือเครือญาติ หลีกหนีจากการดำรงชีวิตประจำวัน หลีกหนีจากครอบครัวและเพื่อนบ้าน

4.สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติยศชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) มีความสัมพันธ์กับความต้องการ การยกย่องและพัฒนาตนเอง ซึ่งการเดินทางในด้านนี้เป็นการเดินทางเพื่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา การศึกษา

### 2.2 ทฤษฎีแรงผลักดัน

ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) นับเป็นปัจจัยจูงใจทางด้านจิตวิทยาสังคม หรือความต้องการภายในตัวบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จูงชวน



ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว (Dann, 1977 และ Crompton, 1979 อ้างในนิรันดร ทวีไชย, 2550) ตามทฤษฎีลำดับขั้นแรงจูงใจในการเดินทาง (Travel Career Ladder – TCL) ของ Pearce และ Caltabianoc (1983, อ้างในนิรันดร ทวีไชย, 2550) ที่ได้ประยุกต์ทฤษฎีการจัดลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เพื่ออธิบายแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นลำดับขั้น 5 ขั้น เช่นเดียวกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางมากขึ้น ก็จะแสวงหาความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการในลำดับที่สูงขึ้น ซึ่งแรงจูงใจ 5 ลำดับขั้นในการเดินทาง (Travel Career Ladder – TCL) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ขั้นที่ 1. ขั้นผ่อนคลายอารมณ์ เป็นขั้นที่ถูกกำหนดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายที่ต้องการพักผ่อนหรือทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น หรือการผ่อนคลายอารมณ์ นับเป็นจุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวที่จะเริ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เช่น นักท่องเที่ยววัยรุ่นน่าจะได้รับความแรงจูงใจจากความต้องการการพักผ่อนหรือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาร่างกายหรือความเพลิดเพลิน อาทิ การเดินทางเพื่อปีนเขา จิมน้ำ ว่ายน้ำ ฯลฯ ซึ่งขั้นผ่อนคลายอารมณ์นี้ นับว่าเป็นแรงจูงใจขั้นพื้นฐานในลำดับขั้นความต้องการทางด้านกายภาพ (Physical needs)

ขั้นที่ 2. ขั้นถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้า เป็นขั้นที่ถูกกำหนดทั้งจากตัวนักท่องเที่ยวเองและผู้อื่น ได้แก่ ความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยกล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางและมีประสบการณ์มากขึ้น เขาจะได้รับความแรงจูงใจจากขั้นที่สูงขึ้น เช่น บุคคลเกิดความกังวลใจเกี่ยวกับสุขภาพเนื่องจากความเครียดจากการทำงานที่จะสร้างความไม่ปลอดภัยแก่ชีวิต ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะเดินทางเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด ขั้นถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้านี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)

ขั้นที่ 3. ขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น ก็เป็นขั้นที่ถูกกำหนดทั้งจากตัวนักท่องเที่ยวเองและผู้อื่น เช่นกัน ได้แก่ การมอบและการได้รับความรัก ความรู้สึกที่ดีให้แก่ผู้อื่น การรักษาและสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น การได้อยู่ร่วมกับสมาชิกกลุ่ม กล่าวคือ หลังจากการที่นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เพิ่มขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวจะได้รับความแรงจูงใจในขั้นที่สูงขึ้นไปอีกทำให้เกิดแรงจูงใจจากขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น โดยการเดินทางเพื่อการได้อยู่ร่วมหรือทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนฝูง หรือกลุ่มสังคมที่เขาเป็นสมาชิก ทำให้สามารถรักษาสัมพันธภาพระหว่างสมาชิกกลุ่มได้ ซึ่งขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นนี้ จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม (Belonging and Social Needs)

ขั้นที่ 4. ขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง เป็นขั้นที่กำหนดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง เช่น การพัฒนาทักษะของตนเอง ความสนใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นพิเศษ หรือการพัฒนาความสามารถในด้านใดด้านหนึ่ง และเป็นขั้นที่ถูกกำหนดโดยผู้อื่น เช่น การได้รับรางวัลจากภายนอก การได้รับเกียรติ ความหลงใหลในการท่องเที่ยว ความภาคภูมิใจในตนเองจากการถูกมองว่าเป็นผู้ชำนาญในการท่องเที่ยว กล่าวคือ ขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเองนั้น จะเป็นขั้นที่บุคคลได้รับความแรงจูงใจเพื่อการเดินทางจากการที่นักท่องเที่ยว

รู้สึกว่าการเดินทางทำให้ได้พัฒนาตนเอง ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ที่สนใจ หรือรู้สึกภาคภูมิใจจากการเป็นผู้มากด้วยประสบการณ์ในการเดินทาง ซึ่งขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเองนี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs)

ขั้นที่ 5. ขั้นบรรลุความปรารถนา เป็นขั้นที่ไม่ได้ถูกกำหนดขึ้นจากผู้อื่น หากแต่เป็นขั้นที่บรรลุตามสิ่งที่ใฝ่ฝัน มีความเข้าใจในตนเองมากขึ้น ได้พบกับความสงบสุขภายในจิตใจ กล่าวคือขั้นบรรลุความปรารถนาที่เป็นแรงจูงใจขั้นสุดท้ายหรือขั้นสูงสุด ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการได้เดินทางไปยังสถานที่แห่งหนึ่งเป็นการบรรลุถึงสิ่งที่ใฝ่ฝันไว้ หรือการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ทำให้รู้จักตนเองมากขึ้น ซึ่งขั้นบรรลุความปรารถนาก็จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs)

### 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมจากภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัสส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้เดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมได้เขาปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์ หรือ โอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรทำในยามที่คลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะ ที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดในแบบต่างๆเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พหุปรายมากที่สุด ในสถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลา ที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือการตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกไว้แล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าการกระทำกิจกรรมเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวกิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆอาจได้ผลตามที่คาดไว้หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อการพักผ่อนในวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และได้ทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปแล้วนั้นไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย และไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆมาเพื่อตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการ เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่เกิน ความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย ในเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ.2551 นั้นนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าวจะเกิดความผิดหวัง เพราะได้เกิดความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปยังเมืองอื่นที่มีความปลอดภัยมากกว่า

### 3.นโยบายที่เกี่ยวข้อง

#### 3.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองการท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2555-2559

มีแนวทางการพัฒนากองการท่องเที่ยวไทยโดยกำหนดวิสัยทัศน์เป้าประสงค์เป้าหมาย พันธกิจและยุทธศาสตร์การพัฒนาดังนี้

#### วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน”

#### เป้าประสงค์

1. ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนากิจกรรมที่สร้างมูลค่าและคุณค่า
3. สร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

### เป้าหมาย

1. อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับ 1-7 ของทวีปเอเชีย

1.1 อันดับขีดความสามารถด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับ 1-7 ของทวีปเอเชีย

1.2 อันดับขีดความสามารถด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1-7 ของทวีปเอเชีย

1.3 อันดับขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ธรรมชาติและวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1-7 ของทวีปเอเชีย

2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5

3. กลุ่มท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา 8 กลุ่มท่องเที่ยว

### พันธกิจ

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล

2. พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมสังคม และวิถีชีวิตของชุมชน

3. เตรียมความพร้อมของภาคบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลง และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

4. สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

5. บูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวให้มีเอกภาพ ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ สร้างกลไกในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

### ยุทธศาสตร์

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ภารกิจ วัตถุประสงค์และเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559 จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

### 3.2 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2554-2558

ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์การพัฒนา ยุทธศาสตร์ ดังนี้

#### วิสัยทัศน์

กรุงเทพมหานครเป็นมหานครท่องเที่ยวที่ดีที่สุด (Bangkok: The Best Tourism Destination for All)

#### พันธกิจ

พัฒนาทรัพยากรและการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยกลไกการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายสู่คุณภาพการบริการด้วยมิตรไมตรี

#### เป้าประสงค์การพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

1. กรุงเทพมหานครเป็นมหานครท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. กรุงเทพมหานครพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

3. กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรมนุษย์ทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

4. กรุงเทพมหานครมีการบริหารจัดการด้วยกลไกเชิงเครือข่าย

5. กรุงเทพมหานครมีคุณภาพการบริการที่ทัดเทียมสากลบนฐานความเป็นไทย

#### ยุทธศาสตร์การพัฒนา การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ยุทธศาสตร์ที่ 1 อนุรักษ์และพัฒนา ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

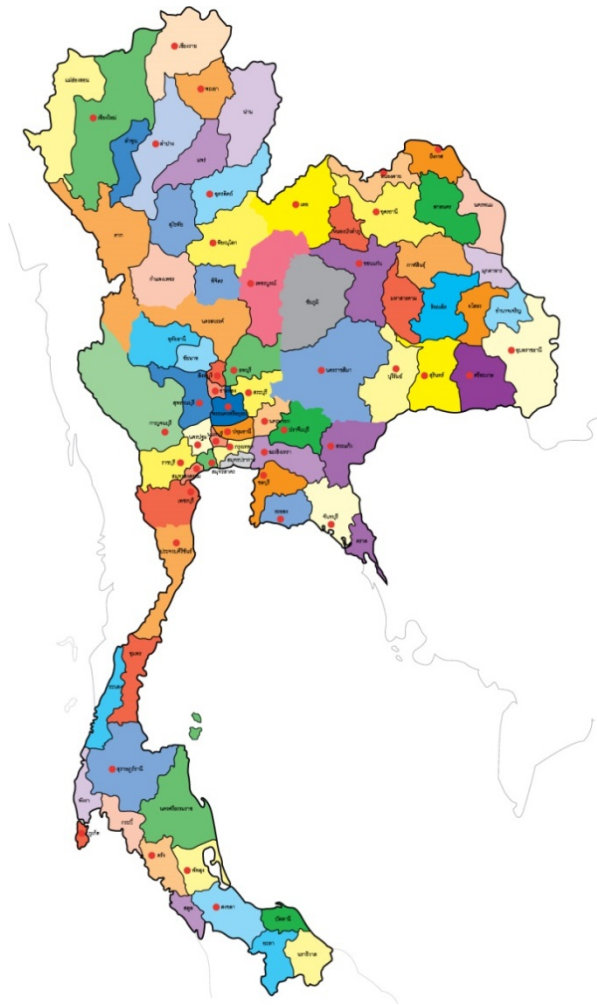
ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาและส่งเสริมทางการตลาดท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เพิ่มประสิทธิภาพกลไก การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพทรัพยากร มนุษย์ด้านการท่องเที่ยว

## ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาคุณภาพการบริการ ทางการท่องเที่ยว

## 4.ภูมิศาสตร์



ภาพที่ 1 แผนที่แสดงจังหวัดต่างๆของประเทศไทย  
ที่มา : <http://f.ptcdn.info> (2558)

### 4.1 กรุงเทพมหานคร

#### 4.1.1ประวัติ

กรุงเทพมหานคร เดิมเรียกกันว่า "เมืองบางกอก" ต่อมาเมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงปราบดาภิเษกเป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี เมื่อวันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2325 ทรงโปรดเกล้าฯให้สร้างพระราชวังทางคู่งแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแนวคูเมืองทางด้านตะวันตกเฉียงใต้

เมื่อแรกสร้างกรุงเทพฯ คงมีพื้นที่เฉพาะเขตกำแพงเมืองเท่านั้น คือ กำแพงเมืองยาวประมาณ 7 กิโลเมตร ด้านตะวันออก เลียบตามแนวคูเมืองที่ขุดแยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาที่บางลำพู มาออกแม่น้ำเจ้าพระยา ทางด้านทิศใต้ใกล้สะพานพุทธยอดฟ้าฯ เรียกว่า คลองบางลำพู และคลองโอบอ่างด้านตะวันตกใช้แม่น้ำเจ้าพระยาเป็นคูเมืองแต่มิได้สร้างกำแพงเมืองเหมือนด้านตะวันออก รายรอบกำแพงเมืองและริม

แม่น้ำเจ้าพระยามีป้อมอยู่ 14 ป้อม มีประตูเมืองขนาดใหญ่ 16 ประตู ประตูเมืองขนาดเล็ก ที่เรียกว่าช่องกุด อีก 47 ประตู เนื้อที่ในครั้งนั้นมีเพียง 2,163 ไร่ พื้นที่นอกกำแพงเป็นทุ่งนาปลูกข้าว

อาณาเขตของกรุงเทพฯ ในขั้นแรกถือเอาแนวคูเมืองเดิมฝั่งตะวันออกของกรุงธนบุรีคือแนวคลองหลอด ตั้งแต่ปากคลองตลาดจนออกสู่แม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณสะพานปิ่นเกล้า เป็นบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ มีพื้นที่ประมาณ 1.8 ตร.กม.

บริเวณที่สร้างพระราชวังนั้น เดิมเป็นที่อยู่อาศัยของพระยาราชเศรษฐีและชาวจีน ซึ่งได้โปรดให้ย้ายไปอยู่ที่สำเพ็ง ในการก่อสร้างพระราชวังโปรดให้พระยาศรมาธิบดี กับพระยาวิจิตรนาวิเป็นแม่กองคุมการก่อสร้าง และทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างเมืองบางกอกขึ้นเป็นเมืองหลวงใหม่แทนกรุงธนบุรี โดยสืบทอดศิลปวัฒนธรรมจากกรุงศรีอยุธยา ทรงทำพิธียกเสาหลักเมืองเมื่อวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2325 แล้วทรงเสด็จขึ้นเสวยราชสมบัติเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2325 ทรงพระราชทานนามพระนครนี้ว่า

"กรุงเทพมหานคร บวรรัตนโกสินทร์ มหินทรายุธยามหาดิลก ภพนพรัตน์ราชธานีบุรีรมย์ อุดมราชนิเวศน์ มหาสถานอมรพิमान อวตารสถิต สักกะทัตติยะ วิษณุกรรมประสิทธิ์"

เมื่อถึงสมัยรัชกาลที่ 4 ทรงเปลี่ยนนามพระนครจาก "บวรรัตนโกสินทร์" เป็น "อมรรัตนโกสินทร์" ต่อมาเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2514 รัฐบาลได้รวมจังหวัดพระนครและธนบุรีเป็น "นครหลวงกรุงเทพธนบุรี" และภายหลังการปรับปรุงการปกครองใหม่เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2515 จึงได้เปลี่ยนเป็น "กรุงเทพมหานคร" แต่นิยมเรียกกันว่า "กรุงเทพฯ"

กรุงเทพมหานครในปัจจุบันเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงิน การธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร ฯลฯ แบ่งการปกครองเป็น 50 เขต โดยมีพื้นที่ทั้งหมด 1,562.2 ตร.กม.

กรุงเทพฯ มีพัฒนาการมาจากย่านเล็กๆ ริมน้ำเจ้าพระยาสายเก่า ซึ่งมีมาอย่างน้อยตั้งแต่สมัยต้นอยุธยาแล้วก่อนที่จะมีการขุดคลองลัด ตั้งแต่หน้ามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ไปถึงวัดอรุณราชวรารามในสมัยสมเด็จพระไชยราชาธิราชแห่งกรุงศรีอยุธยา เส้นทางเดิมของแม่น้ำเจ้าพระยาได้ไหลอ้อมขดเคี้ยวกินพื้นที่เข้าไปในฝั่งธนบุรีหรือที่ปัจจุบันกลายเป็นคลองชื่อ "บางกอกน้อย", "บางกอกใหญ่"

ในสมัยอยุธยาแม่น้ำเจ้าพระยาจะขดเคี้ยว แต่ก็ยังเป็นเส้นทางเดินเรือในการติดต่อกับโลกภายนอก ทำให้เส้นทางสัญจรสายนี้คับคั่งไปด้วยเรือสินค้าเข้าออก และก่อให้เกิดชุมชนริมแม่น้ำขึ้น สูดิจต์ วงษ์เทศ ค้นพบว่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่ามีชุมชนเกิดขึ้นมาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนต้นแล้ว นั่นคือชุมชนชาวสวนย่าน "บางเชือกหนัง", "บางระมาด", "บางจาก" ชื่อย่านเหล่านี้ได้ปรากฏในโคลงกำสรวลสมุทร ซึ่งเป็นวรรณกรรมสมัยต้นอยุธยา และชื่อย่านเหล่านี้ยังคงอยู่มาจนกระทั่งปัจจุบัน

ชุมชนริมน้ำเหล่านี้ได้ขยายตัวขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งเมื่อมีการขุดคลองลัดตัดตรงในสมัยสมเด็จพระไชยราชาธิราช เพื่อย่นระยะทางไม่ต้องเดินทางอ้อมไกลอีกต่อไปการสัญจรหลักที่ใช้ขึ้นล่องระหว่าง



กรุงศรีอยุธยาถึงทะเลจึงหันมาใช้เส้นทางสายใหม่ พร้อมๆกับการขยายตัวของชุมชนมายังริมแม่น้ำสายใหม่ ซึ่งต่อมาพัฒนาขึ้นในชื่อย่าน "บางกอก" และพัฒนาต่อมากลายเป็น "เมืองธนบุรี" เมืองการค้า การคมนาคม แห่งหนึ่งของกรุงศรีอยุธยา

หลังจากกรุงศรีอยุธยาแตกและสมเด็จพระเจ้าตากสินได้กอบกู้บ้านเมืองขึ้นแล้วทรงเลือกเมืองธนบุรีเป็นราชธานีแห่งใหม่ ซึ่งเป็นเมืองนอกแตก เพราะมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านกลางเมือง ตั้งพระราชวังอยุธยาฝั่งตะวันตกของแม่น้ำ แต่ต่อมาเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองส่งผลให้พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกเสด็จขึ้นครองราชย์เป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี พระองค์โปรดเกล้าฯ ให้ปรับเปลี่ยนผังเมืองเสียใหม่ด้วยการย้ายมาสร้างเมืองทางฝั่งตะวันออกเพียงฝั่งเดียวโดยใช้พื้นที่ส่วนหนึ่งของเมืองธนบุรีฝั่งตะวันออกพร้อมกับขยายกำแพงเมือง และขุดคูเมืองใหม่ให้ใหญ่ขึ้น ส่วนพื้นที่ฝั่งตะวันตกหรือที่ปัจจุบันเรียกว่า "ฝั่งธนบุรี" ก็ยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยและชุมชนชาวสวนเหมือนเดิม

#### 4.1.2 ภูมิประเทศ

เป็นที่ราบลุ่ม มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีความลาดเอียงของระดับพื้นดินจากทิศเหนือ จะค่อยๆ ลาดเอียงสู่อ่าวไทยทางทิศใต้ และเฉพาะลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างจะอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลไม่เกิน 1.50 เมตร ตั้งอยู่บนพื้นที่ซึ่งในทางภูมิศาสตร์เรียกว่าบริเวณดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ ซึ่งเกิดจากตะกอนน้ำพา (Alluvium) โดยเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย (The Lower General Plain of Thailand) เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกข้าวและพืชประเภทต่าง

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงและเมืองที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศไทย รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร ฯลฯ ของประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีชื่อยาวที่สุดในโลกอีกด้วย มีแม่น้ำสำคัญคือ แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านทำให้แบ่งเมืองออกเป็น 2 ฝั่ง คือฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี (เดิมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเป็นที่ตั้งของกรุงธนบุรี ซึ่งต่อมาภายหลังได้รวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกรุงเทพมหานคร) โดยกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ทั้งหมด 1,568.737 ตารางกิโลเมตร พิกัดทางภูมิศาสตร์คือ ละติจูด 13° 45' เหนือ ลองจิจูด 100° 31' ตะวันออก

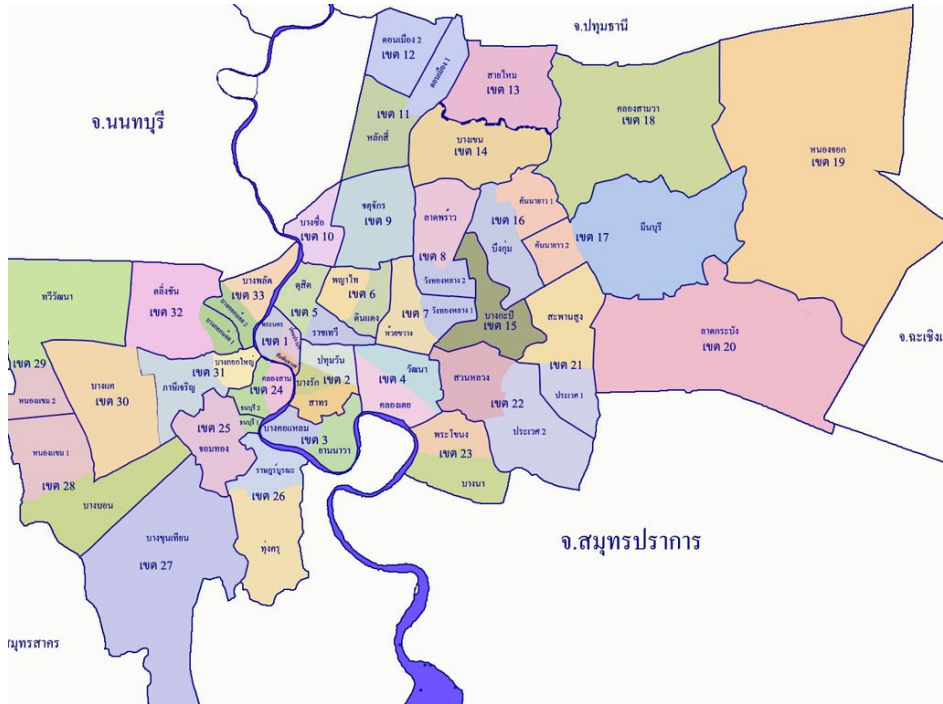
#### อาณาเขต

ทิศเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี

ทิศตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสมุทรปราการ

ทิศตะวันตก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดนครปฐม



ภาพที่ 2 แผนที่แสดงเขตต่างๆของกรุงเทพมหานคร  
ที่มา : <https://armthangthong40.files.wordpress.com> (2558)

#### 4.1.3 สภาพภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมประจำฤดูที่พัดผ่าน แบ่งได้เป็น 3 ฤดูดังนี้ ฤดูฝน (พฤษภาคม-ตุลาคม) ฤดูหนาว (พฤศจิกายน-มกราคม) และฤดูร้อน (กุมภาพันธ์-เมษายน) โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุด-สูงสุดประมาณ 25-35 องศาเซลเซียส

#### 4.1.4 สภาพเศรษฐกิจ

สัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมของกรุงเทพมหานคร ในสาขาการผลิตหลัก 3 สาขา ได้แก่ สาขา ปฐมภูมิทุติยภูมิและตติยภูมิในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ปรากฏว่ากรุงเทพมหานครมีผลิตภัณฑ์มวลรวมมากที่สุด ในสาขาคติยภูมิ (กลุ่มสาขาการผลิตที่ประกอบด้วยคมนาคมและการสื่อสาร, การค้าปลีก, การธนาคาร, ประกันภัยและอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย บริหารราชการและการป้องกันประเทศการบริการ) สาขา รองลงมาคือ ทุติยภูมิ (กลุ่มสาขาการผลิตที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมก่อสร้างและไฟฟ้า ประปา) สำหรับ สาขาปฐมภูมิ (กลุ่มสาขาการผลิตที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นวัตถุดิบ ได้แก่การถลุงแร่ ปศุสัตว์ประมง เหมืองแร่และข่อยหิน มีสัดส่วนน้อยที่สุดไม่ถึงร้อยละ 1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของกรุงเทพมหานครและเมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์มวลรวมจำแนกตามสาขาการผลิตย่อยจะเห็นว่าโครงสร้างทางเศรษฐกิจของ กรุงเทพมหานครมีภาคอุตสาหกรรมเป็นแกนนำ โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 และมีอัตราขยายตัวต่อเนื่องตลอดมา

#### 4.1.5 สถานที่ท่องเที่ยว

##### วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ( วัดพระแก้ว )

เป็นวัดที่ประดิษฐานพระแก้วมรกต ภายในมีอาณาบริเวณกว้างขวาง ประกอบด้วย 3 ส่วน คือส่วนแรกเป็นวัดพระแก้วมรกต ระเบียงที่ลดหลั่นกันลงไป และส่วนของหมู่ตึกทางทิศเหนือ จุดที่เรากำลังอยู่ที่นี่ เป็นระเบียงด้านหน้าของประสาทพระเทพบิดร

วัดพระศรีรัตนศาสดารามตั้งอยู่ในเขตพระราชฐานชั้นนอกทางทิศตะวันออกของพระบรมมหาราชวังภายในไม่มีพระภิกษุสงฆ์อยู่จำพรรษารัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นพร้อมกับพระบรมมหาราชวังและกรุงรัตนโกสินทร์ซึ่งเป็นการสร้างวัดในพระราชวังตามอย่างวัดพระศรีสรรเพชญ์องกรุงศรีอยุธยาพระพุทธรูปหามณีรัตนปฏิมากร (พระแก้วมรกต) เป็นพระประทับนั่งอย่างสมาธิราบในสกุลช่างล้านนา ประมาณพุทธศตวรรษที่ 20 ถือเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมือง ซึ่งรัชกาลที่ 1 ได้ทรงอัญเชิญมาจากเมืองเวียงจันทน์



ภาพที่ 3 วัดพระรัตนศาสดาราม  
ที่มา : ผู้วิจัย

ภาพที่ 4 วัดพระรัตนศาสดาราม  
ที่มา : ผู้วิจัย

**วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร(วัดโพธิ์)**

วัดโพธิ์ หรือนามทางราชการว่า วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก และเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรี เนื่องจากพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สถาปนาวัดโพธารามวัดเก่าที่เมืองบางกอกครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นวัดหลวงข้างพระบรมมหาราชวัง และที่ได้พระแทนประดิษฐาน พระพุทธเทวปฏิมากร พระประธานในพระอุโบสถเป็นที่บรรจุพระบรมอัฐิของพระองค์ท่านไว้ด้วย

พระอารามหลวงแห่งนี้มีเนื้อที่ 50 ไร่ 38 ตารางวา อยู่ด้านทิศใต้ของพระบรมมหาราชวัง ทิศเหนือติดถนนท้ายวัง ทิศตะวันออกติดถนนสนามไชย ทิศใต้ติดถนนเศรษฐการ ทิศตะวันตกติดถนนมหาราช มีถนนเชตุพนขนานด้วยกำแพงสูงสี่ขาวแบ่งเขตพุทธาวาสและสังฆาวาสชัดเจน



ภาพที่ 5 วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร(วัดโพธิ์)

ที่มา : <http://www.tiewpakklang.com> (2557)

## เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์

ถือกำเนิดขึ้น ภายใต้แนวคิด Festival Market and Living Museum แหล่งท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์ อปปีงริมน้ำเจ้าพระยา ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย เป็นพื้นที่ซึ่งได้ออกแบบให้พร้อมด้วยองค์ประกอบ หลากหลาย เพื่อรองรับและเติมเต็มความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนหลากหลายกลุ่มได้อย่างครบครัน ไม่ว่าจะเป็น ย่านเจริญกรุง ประกอบไปด้วย ร้านขายของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว และสินค้าของตกแต่ง บ้าน ที่สวยงามหลากหลาย อีกทั้งยังมีโรงละคร ที่รองรับผู้ชมได้กว่า 400 ที่นั่ง

ภาพที่ 6 เอเชียทีค

ที่มา : <http://www.thaiticketmajor.com> (2557)

## ถนนข้าวสาร

‘ถนนข้าวสาร’ หรือ ‘ตรอกข้าวสาร’ เป็นถนนสายหนึ่งที่เปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของ ชาวต่างชาติ! โด่งดังเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ที่นี่พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้ง บริษัททัวร์ ร้านอาหาร ร้านรับแลกเงิน ร้านอินเทอร์เน็ต ร้านหนังสือ แถมยังเป็นย่านเมืองเก่าที่คงความขลัง ของตึกรางบ้านช่องไว้ได้อย่างครบถ้วน ตกกลางคืนตรอกข้าวสารจะยิ่งคึกคัก สองข้างทางขนานด้วยรถเข็น ตลาดโต้รุ่ง แหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน นับเป็นถนนอีกหนึ่งสายที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด



ภาพที่ 7 ถนนข้าวสาร

ที่มา : <http://www.expedia.co.th> (2558)

## 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วาทีต อธิศิริเวทย์ (2551) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถาม จากจำนวนนักท่องเที่ยว 400 ราย ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและชายใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 15-29 ปี มีสถานภาพเป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มเชื้อชาติชาวเอเชีย เป็นกลุ่มนักเรียนและเด็ก มีรายได้ต่อปีตั้งแต่ US\$20,001 ถึง US\$30,000 ส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก รู้จักประเทศไทยจากสื่อบุคคล วัฒนธรรมไทยและวิถีชีวิตไทยเป็นปัจจัยดึงดูดที่ทำให้เดินทางมาเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน จัดการเดินทางด้วยตนเอง ชอบเดินทางมากับเพื่อน พำนักในประเทศ 8-14 วัน ทำกิจกรรมประเภทท่องเที่ยวชมทัศนียภาพ สนใจไปเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดระหว่างท่องเที่ยว คือ ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวกับค่าที่พักแรม ความรู้สึกที่ได้ในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ คือ ดีกว่าที่คิดไว้ และต้องการกลับมาเที่ยวอีก ปัญหาที่ได้รับระหว่างท่องเที่ยว คือ ปัญหามลภาวะเป็นพิษ และข้อเสนอแนะที่คิดว่าประเทศไทยควรปรับปรุง คือ ความสะอาด มลภาวะเป็นพิษ และการรักษาธรรมชาติ

สาวิณี บางโรย (2557) ศึกษาเรื่องผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถาม จากจำนวนนักท่องเที่ยว 120 รายและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการ 12 ราย ในพื้นที่ศึกษากรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรีในช่วงเดือนมีนาคม 2558 พบว่าประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวจีนและได้หวั่น เป็นระยะเวลา 3 เดือน การทำการตลาดในประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของไทย ภายใต้แคมเปญ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 หรือ 2015 Discover Thainess” โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากจีนเป็นต้น นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัยเรียนถึงวัยทำงาน มากับบริษัททัวร์ เที่ยว 4-7 วัน ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อีกทั้ง

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ผลกระทบที่เกิดขึ้นทางเศรษฐกิจช่วยให้เกิดการสร้างงานในพื้นที่ อีกครั้งเป็นส่วนสำคัญให้เกิดการจ้างงานในพื้นที่ศึกษา

แสงเดือน รตินธร (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 400 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามภาษาจีน และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบไคสแควร์ สถิติการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 29,931 หยวนขึ้นไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ การมีประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเองและเดินทางกับบริษัททัวร์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวประมาณ 5,991-11970 หยวน ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวคือเพื่อการพักผ่อนวันหยุด โดยต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในภาคตะวันออกและภาคใต้เมื่อมาเยือนประเทศไทย ส่วนปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติ ทะเลและชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ตามลำดับ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ระดับเห็นด้วยระดับมาก จากการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่างกัน และยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ต้องการจะทาเมื่อมาเยือนประเทศไทยแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

Vuuren และ Slabbert (2554) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังริสอร์ทที่แอฟริกาใต้ โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล พบว่าพฤติกรรมหลักในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคือการพักผ่อนและผ่อนคลาย รองลงมาคือการเพิ่มคุณค่าและการเรียนรู้ประสบการณ์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสันทนาการ ค่านิยมส่วนตัวและประสบการณ์ทางสังคม



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งวิธีการดำเนินงานออกเป็นขั้นตอนดังนี้

- 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล
- 3.2 วิธีการดำเนินงาน
- 3.3 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.4 เครื่องมือหรือเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้จะใช้ข้อมูลเชิงปฐมภูมิ (Primary) ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลโดยการจัดทำแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

3.1.2 ใช้ข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว จากงานวิจัย วิทยานิพนธ์และสื่อออนไลน์

#### 3.2 วิธีจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่จัดทำในบทที่แล้วมาเป็นพื้นฐานการสร้างแบบสอบถามจำนวน 60 ชุด จะสอบถามถึงอายุ เพศ อาชีพ จำนวนเงินที่ใช้ในการเดินทาง เหตุผลที่เดินทางมาสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น จะเสนอในรูปแบบของตาราง และสถิติ

#### 3.3 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

3.3.1 ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากนั้นนำมาวิเคราะห์ด้วยการเปลี่ยนแปลงโดยรูปแบบแผนภูมิประกอบการบรรยาย

3.3.2 ศึกษาารูปแบบ กิจกรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปฐมภูมิ จากแบบสอบถาม จำนวน 60 ชุด จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา ( Descriptive statistics) และนำเสนอโดยรูปแบบตารางและแผนภูมิ

3.3.3 ศึกษาแรงจูงใจ แรงผลักดัน และแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปฐมภูมิ จากแบบสอบถาม จำนวน 60 ชุด จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา ( Descriptive statistics) และนำเสนอโดยรูปแบบตารางและแผนภูมิ

### 3.4 เครื่องมือหรือเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1.1 แบบสอบถาม

3.4.1.2 แผนภูมิ

#### 3.4.2 เทคนิคที่ใช้ในการวิจัย

3.4.2.1 ตารางเปรียบเทียบ

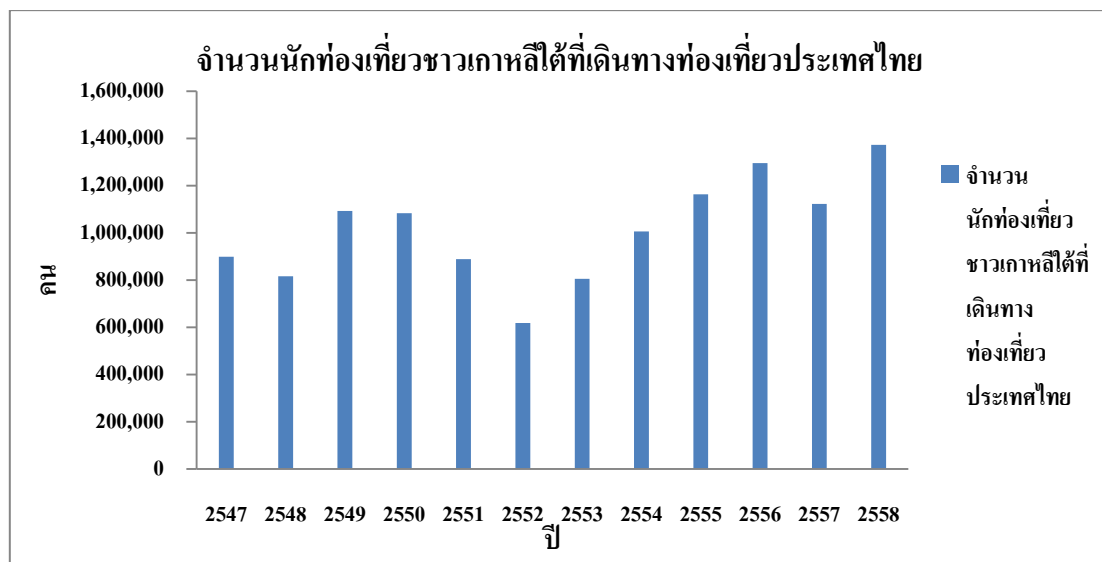
3.4.2.2 สถิติ

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประเด็นที่ศึกษา ได้แก่ ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ศึกษาแรงจูงใจ แรงผลักดัน และแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ศึกษารูปแบบ กิจกรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยปรากฏผลการศึกษาดังนี้

### 4.1 ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การศึกษการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มาวิเคราะห์ดูการเปลี่ยนแปลงโดยรูปแบบแผนภูมิที่ 1 ประกอบการบรรยาย



แผนภูมิที่ 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2547-2558

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย (2559)

จากจำนวนข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในปี พ.ศ.2547 มีจำนวน 898,965 คน และในปี พ.ศ.2549 มีจำนวน 1,092,783 คน ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี

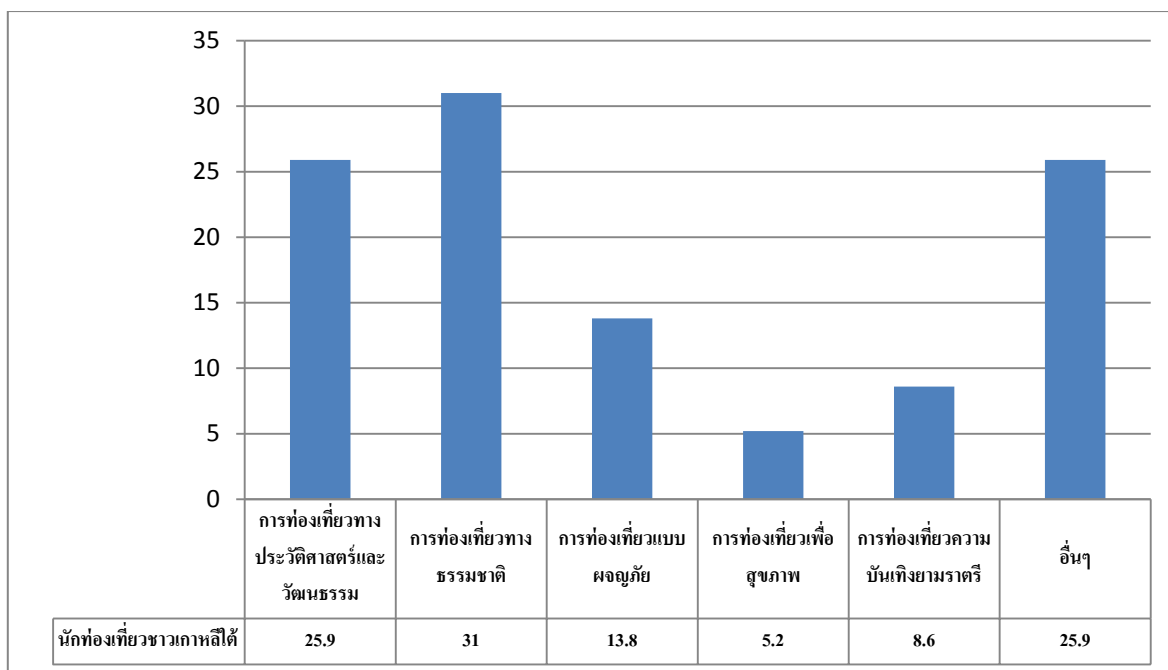
พ.ศ.2547 ถึง 193,818 คน หลังจากนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยก็ได้ลดลงเป็นอย่างมากในปี พ.ศ.2552 เหลือเพียง 618,227 คน อันเนื่องมาจากภาวะการท่องเที่ยวของไทยได้รับผลกระทบทั้งจากปัจจัยภายใน คือ การปิดสนามบินสุวรรณภูมิ และเหตุการณ์จลาจลในกรุงเทพฯ ที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว และผลกระทบจากปัจจัยภายนอก คือ วิกฤติสถาบันการเงินในสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป (Hamburger Crisis) ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่นการยกเลิกการเดินทาง การเปลี่ยนแปลงเป้าหมายไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้แทน และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ได้พุ่งสูงอีกครั้งในปี พ.ศ.2556 มีจำนวน 1,295,342 คน โดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2552 ถึง 677,115 คน และกลับมามีจำนวนลดลงอีกครั้งในปี พ.ศ.2557 เนื่องจากผลกระทบจากการระบาดของไวรัสเมอร์สในเกาหลี และสถานการณ์ทางการเมืองของไทย(เหตุระเบิดบริเวณแยกราชประสงค์) ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2556 ถึงพฤษภาคม 2557 แล้วจึงกลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ.2558 เนื่องจากสถานการณ์ภายในประเทศสงบลง อีกทั้งยังมีการเปิดตัวโครงการท่องเที่ยววิถีไทย และการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำนั่นเอง

อย่างไรก็ตามหากมองในภาพรวมแล้ว จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

#### 4.2 ศึกษารูปแบบ กิจกรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

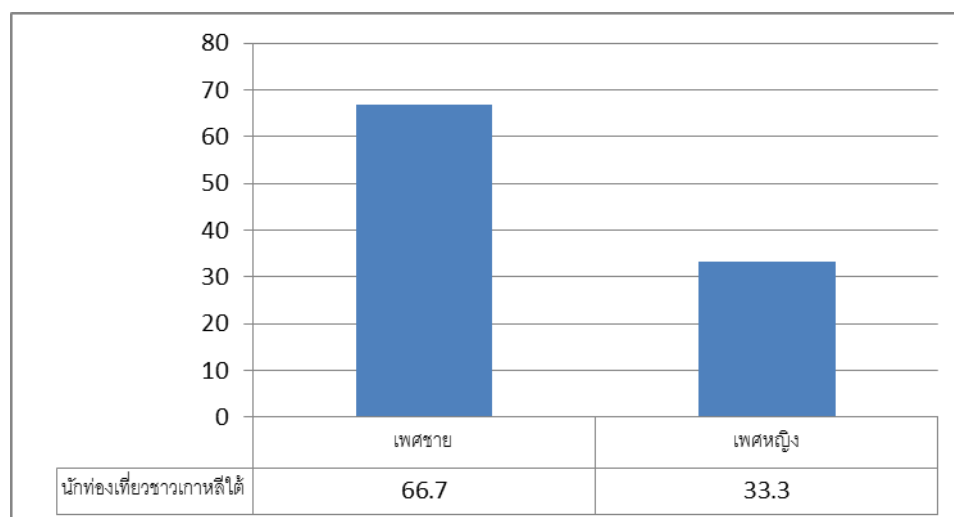
การศึกษารูปแบบ กิจกรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ผลการศึกษาจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ทั้งหมด จำนวน 60 คน โดยทำการสำรวจบริเวณวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม(วัดโพธิ์) ถนนข้าวสารและบางส่วนจากการออนไลน์แบบสอบถามบนอินเทอร์เน็ต ในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559

จากการวิเคราะห์การสำรวจจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่ารูปแบบที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ชื่นชอบมากที่สุดคือการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมาคือการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 25.9



แผนภูมิที่ 2 แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ท่องเที่ยวในประเทศไทย  
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย (2559)

จากการวิเคราะห์การสำรวจจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 66.7 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 33.3 พบว่านักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 81.67 รองลงมาคือช่วงอายุ 36-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.33 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวประเทศไทย มีรายได้ต่อเดือน 2,000,001 – 3,000,000 วอน (ประมาณ 61,748 - 92,622 บาท) คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 1,500,001 - 2,000,000 วอน (ประมาณ 46,311 – 61,748 บาท) คิดเป็นร้อยละ 20



### แผนภูมิที่ 3 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย (2559)

นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยส่วนใหญ่ผ่านทางอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 79.7 รองลงมาคือจากเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 47.5 มีลักษณะการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยการจัดการด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 89.7 รองลงมาคือซื้อแพคเกจท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 10.3 ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือเดินทางคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 19

นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประเทศไทยอยู่ในช่วง 4-7 วัน และส่วนใหญ่เลือกพักที่โรงแรมคิดเป็นร้อยละ 73.7 รองลงมาคือเกสต์เฮาส์คิดเป็นร้อยละ 10.5 ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ใช้เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆในการท่องเที่ยวประเทศไทยส่วนใหญ่คือแท็กซี่คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ BTS/MRT คิดเป็นร้อยละ 40.7 กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้นิยมทำในการท่องเที่ยวประเทศไทยคือนวดแผนโบราณคิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือทำสปาคิดเป็นร้อยละ 16.9 อาหารที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้รับประทานส่วนใหญ่คืออาหารไทยคิดเป็นร้อยละ 83.1 รองลงมาคืออาหารตะวันตกและอาหารญี่ปุ่นคิดเป็นร้อยละ 5.1 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อครั้งส่วนใหญ่อยู่ที่ต่ำกว่า 1,000,000 วอน(ประมาณน้อยกว่า 30,874 บาท) และ 1,000,001 – 5,000,000 วอน (ประมาณ 30,874 – 154,370 บาท)คิดเป็นร้อยละ 48.08 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่ระลึกของไทยคิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์อาหารไทยคิดเป็นร้อยละ 33.9

#### 4.3 ศึกษาแรงจูงใจ แรงผลักดัน และแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

การศึกษาแรงจูงใจ แรงผลักดัน และแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่ามีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ได้แก่ พักผ่อน รongลงมา คือทำงาน และมาทัศนศึกษา เยี่ยมเพื่อนหรือญาติตามลำดับ

จากการสำรวจความพึงพอใจต่อสถานที่ของไทยของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ในการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่าความพึงพอใจต่อความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวพึงพอใจระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 38.33 และความเหมาะสมของค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจมากคิดเป็นร้อยละ 38.33

##### ตารางที่ 1 ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวของไทยของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวของไทย	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจน้อยที่สุด
ความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว	20	26.67	38.33	13.33	1.67
ความสะดวกในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	15	33.33	38.33	11.67	1.67
ความเหมาะสมของค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	30	38.33	21.67	8.33	1.67

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผล

ในการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วยสรุปผลการศึกษาในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ศึกษาแรงจูงใจ แรงผลักดัน และแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และศึกษารูปแบบ กิจกรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย การอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### 1. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่าในปีพ.ศ.2547 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีจำนวน 898,965 คน และในปีพ.ศ.2558 มีจำนวน 1,372,995 คน เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2547 ถึง 474,030 คน

เนื่องจากเหตุการณ์รุนแรงใน 3 จังหวัดภาคใต้ การเกิดภัยธรรมชาติ (สึนามิ) การปิดสนามบินสุวรรณภูมิ เหตุการณ์จลาจลในกรุงเทพฯ วิกฤติสถาบันการเงินในสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป (Hamburger Crisis) และการระบาดของไวรัสเมอร์สในเกาหลีใต้ ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ซึ่งกลุ่มที่อ่อนไหวต่อข่าวสารด้านการเมือง ภัยพิบัติและความปลอดภัย

##### 2. ศึกษาารูปแบบ กิจกรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการศึกษารูปแบบ กิจกรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่ารูปแบบที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ชื่นชอบมากที่สุดคือการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รองลงมาคือ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18-35 ปี รองลงมาคือช่วงอายุ 36-50 ปี ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวประเทศไทยแล้ว มีรายได้ต่อเดือน 2,000,001 – 3,000,000 วอน (ประมาณ 61,748 - 92,622 บาท)เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 1,500,001 - 2,000,000 วอน (ประมาณ 46,311 – 61,748 บาท) โดยได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือจากเพื่อน มีลักษณะการเดินทาง



ทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยการจัดการด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือซื้อแพคเกจท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาพร้อมกับเพื่อน รองลงมาคือเดินทางคนเดียว และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประเทศไทยอยู่ในช่วง 4-7 วัน ส่วนใหญ่เลือกพักที่โรงแรม รองลงมาคือเกสต์เฮาส์ ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ใช้เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆในการท่องเที่ยวประเทศไทยส่วนใหญ่คือแท็กซี่ รองลงมาคือ BTS/MRT กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้นิยมทำในการท่องเที่ยวประเทศไทยคือ นวดแผนโบราณ รองลงมาคือ ทำสปา อาหารที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้รับประทานส่วนใหญ่คืออาหารไทย รองลงมาคืออาหารตะวันตก นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อครั้งส่วนใหญ่อยู่ที่ ต่ำกว่า 1,000,000 วอน (ประมาณน้อยกว่า 30,874 บาท) และ 1,000,001 – 5,000,000 วอน (ประมาณ 30,874 – 154,370 บาท) นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่ระลึกของประเทศไทย รองลงมาคือผลิตภัณฑ์อาหารไทยกลับไปเกาหลีด้วย

### **3.ศึกษาแรงจูงใจ แรงผลักดัน และแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย**

การศึกษาแรงจูงใจ แรงผลักดัน แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่านักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่ามีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้แก่ พักผ่อน รองลงมาคือทำงาน และมาทัศนศึกษา เยี่ยมเพื่อนหรือญาติตามลำดับ

และจากการสำรวจความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวของไทยของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ในการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่าความพึงพอใจต่อความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวพึงพอใจระดับปานกลาง และความเหมาะสมของค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก

## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนฤมล สมิตินันท์ ,(2527: 40-42) ได้อธิบายไว้ว่า ในทางพฤติกรรมศาสตร์ กล่าวว่า การแสดงพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์เกิดจากแรงกระตุ้น แต่ไม่จำเป็นว่าการแสดงพฤติกรรมอย่างเดียวกันจะมาจากแรงกระตุ้นที่เหมือนกันเสมอไป อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือพักผ่อนซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Dann, 1977 และ Crompton, 1979 อ้างในนิรันดร ทัพไชย, (2550) ซึ่งได้อธิบายว่าปัจจัยผลักดัน (Push Factors) นับเป็นปัจจัยจูงใจทางด้านจิตวิทยาสังคม หรือความต้องการภายในตัวบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จัดการเดินทางด้วยตนเอง ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของสาวิณี บางโรย (2557) ศึกษาเรื่องผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ได้อภิปรายไว้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากับบริษัททัวร์ ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นอย่างมาก

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. อินเทอร์เน็ตและคณะ. รายงานวิจัยเรื่อง **ศักยภาพไทยต่อการดำเนินการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว**. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภา, 2549
- กรมการท่องเที่ยว. (2558). **สถิตินักท่องเที่ยว**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 5 กันยายน 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/home/listcategory/11/217>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงจาก <http://intelligencecenter.tat.or.th/>
- กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร. (2558). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงจาก <http://bangkoktourist.com/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **รายงานสถิติประจำปี2545**. กรุงเทพฯ, 2545
- ชวัลนุช อุทยาน. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 25 กันยายน 2558 เข้าถึงจาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- ชาย โพธิ์สิตา. **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งและพับลิชชิ่ง, 2549
- จังหวัดชลบุรี. (2558). **ประวัติชลบุรี**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงจาก <http://www.chonburi.go.th/>
- จังหวัดชลบุรี. (2558). **ที่ตั้งและอาณาเขต**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงจาก <http://www.chonburi.go.th/>
- จังหวัดชลบุรี. (2558). **สภาพเศรษฐกิจ**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงจาก <http://www.chonburi.go.th/>
- ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. (2558). **ถนนข้าวสาร**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงจาก <http://suvarnabhumiairport.com/>
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2555). **ตำราการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา**. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วัชรเวดิน จิราวรรณชยาคุณ. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว**. (ออนไลน์). เข้าถึง เมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงได้จาก <http://tourismindustrydpu004kench.blogspot.com>

วัดโพธิ์. (2558). **เกร็ดประวัติวัดโพธิ์**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก [http://www.watpho.com/history\\_of\\_watpho.php](http://www.watpho.com/history_of_watpho.php)

วาทิต อธิศิริเวทย์. **พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2551

เว็บไซต์ซิลพัทยา. (2558). **ภาพตลาดน้ำสี่ภาค**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://chillpattaya.com>

เว็บไซต์ทริปปไทยแลนด์. (2558). **วัดพระศรีรัตนศาสดาราม(วัดพระแก้ว)**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก [http://www.tripsthailand.com/th/thai\\_places\\_p\\_wpk\\_ent.php](http://www.tripsthailand.com/th/thai_places_p_wpk_ent.php)

เว็บไซต์ทูบีพี. (2558). **ภาพแผนที่ประเทศไทย**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้จาก <http://2.bp.blogspot.com/>

เว็บไซต์เที่ยวภาคกลาง. (2558). **ภาพวัดโพธิ์**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.tiewpakklang.com/wp-content/uploads/2012/10/bangkok.jpg>

เว็บไซต์ไทยทิกเก็ตเมเจอร์. (2558). **ภาพเอเชียติก**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaiticketmajor.com/bus/imgUpload/Image/asiatique-5.jpg>

เว็บไซต์บีเคเคอินไซด์. (2558). **ประวัติกรุงเทพฯ**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.bkkininside.com/history.php>

เว็บไซต์บ้านขุนสุข. (2558). **ภาพเกาะล้าน**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก [http://www.baankhoonsuk.com/web/wordpress/wp-content/uploads/DSC\\_6905.jpg](http://www.baankhoonsuk.com/web/wordpress/wp-content/uploads/DSC_6905.jpg)

เว็บไซต์ไปด้วยกัน. (2558). **ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก [http://www.paiduaykan.com/76\\_province/east/chonburi/floating4market.html](http://www.paiduaykan.com/76_province/east/chonburi/floating4market.html)

เว็บไซต์พัทยาคอนซีแอง. (2558). **หมู่บ้านช้างพัทยา**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.pattayaconcierge.com>

เว็บไซต์พัทยาคอนซีแอง. (2558). **ภาพหมู่บ้านช้างพัทยา**. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.pattayaconcierge.com>

เว็บไซต์เวิร์ดเพรส. (2558). ภาพแสดงเขตต่างๆของกรุงเทพมหานคร. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <https://armthangthong40.files.wordpress.com>

สาวินี บางโรย. (2558). ผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร  
แสงเดือน รตินธร. ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย PDF. 2555; 84.

สมพุทธ ธุระเจน. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: ทีพีพรินท์.  
สายใจ ตั้งวิริยะกุลชัย. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวยุโรปในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2546

องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. (2555). ยุทธศาสตร์. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558  
เข้าถึงได้จาก <http://www.chon.go.th/>

อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้พัทยา. (2558). ฟาร์มจระเข้พัทยา. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงได้จาก <http://www.thaistonepark.org/>

อัลคาซาร์. (2558). อัลคาซาร์ คาบาเร่ต์ พัทยา. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.alcazarthailand.com/th/site/index>

Vuuren, C.V. and Slabbert,E. **TRAVEL MOTIVATIONS AND BEHAVIOUR OF TOURISTS TO A SOUTH AFRICAN RESORT.** BOOK OF PROCEEDINGS VOL. I PDF. 2008; 295

Kim Hongkoo. (2011). การวิเคราะห์ปรากฏการณ์แพทย์(กระแสไทย)ในเกาหลี. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 9 กันยายน 2558. เข้าถึงได้จาก <http://kyotoreview.org/>

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย

1.เพศ

- เพศชาย
- เพศหญิง

2.อายุ

..... ปี

3.อาชีพ

.....

4.รายได้

.....

5.เคยมาประเทศไทยหรือไม่

.....

6.ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยผ่านทางแหล่งใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อน
- อินเทอร์เน็ต
- หนังสือพิมพ์/วารสาร
- บริษัทท่องเที่ยว
- นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย
- อื่นๆ:

7.วัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย

- พักผ่อน
- ซื้อสินค้า
- ทักษะศึกษา
- บริการทางการแพทย์

ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ

เยี่ยมญาติหรือเพื่อน

อื่นๆ:

**8.ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับท่าน**

คนเดียว

เพื่อน

คู่รัก

ครอบครัว

อื่นๆ:

**9.ลักษณะการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย**

จัดการด้วยตนเอง

ชื้อแพ็คเกจ

**10.ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของท่าน**

.....

**11.ท่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยกี่วัน**

.....

**12.รูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย**

การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

การท่องเที่ยวแบบผจญภัย

การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

การท่องเที่ยวบันเทิงยามราตรี

อื่นๆ:

**13.ลักษณะการเลือกที่พักอาศัยของท่าน**

- โรงแรม
- เกสต์เฮ้าส์
- บ้านเพื่อน/บ้านญาติ
- รีสอร์ท
- ห้องเช่ารายวัน
- อื่นๆ:

**14.พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- ตู้กตุ๊ก
- รถตู้
- จักรยาน
- แท็กซี่
- มอเตอร์ไซค์
- เรือโดยสาร
- รถเมล์
- BTS / MRT
- อื่นๆ

**15.กิจกรรมที่ท่านทำระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย**

- นวดแผนโบราณ
- ทำสปา
- จี่ซ้าง
- ชมการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น
- เรียนทำอาหารไทย
- ชมคาบาเร่ต์โชว์
- เรียนมวยไทย
- ชมการแสดงมวยไทย



- 
- 
- 
- 
- 

เรียนภาษาไทย

อื่นๆ :

**16.ประเภทอาหารที่ท่านเลือกทานเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย**

- อาหารไทย
- อาหารจีน
- อาหารญี่ปุ่น
- อาหารตะวันตก
- อื่นๆ:

**17. สินค้าที่เลือกซื้อในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- จิวเวลรี่/เครื่องประดับ
- เครื่องสำอางค์ไทย
- ของที่ระลึกเกี่ยวกับประเทศไทย
- สินค้าแฟชั่น
- สินค้าแบรนด์เนม
- ผลิตภัณฑ์อาหารไทย
- อื่นๆ

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย (5=พึงพอใจมากที่สุด)

5      4      3      2      1

ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว

ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังสถานที่  
ท่องเที่ยวต่างๆ

ความเหมาะสมของค่าเข้าชมสถานที่ต่างๆ

ขอบคุณค่ะ

## 태국 여행에 대한 설문지

제가 4 학년 태국 대학생입니다.그리고 졸업논문 써야 해서 태국에 온 한국 사람에게서 조사해야 합니다.좀 부탁드립니다.(한국어를 써도 됩니다.)

### 1.성

- 남성  
 여성

### 2.나이

.....살

### 3.직업

.....

### 4.월급

.....

### 5.태국에 오신 적이 있나요?

.....

6.무엇을 통해 태국여행에 대한 정보를 아십니까?(1 가지 이상 골라도 됩니다.)

- 친구  
 인터넷  
 신문/잡지  
 여행사  
 태국 여행에 대한 전시회  
 Other:

### 7.태국을 여행하러 오는 목적

- 휴식하러 온다  
 선문을 사러 온다  
시각교육  
의술 서비스

일을 하러 온다 / 사업

사촌이나 친구를 방문하러 온다

Other :

**8.누구와 같이 오십니까?**

혼자

친구

연애

가족

Other :

**9.어떤 여행을 하십니까?**

스스로

패키지

**10.태국 여행에서 얼마나 들었습니까?**

.....

**11.태국에서 얼마 동안 여행을 하십니까?**

.....

**12.태국에서 여행하는 형식이 무엇입니까?**

역사와 문화적인 여행

자연적인 여행

어드벤처

건강을 위한 여행

밤때 여행

Other :

**13.어떤 숙소를 묵으십니까?**

호텔

케이스 하우스

친구이나 사촌의 집

리조트

일기 빌린 방

Other :

14. 각종 관광지에 가는 방법(1 가지 이상 골라도 됩니다.)

뚝뚝

밴(van)

자전거

택시

오토바이

여객선 (motor passenger ship)

버스

BTS / MRT

others

15. 태국에서 여행할 때 무슨 행동을 하십니까?

마사지

스파 (spa)

코끼리를 탄다.

지방 문화 공연을 본다.

태국 요리를 배운다.

트랜스젠더 쇼를 본다.

무에타이 배운다.(thai boxing)

무에타이 공연을 본다.

태국어를 배운다.

Other :

16. 태국에서 여행할 때 어떤 음식을 고릅니까?

태국 음식

중국 음식

일본 음식

서양 음식

Other :

- 
- 
- 

17.태국에서 여행할 때 골른 상품이 무엇입니까?(1 가지 이상 골라도 됩니다.)

- 주얼리/장식품
- 태국 화장품
- 태국에 대한 기념품
- 패션 문건
- 명품
- 태국식 상품
- Other:

태국 관광지에 대한 만족감 (최고는 5 점이다)

5      4      3      2      1

관광지의 깨끗

교통의 편안함

관광지 관람료의 적당함

감사합니다.

ภาคผนวก ข

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไป	ร้อยละ
1.เพศ	
ชาย	66.7
หญิง	33.3
2.อายุ	
ต่ำกว่า 17 ปี	5
18-35 ปี	81.67
36-50 ปี	13.33
3.รายได้	
ต่ำกว่า 1,500,000 วอน	11.43
1,500,001 – 2,000,000 วอน	20
2,000,001 – 3,000,000 วอน	40
3,000,001 – 4,000,000 วอน	14.29
4,000,001 – 5,000,000 วอน	5.71
5,000,001 – 6,000,000 วอน	0
มากกว่า 6,000,001	8.57

ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
1.ท่านเคยมาประเทศไทยหรือไม่	

เคย	94.83
ไม่เคย	5.17
2. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
เพื่อน	47.5
อินเทอร์เน็ต	79.7
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	3.4
บริษัทท่องเที่ยว	5.1
การนิทรรศการการท่องเที่ยวภายในประเทศ	1.7
อื่นๆ	10.2
3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
พักผ่อน	79.3
ซื้อสินค้า	0
ทัศนศึกษา	1.7
บริการทางการแพทย์	0
ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ	6.9
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	1.7
อื่นๆ	10.3
4. ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับท่าน	
เดินทางมาคนเดียว	19



เพื่อน	56.9
คู่รัก	3.4
ครอบครัว	15.5
อื่นๆ	5.2

5.ลักษณะการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย

จัดการด้วยตนเอง 89.7

แพคเกจจ 10.3

6.ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย

ต่ำกว่า 1,000,000 วอน 48.08

1,000,001 – 5,000,000 วอน 48.08

5,000,001 – 10,000,000 วอน 1.92

มากกว่า 10,000,001 วอน 1.92

7.ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประเทศไทย

น้อยกว่า 3 วัน 1.82

4-7 วัน 67.27

8-11 วัน 10.91

12 วันขึ้นไป 20

8.รูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม 25.9

การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	31
การท่องเที่ยวแบบผจญภัย	13.8
การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	5.2
การท่องเที่ยวบนเทิงยามราตรี	8.6
อื่นๆ	15.5

9.ลักษณะการเลือกที่พักของท่าน

โรงแรม	73.7
เกสต์เฮ้าส์	10.5
บ้านเพื่อน/บ้านญาติ	3.5
รีสอร์ท	5.3
ห้องเช่ารายวัน	0
อื่นๆ	7

10.พาหนะที่ท่านใช้เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆในการท่องเที่ยวครั้งนี้(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รถตุ๊กตุ๊ก	25.4
รถตู้	18.6
รถจักรยาน	0
รถแท็กซี่	69.5
รถมอเตอร์ไซค์	11.9
เรือโดยสาร	13.6
รถเมล์	22

BTS/MRT 40.7

อื่นๆ 3.4

11.กิจกรรมที่ท่านทำระหว่างการท่องเที่ยวประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

นวดแผนโบราณ 59.3

ทำสปา 16.9

จีซ้าง 5.1

ดูการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น 15.3

เรียนทำอาหาร 6.8

ดู Lady boy 1.7

เรียนมวยไทย 5.1

ดูมวยไทย 1.7

เรียนภาษาไทย 11.9

อื่นๆ 16.9

12.ประเภทอาหารที่ท่านเลือกรับประทานเมื่อท่านเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

อาหารไทย 83.1

อาหารจีน 1.7

อาหารญี่ปุ่น 5.1

อาหารตะวันตก 5.1

อื่นๆ 5.1

13.สินค้าที่นิยมเลือกซื้อในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จิวเวลรี่/เครื่องประดับ	11.9
เครื่องสำอางไทย	6.8
สินค้าที่ระลึกของไทย	64.4
สินค้าแฟชั่น	5.1
สินค้าแบรนด์เนม	3.4
ผลิตภัณฑ์อาหารไทย	33.9
อื่นๆ	11.9
ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย	
ความสะอาดของสถานที่	
พึงพอใจมากที่สุด	20
พึงพอใจมาก	26.67
พึงพอใจปานกลาง	38.33
พึงพอใจน้อย	13.33
พึงพอใจน้อยที่สุด	1.67
ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ	
พึงพอใจมากที่สุด	15
พึงพอใจมาก	33.33
พึงพอใจปานกลาง	38.33
พึงพอใจน้อย	11.67
พึงพอใจน้อยที่สุด	1.67

ความเหมาะสมของค่าเข้าชม

พึงพอใจมากที่สุด	30
พึงพอใจมาก	38.33
พึงพอใจปานกลาง	21.67
พึงพอใจน้อย	8.33
พึงพอใจน้อยที่สุด	1.67

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)

